

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
ВОЛЬНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБЩЕСТВО РОССИИ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ СОЮЗ ЭКОНОМИСТОВ

ЭНЕРГИЯ МОЛОДЫХ – ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Сборник научных трудов
XI Международной научно-практической
конференции студентов и молодых ученых

Часть 2

ENERGY OF YOUTH FOR RUSSIAN ECONOMY

11th International conference

12-15 апреля 2010 г.

Томск 2010

УДК 330.1(063)
ББК У9(2)0л0
Э65

Энергия молодых – экономике России: сборник научных трудов XI
Э65 Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых.
Часть 2 / Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского поли-
технического университета, 2010. – 463 с.

ISBN 978-5-98298-746-4 (ч. 2)
ISBN 978-5-98298-744-0

Сборник включает доклады участников XI Международной научно-практической конферен-
ции студентов и молодых ученых. Содержание статей отражает современные проблемы развития
российской экономики в условиях глобализации, особенности развития маркетинга, менеджмента и
мониторинга окружающей среды. Студенты и молодые ученые уделяли большое внимание особен-
ностям развития современной экономики России, проблемам становления менеджмента, маркетинга,
природопользования. Многие рекомендации и выводы авторов могут представлять интерес для со-
временной теории и практики управления.

УДК 330.1(063)
ББК У9(2)0л0

Редакционная коллегия:

Еремин В.В., к.э.н., доцент, зав. кафедрой маркетинга и антикризисного управления ТПУ,
член-корреспондент Академии гуманитарных наук (ответственный редактор);

Нехорошев Ю.С., д.э.н., профессор, академик Академии гуманитарных наук, заслуженный
деятель науки и техники РСФСР;

Барышева Г.А., д.э.н., профессор, зав. кафедрой экономики ТПУ, член-корреспондент Рос-
сийской академии естествознания;

Никулина И.Е., д.э.н., профессор, проректор по УР, зав. кафедрой менеджмента ТПУ,
член-корреспондент Российской академии естествознания;

Варлачева Т.Б., к.э.н., доцент кафедры маркетинга и антикризисного управления ТПУ;

Кашук И.В., к.т.н., доцент кафедры маркетинга и антикризисного управления ТПУ;

Маталасова Е.Ю., ст. преподаватель кафедры АЯБК ИМОЯК ТПУ.

ISBN 978-5-98298-746-4 (ч. 2)
ISBN 978-5-98298-744-0

© ГОУ ВПО НИ ТПУ, 2010
© Вольное экономическое общество России, 2010
© Международный Союз экономистов, 2010
© Обложка. Издательство Томского
политехнического университета, 2010

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	15
Секция III. МЕНЕДЖМЕНТ XXI ВЕКА	
ИСТОРИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К НОРМИРОВАНИЮ ТРУДА В РОССИИ	
Абрашкин М.С.	16
ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ И ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ	
МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ	
Айчанова Е. А.....	18
ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКИХ МОНОГОРОДОВ	
Антонова И.С.	20
ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКИХ МОНОГОРОДОВ	
Антонова И.С.	22
ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ КАРЬЕРНОГО РОСТА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ	
Буймов Д.А., Попозогло П.В.....	24
УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ СУБКОНТРАКТАЦИИ	
Валуева Т.Ю.....	26
ПРОБЛЕМА УЧЕТА И ОЦЕНКИ ДЕФОЛТНЫХ ОБЛИГАЦИЙ ДЛЯ	
НЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УЧАСТНИКОВ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ	
Варавкина Е.В.....	29
РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА	
Васильковская Н.Б.	31
ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В МАЛОМ	
БИЗНЕСЕ	
Вершинская А.И.	32
СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ВУЗА КАК ФАКТОР	
КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА	
Гаврева О.А., Паничкин М.Е.....	34
ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ГАЗОВОЙ	
ПРОМЫШЛЕННОСТИ	
Гаврикова Н.А.	35
ВАНКУВЕР-2010: СИСТЕМНЫЕ ОШИБКИ УПРАВЛЕНИЯ	
Григорьев М. И., Елесева Е.В.	37
ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ МУНИЦИПАЛЬНЫХ	
УСЛУГ В УСЛОВИЯХ РЕФОРМИРОВАНИЯ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ	
Гридин В.В.....	39
СИСТЕМА «НОВОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА» В	
РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ	
Гуськова А.А.	41
МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ	
СИСТЕМОЙ В КНР	
Данков А.Г., Тарасенко А.К.	44
СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ	
ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ	
Деменцева А.И., Блейхер О.В.....	46
ПРОФИЛАКТИКА КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ	
Желтышев В.Б., Подчалина М.К.	48

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРЕДИТНЫХ КАРТ	
Заболотнов А.Ю., Сечина А.А.	50
УПРАВЛЕНИЕ ВРЕМЕНЕМ В ФОРМАТЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ОТДЕЛЬНОГО СОТРУДНИКА	
Ивонин И.И.	51
ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ ПОСТУПЛЕНИЯ АБИТУРИЕНТОВ НА ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ ТПУ	
Казакова Е.А., Дергунов К.В., Сечина А.А.	53
РИСК – МЕНЕДЖМЕНТ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ТОМСКРОСПЕЧАТЬ»)	
Капустин Е.С., Поталицына Л.М.	55
СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ ТОМСК»	
Киргизова Е.Н.	57
РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ ООО «БИЙСКИЙ ЗАВОД СТЕКЛОПЛАСТИКОВ»)	
Колёскина М.В.	58
ОТКРЫТЫЕ ИННОВАЦИИ И СЕТИ ЗНАНИЙ: К ВОПРОСУ СООТНОШЕНИЯ ПОНЯТИЙ	
Колпаков М.В.	60
ПОНЯТИЕ И ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА	
Коробейников Р.И.	62
РИСКИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ, ДЕЙСТВУЮЩЕГО НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ТОМСКРОСПЕЧАТЬ»)	
Котликов В.А., Капустин Е.С., Павский С.В., Уруков Н.О.	65
СИЛА ЭМОЦИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ	
Котова О.Ю., Устюгова В.С.	67
ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ	
Крылова С.Ш., Варлачева Т.Б.	69
КОНЦЕПЦИЯ И ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СТАНДАРТОВ СЕРИИ ISO 9000	
Курганова Д.В., Романова А.С., Савицкая Е.В.	71
ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕХАНИЗМОВ РАЗВИТИЯ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ	
Матафонов М.А.	73
ОТРАЖЕНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ ГЕНЕРАЦИИ, РАСПРОСТРАНЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗНАНИЙ В СТАТИСТИКЕ ИННОВАЦИЙ	
Монастырская Е.Е.	75
НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА РОЛЬ ФИНАНСОВОГО ДИРЕКТОРА В КОРПОРАЦИИ: РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
Павлова О.В.	78
АНАЛИЗ ПРИВЛЕЧЕННЫХ СРЕДСТВ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РОССИИ	
Пасхина Т.О., Алферова Л.А.	80
СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	

Петухов О.Н.	82
ОТКРЫТЫЕ ИННОВАЦИИ: РОЛЬ В ДОСТИЖЕНИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ	
Савостина О.А.	84
АНАЛИЗ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ ЧИТИНСКОГО ОСБ РФ	
Сандракеева Л.А., Алферова Л.А.	86
ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОТРАСЛЬЮ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ	
Саулина О. В.	89
ИДЕИ ПСИХОАНАЛИЗА В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ	
Руди И.А., Серикова Г.Н.	91
ГЭМБЛИНГ В АСПЕКТЕ КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ	
Серикова Г.Н., Сериков А.Л.	94
ПРОБЛЕМЫ РАБОТЫ КАДРОВЫХ АГЕНТСТВ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА	
Силаева Т.А., Пушкарева Ю.С.	97
КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В РФ	
Смирнова А.А.	100
ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ УСЛОВИЙ ТРУДА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОЧЕЙ СИЛЫ	
Сорочинская Е.Ю.	102
БЮДЖЕТИРОВАНИЕ, ОРИЕНТИРОВАННОЕ НА РЕЗУЛЬТАТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ	
Спирина Е.Н.	104
ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА И УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В РОССИИ	
Спицын В.В.	107
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ	
Ткачева В.В., Вершинина А.Ю.	109
«О ЧЁМ ГОВОРИТЬ, КОГДА НЕ О ЧЕМ ГОВОРИТЬ» ИЛИ РОЛЬ СЛУХОВ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
Тухватулина Л.Р.	111
ОСОБЕННОСТИ ГЕНДЕРНОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИЕЙ	
Уфимцева Я.В.	116
СТРАТЕГИЧЕСКАЯ МЫСЛЬ ДРЕВНЕГО КИТАЯ В ТРАКТАТЕ СУНЬ-ЦЗЫ	
Феденкова А.С.	119
РАЗРАБОТКА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	
Федосеенко Т.В.	120
СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗа НА ОСНОВЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА	
Федотова Е.С.	122
РАЦИОНАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА НА ОСНОВЕ МЕТОДА «5 S» – ПРОГРЕССИВНОЙ ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО РАБОЧЕГО МЕСТА	
Федяева А.Е.	125
УПРАВЛЕНИЕ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	
Хасанов Т.Х., Погосян В.А.	127

ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНСТРУМЕНТОВ МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА	
Хлебников Е.Н.	129
ЗНАЧЕНИЕ МОТИВАЦИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ	
Челедина К.В.	132
ЭТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНИЗАЦИИ	
Черепанова Н.В.	135
ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ	
Чистякова Н.О., Шаповалова Н.В., Королева Н.В.	138
ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОЧЕГО ПРОСТРАНСТВА И СОЗДАНИЕ БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ ТРУДА	
Шашкова А.В.	140
ПРОБЛЕМЫ ЕСТЕСТВЕННОГО ПРИРОСТА НАСЕЛЕНИЯ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ	
Шевцова Н.В., Аюпова Д.О.	142
СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА МЕТОДОВ АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Шитова Е.С.	144
АТТЕСТАЦИЯ РАБОЧИХ МЕСТ ПО УСЛОВИЯМ ТРУДА	
Шкрябина Н.А.	146
ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ МЕНЕДЖЕРА ПО ПЕРСОНАЛУ	
Шкуратова Н.А., Бобровская Е.С., Мещанинов А.А.	148
Секция IV. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ	
ХАРАКТЕРИСТИКА ДОХОДНОГО И СРАВНИТЕЛЬНОГО ПОДХОДОВ	
Аракелян А.Р.	151
НЕСОВЕРШЕНСТВО МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ГУДВИЛЛА	
Богунова А.Е.	153
ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БИЗНЕСА: СРАВНЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ЗАТРАТНОГО И ДОХОДНОГО ПОДХОДОВ	
Бохонец О.А., Васильковская Н.Б.	155
АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ И ПУТЕЙ ЕЕ СНИЖЕНИЯ	
Варюшкин А.С.	157
УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА	
Войшева А. С., Кащук И.В.	159
ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БИЗНЕСА	
Гаак В. В.	161
ОСОБЕННОСТИ И ФАКТОРЫ ОЦЕНКИ ПРЕДПРИЯТИЯ В АНТИКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД	
Гомбоева Л.В.	163
УПРАВЛЕНИЕ ПОРТФЕЛЕМ АКЦИЙ: ПРОБЛЕМА РЫНОЧНОГО РИСКА	
Дробот Л.П.	165
ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ РАБОТНИКОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРОЦЕДУРЫ БАНКРОТСТВА	
Емельянов А.С., Горохов А.А.	167

АНТИКРИЗИСНЫЙ PR В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА	
Ерёмина Е.А., Кашук И.В.	169
ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ	
Захаренко А.В.	171
СУЩНОСТЬ ПРОЦЕДУРЫ ДОСУДЕБНОЙ САНАЦИИ	
Зосимов М.М.	173
ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ	
Иванов К.И.	176
ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ФАКТОРА НА ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА	
Иванова Ю.И.	178
ОСОБЕННОСТИ ДИАГНОСТИКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ НА РЫНКЕ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ	
Ивашечкина Ю.С., Павленко А.Н.	180
УЧЕТ ВЛИЯНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА СТОИМОСТЬ НЕДВИЖИМОСТИ	
Казарьян Д.А., Кашук И.В.	183
ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К ЭКСПЕРТУ-ОЦЕНЩИКУ	
Карнаухов А.К.	185
СИСТЕМА КОЛИЧЕСТВЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНЦИИ НА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКАХ	
Кашук И.В.	188
СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В ВОПРОСАХ ФОРМИРОВАНИЯ И ОЦЕНКИ РЫНКА КЕРАМИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ И ИЗДЕЛИЙ	
Кашук И.В.	192
ОЦЕНКА БИЗНЕСА В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ	
Кобзарь Н.В., Кашук И.В.	195
СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ АНТИКРИЗИСНОГО МАРКЕТИНГА: АРОМАМАРКЕТИНГ, ЦВЕТОМАРКЕТИНГ И ПСИХОГРАФИКА	
Колесникова Д.С. Киселева Е.С.	197
ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ, ВОЗНИКШИХ У ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПЛАНА ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ	
Косова Ю.Е., Киселева Е.С.	201
ДЕВЕЛОПМЕНТ: ДО И ПОСЛЕ КРИЗИСА	
Костенко М.А.	203
МИРОВОЙ ОПЫТ ОЦЕНКИ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Худяков Д.А.	205
ОЦЕНКА КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ, ЕЁ ЗНАЧЕНИЕ И ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ	
Куюмжи С.С., Кашук И.В.	207
РЫНОК ОЦЕНОЧНЫХ УСЛУГ И ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА	
Лущинская К.А.	210
ОСОБЕННОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО PR В СТРАХОВАНИИ	
Максимова А.И.	212
ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ НЕДВИЖИМОСТИ	

Маловата А.Ф., Кашук И.В.	214
ОЦЕНКА СТАРТАПОВ ВЕНЧУРЫМИ ИНВЕСТРАМИ	
Михайлов С. В., Кашук И. В.	216
ВЕНЧУРНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ	
Молявкин И.А.	218
ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА	
Мустафина Л.Х.	220
НЕЗАВИСИМАЯ ОЦЕНКА УЩЕРБА	
Никитин В.И.	223
МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ УСЛУГ: СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ	
Норкина А.Д., Киселева Е.С.	225
ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ КРИЗИСА, ЕГО ДИНАМИКА	
Овсейко А.Н.	227
РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ: КАК УМЕНЬШИТЬ ДОЛГОВУЮ НАГРУЗКУ НА ПРЕДПРИЯТИЕ	
Осипов И. П.	229
СТРАТЕГИИ, МЕТОДЫ И ПРОЕКТЫ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Павленко А.Н.	231
СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ КАК ОБЪЕКТОМ ОЦЕНКИ	
Петроченко Е.Н., Кашук И.В.	235
ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕСА: ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОБ ИНДИВИДУАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕ И ЮРИДИЧЕСКОМ ЛИЦЕ	
Прохоренко В.Д.	238
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРАКТИКИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ТЕРРИТОРИЕЙ С УЧЕТОМ НОВОГО ПОДХОДА К РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ	
Рощина Г.С.	240
ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА УНИТАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	
Семашко А.А.	242
ОЦЕНКА В УСЛОВИЯХ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ	
Семин К.Ю.	245
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Синтюк Э. С.	247
ПРОЦЕСС ОЦЕНКИ БИЗНЕСА	
Соловьёв И.С.	249
РОЛЬ МАРКЕТИНГА В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ	
Соснина М.Л.	251
ПРАВОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ	
Ставицкий М.С.	253
ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ПРИ УПРАВЛЕНИИ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ	
Степанюк Н.М., Кашук И.В.	255
ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ	
Хворостяная О.Г.	258

ИНТЕРНЕТ-PR В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ:
ПРЕИМУЩЕСТВА И ПРОБЛЕМЫ
Черемнова М.А.260
ДИАГНОСТИКА КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ В МУНИЦИПАЛЬНЫХ
ОБРАЗОВАНИЯХ И СПОСОБЫ ЕЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ
Черкашин Д.Н.262
СУЩНОСТЬ МЕТОДА КАПИТАЛИЗАЦИИ ДОХОДОВ В ОЦЕНКЕ
ПРЕДПРИЯТИЯ
Чернов А.А.264
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СЛИЯНИЯ ПОГЛОЩЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ
«КУЗБАССКОЙ ВАГОНОСТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ» И ОАО РАЗРЕЗ
«ШЕСТАКИ»
Чесноков Н.С.266
РОЛЬ СОЦИОНИКИ В КАДРОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ В
ПЕРИОД КРИЗИСА
Чечнева Н.Г., Киселева Е.С.268
ВЛИЯНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА
ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ
Чуваткин А.О., Павленко А.Н.270
МЕРЫ АНТИКРИЗИСНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ КИТАЯ
Чэнь Вэньчжао274

**Секция V. ЗАЩИТА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ
БЕЗОПАСНОСТЬ**

АНАЛИЗ ХАРАКТЕРИСТИК ЭЛЕМЕНТОВ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ СХЕМ
ОБЕСПЫЛИВАНИЯ ГАЗОВ
Арзамасцева Е.Ю.278
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ЗАЩИТЫ
ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ
Афанасьев К.Ю.280
ВОЗМОЖНОСТИ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТОЧНЫХ ВОД ТЭЦ
Бабушкин Н. А.282
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ОТ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ
ВНУТРИТРУБНОЙ ОЧИСТКИ И ИНГИБИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «РН -
ПУРНЕФТЕГАЗ»
Бархатов А.Ф., Федин Д.В.285
ТЕХНИКО – ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВНЕДРЕНИЯ СКН В
ПОТОКЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕ «ПУРНЕФТЕПРОДУКТ»
Бархатов А.Ф., Федин Д.В.287
ПЕРСПЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОПУТНОГО НЕФТЯНОГО ГАЗА
Бочкарёва Ю.В.290
ПРИМЕНЕНИЕ ЦЕОЛИТА САХАПТИНСКОГО МЕСТОРОЖДЕНИЯ ДЛЯ
УДАЛЕНИЯ ЖЕЛЕЗА ИЗ ПРИРОДНОЙ ВОДЫ
Вейсгейм А.С.292
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИК АНАЛИЗА ОБЪЕКТОВ ОКРУЖАЮЩЕЙ
СРЕДЫ НА СОДЕРЖАНИЕ ИОДА С УЧЕТОМ ВОЗМОЖНОЙ
НЕАДДИТИВНОСТИ СИГНАЛОВ
Зайка Я. Г.294

ТЕРМОДИНАМИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АТМОСФЕРЫ ЗАПАДНОЙ СИБИРИ В ДНИ С ГРАДОМ	
Золотухина О.И., Константинова Д.А.	296
СТРОЕНИЕ АТМОСФЕРЫ ЗАПАДНОЙ СИБИРИ В ДНИ С ГРАДОМ	
Кольяк А.В., Константинова Д.А.	298
ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА АТМОСФЕРНОГО ВОЗДУХА НА ГРАНИЦЕ САНИТАРНО-ЗАЩИТНОЙ ЗОНЫ ЗАО «СЕВЕРСКИЙ СТЕКОЛЬНЫЙ ЗАВОД»	
Корф Е.Д. ,.....	300
АПРОБАЦИЯ ФОТОМЕТРИЧЕСКОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО КРАСИТЕЛЯ С ЦЕЛЬЮ МОНИТОРИНГА ОБЪЕКТОВ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ	
Морозова В. В.	302
ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОТ ВНЕДРЕНИЯ ВЕНТИЛЯЦИОННЫХ УСТАНОВОК С РЕКУПЕРАЦИЕЙ ТЕПЛА	
Пиховкина Н.В.	304
ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ПРИ ПОВЫШЕНИИ УРОВНЯ ТЕПЛОЗАЩИТЫ ЗДАНИЯ	
Садовников Е.С.	307
ЦИКЛОГЕНЕЗ НАД ЗАПАДНОЙ СИБИРЬЮ	
Топорова Н.С.	309
ТЕРМОДИНАМИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АТМОСФЕРЫ ПРИ ГРОЗАХ НА ЮГО-ВОСТОКЕ ЗАПАДНОЙ СИБИРИ	
Тунаев Е.Л., Константинова Д.А.	311
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ	
Харзова Н.Ю.	313
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ВОДНО-ХИМИЧЕСКОГО РЕЖИМА НА ОМСКОЙ ТЭЦ-2	
Чащина С.А.	315
ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПАСПОРТ КАК АППАРАТ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЧНОСТЬЮ ЖИЛЬЯ	
Чащина С.А., Афанасьев К.Ю.	317
ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИЗВЛЕЧЕНИЯ ДИОКСИДА УГЛЕРОДА ИЗ ДЫМОВЫХ ГАЗОВ ТЭЦ	
Чащина Ю.А.	319
ENGLISH SECTION	
THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN THE INNOVATIVE ECONOMY	
Adova A.V.	322
INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP BASED ON PROJECT «SEISMO PRO»	
Akchelov E.O.	324
“THE OIL NEEDLE” OF RUSSIA	
Bakhtigareev R.N.	325
CREATIVE MANAGEMENT	
Bervinova J.A., Smirnova M.V.	327
CONFLICT MANAGEMENT AS A METHOD OF MANAGEMENT	
Borodich KV, MA	329
INNOVATION MANAGEMENT FOR SURVIVING IN A FIERCE COMPETITION	
Chjao Kay	331

THE FUNCTIONS OF OFFICIAL FINANCIAL INSTITUTIONS IN PROMOTING FOREIGN DIRECT INVESTMENTS	
Chju Bin	333
INNOVATION MANAGEMENT	
Chuvatkin N.O.	335
THE PROBLEMS OF FINANCING INVESTMENT ACTIVITY OF COMPANIES IN RUSSIA	
Demshina Y.V.	336
BANK ADVERTISING	
Dolgih Y.I.	338
THE DEVELOPMENT OF REMOTE BANKING SERVICES	
Eliseeva E.V., Grigoryev M.I.	341
EVALUATION OF COMPANY	
Ezangina T.A.	342
THE MAIN INVESTMENT ATTRACTIVE SECTORS OF THE ECONOMY OF SIBERIA	
Fakushina A.M., Badanina A.A.	345
IMPROVING COMMUNICATION – TIPS FOR MANAGERS	
T.V. Fedoseenko	347
THE PROBLEM OF POVERTY IN RUSSIA	
Garmaeva A. A.	349
SOCIAL AND ECONOMIC INNOVATIONS	
Gavrilova E.S.	351
CORPORATE SECTOR AND THE STATE IN THE STRATEGY OF GLOBAL COMPETITIVENESS OF THE NATIONAL ECONOMY	
Golovkina E. P.	354
CREATING A CLIMATE FOR INNOVATION	
Gustap N.N., Gusarova N.S.	355
THE NEED OF INNOVATION IN OIL AND GAS INDUSTRY	
Isaev A., Sidorov A.	357
THE METHOD OF SETTING PRICES BASED ON THE VALUE AND UTILITY OF GOODS	
Ivanova V.M.	358
NATURAL MONOPOLIES IN RUSSIA	
Ivanova E. A.	360
MODERN PROBLEMS OF RUSSIA’S JOINING THE WORLD TRADE ORGANIZATION	
Karavaeva V. S,	362
INNOVATION MANAGEMENT	
Кашафтинова К.А., Вахтангури Ш.Р.	363
PSYCHOLOGICAL PHENOMENA IN ECONOMIC EXPERIMENT	
Kashapova E.R.	365
THE MANAGEMENT OF E-COMMERCE	
Khasanov T.K., Pogosyan V.A.	367
MODERN PROBLEMS OF RUSSIAN BANKING SECTOR	
D.V.Klepikova	369
MARKETING ACTIVITY OF HOLDINGS ON THE EXAMPLE OF THE ADVERTISING DIGEST OF THE CITY OF TOMSK	

Колотовкина К.Ю.	371
ATTRACTING FOREIGN DIRECT INVESTMENTS IN RUSSIA	
M.V. Konareva	372
THE INFLUENCE OF CORPORATE STYLE OF ORGANIZATION FOR ITS ACTIVITIES	
Koroleva M.E.	375
ANTI-RECESSION MARKETING	
N.V. Korshunov, K.A. Lushchinskaya	376
RUSSIA AND THE WTO: THE ADVANTAGES AND DISADVANTAGES	
Kovalchuk T.V., Feshchenko V.A., Nguen Minh Bien	379
THE COCEPT AND ISSUES OF INTERNATIONAL MANAGEMENT	
Korobeinikov R.I., Krasilnikov D.N.	380
ARE MTPL TARIFFS RAISING REQUIREMENTS WELL-GROUNDED?	
Krivovyaz N.V., Vorobyova V.V.	383
THE CRUCIAL PROBLEMS OF RUSSIAN INNOVATIVE ECONOMY	
Lashinskaya Liudmila	384
VIETNAM'S WAY TO WTO	
Liu Fu Tan	386
THE MAIN PROBLEMS OF THE REFORM OF HOUSING AND COMMUNAL SERVICES IN RUSSIA	
Makarova K. I.	388
STIMULATING MARKETING EFFICIENCY WITHIN A COMPANY	
Mertus J.A.	390
INSTITUCIONAL DEVELOPMENT OF HUMAN SERVICES	
Minina T.A.	392
THE DEVELOPMENT OF SUCCESSFUL CUSTOMER LOYALTY PROGRAMS	
Muhamedova M.M.	394
THE ACTUAL PROBLEMS OF NIGERIA'S UNEMPLOYMENT	
Nguen Dyk An	396
THE RELATIONSHIPS OF GOVERNMENT AND PRIVATE CORPORATIONS IN SOUTH KOREA	
Nguen Man Hyng, National	397
MARKETING ROLE IN MARKET ACTIVITY	
Nguyen Quang Chung	399
THE BLACK ECONOMY	
Novoseltseva I.U.	401
ANTIRECESSION MANAGEMENT	
Nuretdinova A.F.	403
NECESSITY OF CONTINUOUS STUDY OF RISKS NATURE IN ORGANIZATIONS FOR MORE EFFECTIVE MANAGEMENT	
Pavlova O.V.	405
KEYNESIAN THEORY: STATE INTERFERENCE ACCORDING TO ACHIEVE ECONOMIC EQUILIBRIUM	
Pan Zin	407
ELECTRONIC COMMERCE	
Pestereva M.V.	408
MANAGEMENT OF PRODUCT RANGE IN INDUSTRIAL PRODUCTION	
Pestereva A.A., Salikhova A.D.	410

MERGERS CONTINUE A PACE IN SPITE OF AN ALARMING FAILURE RATE	
Nurudeen Tijani, Petrova G.A.	412
UNEMPLOYMENT IN THE PERIOD OF CRISIS	
Pleshakova R.V.	413
ANALYSIS OF TOMSK CELLULAR COMMUNICATIONS MARKET	
Прасолов П.В., Андреева О.В.	415
INNOVATION IN OIL AND GAS INDUSTRY	
Pudovkin S.A. Kodryan E.M.	417
DECENT WORK IN THE INFORMAL SECTOR	
Rakovskaya V.S.	418
MONETARY METHOD AND HIS INFLUENCE ON ECONOMICS	
Rudenko A.M.	421
MODERN APPROACHES TO THE INTERNAL PERSONNEL AUDIT	
Sabirova D.T., Kovalenko N.A.	423
THE PILOT PROJECT AS A METHOD OF HEALTH MANAGEMENT IN TOMSK REGION	
Saulina O.V.	425
CHANGE MANAGEMENT – THE NEW IMPERATIVE	
Savostina O.A.	427
WORD EXPERIENCE IN SPHERE BUDGETARY POLICY	
Schegolev V.V.	429
STRATEGIC COMPETITIVE ANALYSIS	
Selevich T.S.	431
HARMONIZATION OF FINANCIAL REPORTING	
Shaferova D.A.	433
THE USE OF OPTICAL ILLUSIONS IN MARKETING	
Shatokhina E., Matalasova E.Y.	435
GOALS AND OBJECTIVES OF PERSONNEL MANAGER	
U.S. Sirazitdinova., O.A. Pachkal	437
THE ENVIRONMENTAL PROBLEM OF ECONOMICS	
Skorohodova A.S.	439
GLOBALIZATION: THE PERSPECTIVES FOR RUSSIA	
Solovieva N.N.	441
CRISIS - NEW PROBLEMS OR NEW OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF INNOVATIONS?	
Evgenia Spirina	443
CHINESE SCHOOL OF MANAGEMENT	
Сычев В.В., Горенкова А.А.	445
SMALL INNOVATIVE BUSINESS	
Usmanova O.S.	447
PRINCIPAL VIEWS OF THE ACCOUNTING REPORTING	
Vinogradova Y.S.	449
THE STATE BUDGET AS AN EFFECTIVE MEANS OF REPAYMENT OF EXTERNAL DEBT.	
Vorobyova Y. S., Desyatova A. S.	451
THE TASK OF THE CHOICE OF PRIOR INVESTMENT PROJECTS	
Voshev A.S.	454
STATE REGULATION OF AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX IN RUSSIA	

Yakushenko T.S.	456
UNEMPLOYMENT IN RUSSIA	
Yashkina E.D.	458
SENSORY BRANDING	
Zaharenko A.V., Prokhorenko V.D.	460

ПРЕДИСЛОВИЕ

Сегодня Национальный исследовательский Томский политехнический университет входит в число крупнейших технических вузов России и представляет собой научно-образовательный комплекс с хорошо развитой инфраструктурой научных исследований, инновационной деятельностью и подготовки кадров высшей квалификации. В 2009 году ТПУ победил в конкурсном отборе программ развития университетов, в отношении которых устанавливается категория «национальный исследовательский университет».

Национальный исследовательский Томский политехнический университет, основанный в 1896 г., стал крупнейшей за Уралом кузницей инженерных кадров и лидером в сфере образования и науки. ТПУ активно участвует в крупных международных программах и проектах, таких как TEMPUS, DAAD, TACIS, INTAS, REAP, FULBRIGHT. Наш университет получил первым в России сертификат National Quality Assurance (NQA, Великобритания) на соответствие Системы Менеджмента качества ISO 9000. Огромное внимание в ТПУ уделяется развитию молодежной и студенческой науки. На факультетах и кафедрах ежегодно проводятся более 130 научных мероприятий: конференций, школ, конкурсов, олимпиад, совещаний и праздников.

Бережно сохраняя традиции ТПУ и осуществляя единство фундаментальных и прикладных исследований, инженерно-экономический факультет стремится к освоению новых направлений современной экономической теории, решению проблем менеджмента, маркетинга и экологии; к формированию у будущих специалистов нового видения будущего Российской экономики. На протяжении последних лет все кафедры ИЭФ ведут огромную работу по привлечению талантливой молодежи к участию в научно-практической конференции «Энергия молодых – экономике России».

**Ученый секретарь конференции,
доцент кафедры маркетинга
и антикризисного управления**

Т.Б. Варлачева

**Секция III.
МЕНЕДЖМЕНТ XXI ВЕКА**

**ИСТОРИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К НОРМИРОВАНИЮ ТРУДА
В РОССИИ**

Абрашкин М. С., студент

Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники

E-mail: Abrashkinms@mail.ru

Научный руководитель: Дерябина Е. В., к.э.н., доцент.

Бурный рост промышленности на рубеже XX века породил стремление предприятий к получению лучших результатов работы с наименьшими затратами человеческих ресурсов. Поэтому в начале прошлого столетия в России усиливается интерес к трудовым операциям, нормированию труда. Этот процесс был в большей степени стимулирован экспериментальными исследованиями всемирно известного русского физиолога И.М.Сеченова, послужившим основой для созданного им позже теоретического учения о трудовых движениях человека. Он исследовал машинные режимы обработки материалов, искал лучшие способы их соединения с трудовыми процессами, а также способствовал внедрению хронометража как основного метода аналитического нормирования. Его труды «Физиологические критерии для установки длины рабочего дня» и «Очерк рабочих движений человека» имели практическое применение для становления нормирования труда как науки.

Наряду с Сеченовым исследованием трудовых процессов занимались и другие физиологи, такие как И.П. Павлов, обосновавший закономерности трудовых процессов на основе учений о высшей нервной деятельности, В.М. Бехтерев, рассмотревший социальные стороны нормирования, М.С. Уваров, Г.В. Хлопин, Ф.Ф. Эрисман и другие.

Формирование отечественной науки управления и организации труда разворачивалось в 20-е годы на фоне острой дискуссии вокруг системы Тейлора и вопросов НОТ. Одни считали его приемлемым почти без оговорок, а другие почти целиком отвергали идеи Тейлора. В январе 1921 г. была проведена первая Всероссийская конференция по научной организации труда и производства, определившая основные принципы нормирования труда. Активную роль в проведении конференции сыграл О.А. Ерманский, выдвинув теорию о «физиологическом минимуме». Суть его работы сводилась к установлению нормы для каждого рабочего, исходя из физиологических возможностей его организма. Рассматривалась возможность существования «индивидуальных норм» как меры затрачиваемых им усилий при выполнении производственного задания, на основе оценки его возможностей.

Для разработки методологических и научно-исследовательских работ по основам нормирования труда в 1921 году под руководством А.К. Гастева был создан Центральный институт труда. Позднее были созданы Казанский институт научной организации труда (директор - И.М. Бурдянский), ВСУИТ - Всеукраинский институт труда (директор - Ф.Р. Дунаевский), ТИНОП - Таганрогский институт научной организации производства (П.М. Нсманский), основной деятельностью которых также рассматривались проблемы нормирования труда рабочих.

Целью создания ЦИТа была разработка методик обучения, позволявших рабочим самим объективно оценивать и организовать свой труд, которые в дальнейшем получили название трудовых установок. По мнению Гастева Он отмечал, ни Ф. Тейлор, создавший инструкционную карточку, ни Г. Гилберт не создали оптимальной методики повышения инициативности работников к труду. Цель методики Гастева заключалась в том, что он ставил перед собой цель активизации рабочих масс, «вселяя в них беса изобретателя, беса, который заставляет постоянно пробовать, постоянно приносившись, заставляет быть активным и осторожным при всех условиях»[1]. ЦИТ усовершенствовал содержание Тейлоровских карточек, которые содержали лишь описание последовательности трудовых действий. В квалификационных характеристиках ЦИТа учитывались особенности профессии, рабочего типа, оборудования, выполняемой операции, конкретного работника, что способствовало созданию информационной базы, которая позволяла значительно повысить точность определяемой нормы труда. Гастев утверждал, что «в современном нормировании отсутствует твердый отправной документ, это – именно развитая квалификационная характеристика рабочего, включающая и паспортизацию оборудования. Именно на неё, а не на голую номенклатуру должен ссылаться нормировщик в своей работе» [2, с. 391].

Концепция ЦИТа охватывала не только производство, но и новую трудовую культуру людей. Низкий уровень культуры труда проявляется в большом количестве «совершенно лишних сопутствующих движений», а процесс оптимизации движений происходит абсолютно интуитивно. По мнению Гастева, культуру необходимо прививать изначально, в период первоначального обучения работников, так как «гораздо труднее работников переобучать, чем обучать» [2, с.258]. Поэтому в ЦИТе также занимались вопросами обучения работников, «каждый кустарь выдумал свои способы работы», но они становились все более неприемлемыми в период «машинизации производства» [2, с.246]. Тем самым ставился вопрос о необходимости стандартизации обучения работников.

Таким образом, в центре внимания ученого оказывается первичная клеточка предприятия - работник на своем рабочем месте, а схема научного поиска разворачивается в направлении от микроанализа движений (приемов, операций) к разработке на основе закономерностей трудовых движений оптимальных методов труда.

На основе методов оценки затрат труда ЦИТу удалось разработать типологию видов работ, а специальные методики и инструментарии нормирования выводились с помощью «узкой базы». Одной из проблем с которой столкнулся ЦИТ - медленный процесс осознания необходимости учёта всех затрат рабочего времени, которому способствовала уверенность некоторых специалистов, в том, что на фоне часто случающихся простоев эти потери времени не имеют существенного значения. Тем самым тормозилось качество разрабатываемых норм.

Методологические подходы А.К. Гастева показали необходимость микроэлементного нормирования труда, дав мощный потенциал эволюционных научных взглядов на нормировании труда (см. Таблица 1).

Таблица 1 – Эволюция научных взглядов на нормирование труда.

Этап	Автор	Вклад в науку
До 60-х годов XX века	Пунский Я.М.	Систематизация и комплексный подход к нормированию труда. Актуализация разработки и использования микроэлементных нормативов труда.
	Спах А. Г.	Разработка рекомендаций по улучшению практики нормирования труда.
	Иоффе В.М.	Разработка методики микроэлементного нормирования. Создание нормативов некоторых умственных приёмов.
	Борхов Ф.Ф.	Методики расчетов ручных приемов и темпов работы по движению.
	Комплев В.П.	Основы структурного строения рабочих операции по элементам. Дал определение понятия «простой элемент».
	Труханов А.А.	Введение стандартной шкалы относительных длительностей движений, переходные коэффициенты и другие предложения по совершенствованию методик нормирования труда.
60-90-е годы XX века	Петроченко Н.Ф.	Комплексное обоснование норм при бригадной организации труда.
	Генкин Б.М.	Систематизация и оптимизация трудовых процессов и норм труда, теорией и методами мотивации, организацией заработной платы.
	Шерман Е.И.	Рекомендации по количеству замеров самофотографии рабочего дня промышленно-производственного персонала.
	Миускова Р.П.	Вопросы применения базовой системы микроэлементных нормативов времени (БСМ) в организации и нормировании труда рабочих

Научные разработки по нормированию, обоснованию норм труда имели и ряд других советских учёных, таких как Гальцев В.М., Довба А.С., Новожилов С.С., Пригарин А.А. Лигский Ю.Д., Севостьянов Н.Д., Арон Е.И., Ориентлихер Г.Ф., Ренга Т.Н., Бухалков М.И. и др. К 90-м годам отечественные ученые и практики разработали теорию и методологию принятия решений в области нормирования и организации труда.

В НИИ труда были разработаны методические рекомендации по нормированию труда рабочих. Нормативная база по труду включала более 750 наименований сборников нормативов по труду применительно к отраслям народно-хозяйственного комплекса. Однако сейчас, в посттрансформационный период отечественной экономики многие из них оказались не востребованными и все чаще

возникает необходимость в переориентации нормирования труда на современные рыночные отношения.

Список используемой литературы:

1. Генкин Б. М., Петроченко П. Ф., Бухалков М. И. и др. Под. Ред. Б. М. Генкина. Нормирование труда. – М.: Экономика, 1985..
2. Гастев А.К. Как надо работать. Практическое введение в науку организации труда. М.: Экономика, 1972.

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ И ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Айчанова Е. А., студент

Кузбасский государственный технический университет

E-mail: wurupovert@mail.ru

Научный руководитель: Бугрова С. М., доцент, к.э.н.

Сейчас подход к управлению качеством стал актуальным для российских предприятий. Это обусловлено по большей части глобализацией и переходом экономики на новый уровень. Если предприятие хочет выйти на новый уровень производства и найти новые рынки сбыта ему, несомненно, придется столкнуться с сертификацией, так как потребители хотят видеть продукцию соответствующую требованиям системы менеджмента качества (СМК) серии 9000. Но не стоит смотреть на это односторонне, так как это выгодно в первую очередь, самому предприятию. Управление качеством, если к этому подходить системно, как этого требуют стандарты ИСО 9000, ведет к уменьшению издержек, а значит к увеличению прибыли и высвобождению денежных средств для дальнейшего роста компании.

Перед внедрением СМК проводится анализ оптимальности условий выполнения бизнес-процессов. Цель данного анализа – получить информацию для оценки и поиска возможностей оптимизации вышеуказанных условий с точки зрения выполнения требований к качеству. Результатом анализа может стать ликвидация некоторых операций или процессов. На основе данной информации формируются цели и планы для улучшения процессов, а так же организуется соответствующая работа по их выполнению, которая контролируется и при необходимости корректируется. В теории это выглядит намного проще, чем оказывается в действительности. При внедрении СМК предприятие может столкнуться с рядом проблем по следующим аспектам. В первую очередь это касается управленческих решений[1]. Управленческие решения составляют основу процесса менеджмента. Решения, принимаемые менеджерами организации должны удовлетворять целому ряду обязательных требований, в том числе целевой направленности, обоснованности, выполнимости, адресности, правомочности, непротиворечивости, своевременности, результативности. При этом каждое решение связано с риском. Но в современных рыночных условиях без риска не обойтись. И порой, чем выше риск, тем прибыльнее деятельность. В соответствии с ГОСТ Р 51879-2002, риск представляет собой сочетание вероятности события и его последствий. Термин «риск» используют только в случае возможности негативных явлений.

Следующий важный блок на который следует обратить внимание это корпоративная культура. Под корпоративной культурой следует понимать установленные руководством и поддерживаемые персоналом духовные ценности организации. Корпоративная культура касается внутренней жизни организации. Она определяет манеру поведения персонала, его приверженность господствующим в организации идеям и принципам, формы проведения досуга персонала и многое другое. Интерес к корпоративной культуре непрерывно растет, что связано с пониманием значимости ее влияния на успех организации в бизнесе: мировая практика свидетельствует о том, что процветающие компании отличаются высоким уровнем корпоративной культуры. Забота о своих сотрудниках начинается с миссии компании. Миссия организации в удобной для восприятия форме определяет ее социальное предназначение и дает возможность взглянуть на деятельность организации, что называется с вершины пирамиды. Миссия позволяет каждому сотруднику организации представить себя частью целостного образования и ощутить свою сопричастность к общему делу.

Еще одним важным аспектом при внедрении СМК является постоянное улучшение[1]. Постоянное улучшение - следствие непрерывного стремления организации превзойти достигнутые ею ре-

зультаты в различных областях деятельности. Диапазон постоянных улучшений исключительно широк: от постепенных (шаг за шагом), никогда не прекращающихся улучшений по-японски, до периодически реализуемых проектов прорыва, т.е. изменений принципиального характера (инноваций).

Инновации (нововведения) – одна из присущих современному менеджменту составляющих, что позволяет некоторым специалистам считать их "встроенными" в механизм менеджмента. Являясь источником постоянного обновления, инновации служат основой для развития менеджмента и бизнеса организации. Они выражаются в новаторских подходах, методах, приемах и средствах решения актуальных проблем менеджмента. История свидетельствует, что весь XX в. прошел под знаком постоянных инноваций в менеджменте организаций. Считается, что постоянные инновации в настоящем мире – одна из самых важных стратегий для выживания.

Особую роль в улучшении деятельности организации в современных условиях играет использование информационных технологий, под которыми принято понимать применение компьютеризированных телекоммуникационных средств для сбора, хранения и обработки информации в различных сферах деятельности организации. Уже более 30 лет информационные технологии используются для управления операционными системами, ведения бухгалтерского учета и др. В 90-х годах XX в. информационные технологии стали применяться для радикального реконструирования (реинжиниринга) процессов, что ознаменовало наступление нового этапа информационной эры, а именно – этапа перехода от автоматизации отдельных функций к комплексной процессно-ориентированной автоматизации. Сегодня недооценивать или тем более игнорировать роль информационных технологий в повышении качества менеджмента и бизнеса организации уже нельзя, поскольку они позволяют устранять организационные и информационные разрывы, дублирование функций, нерациональное использование ресурсов, повышают скорость принятия управленческих решений.

Организация, решившая начать работу по внедрению современной СК, должна целенаправленно заниматься управлением изменениями, что в российских условиях не может не вызвать сопротивление. В результате анализа накопленного в нашей стране опыта можно обозначить следующие четыре барьера, препятствующие получению осязаемого результата от работы по внедрению СК[2].

1. Непонимание высшим руководством, что такое качество, и как улучшение качества влияет на эффективность работы организации в целом; ориентация руководителей предприятий исключительно на финансовый результат.

Для преодоления этого барьера нужно время. В любом случае уровень знаний руководителей и специалистов будет повышаться, пробуждая у них интерес к современным методам организации бизнеса. Поэтому при условии сохранения в нашей стране экономической стабильности можно с большой долей уверенности предсказать переход "количества" знаний, которыми обладает высший менеджмент, в их "качество".

2. Сопротивление работников любым изменениям, происходящим в организации.

Осуществляя любые изменения в организации (и не только связанные с системным управлением качеством), высший менеджмент должен осознавать, что сопротивление этому работников вполне закономерно. Судя по всему, российский менталитет обуславливает даже повышенную сопротивляемость изменениям. Поэтому руководители компаний должны уделить особое внимание решению этой проблемы, применяя предусмотренные управленческой наукой и практикой инструменты и методы управления процессом изменений.

3. Рассмотрение процесса совершенствования управления качеством как очередной программы, имеющей свое начало и конец.

При разворачивании в компании работы по созданию, развитию и совершенствованию СК персонал буквально на первых этапах теряет интерес к происходящему, так как воспринимает его навязанным сверху. Как правило, это обусловлено тем, что первые результаты, подтверждающие движение компании в правильном направлении, приходят далеко не сразу, а при неэффективной организации работы в данном направлении могут и не появиться. Поэтому резко возрастает роль лидера, не только имеющего четкое видение ситуации и способного устанавливать цели организации (не противоречащие целям ее работников), но и обладающего талантом увлечь за собой сотрудников.

4. Ориентация исключительно на технические улучшения.

К настоящему времени многим работникам еще свойственно весьма узкое восприятие того, что же влияет на качество. При этом превалирует мнение, что только производственный процесс действительно влияет на решение проблемы качества.

Обобщая основные проблемы применения стандартов ИСО серии 9000 и принципов TQM в российских компаниях, следует отметить, что главные сложности обусловлены доминированием организационной культуры, сложившейся в советское время, и неразвитостью системы регулярного

менеджмента, ориентированного на условия конкурентного рынка. Поэтому переход к менеджменту по стандартам ИСО серии 9000 и принципам TQM требует параллельного формирования основных функциональных стратегий и общей стратегии фирмы.

К сожалению, у большинства российских компаний пока отсутствует внутренняя потребность в радикальной перестройке общего подхода к своей деятельности. Лишь некоторые компании осознают необходимость повышения своей реальной конкурентоспособности на мировом рынке и готовы упорно работать не ради формального получения сертификата на СК, а чтобы действительно стать конкурентоспособным предприятием не только на отечественном, но и на зарубежных рынках.

Список используемой литературы:

1. Свиткин М. От менеджмента качества – к качеству менеджмента и бизнеса: миф или реальность // Стандарты и качество, -№1, - 2004.
2. Овсянко Д. В., Широкова Г.В., Недельман В.А. Применение стандартов ИСО серии 9000 и принципов TQM в российских компаниях // Стандарты и качество, -№4, - 2005.

ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКИХ МОНОГОРОДОВ

Антонова И. С., ассистент

Томский политехнический университет

E-mail: e025dis@rambler.ru

Научный руководитель: Иванова О. П., профессор

Оздоровление российской экономики – основной девиз, под которым прошел весь 2009 г. Первым пунктом программы антикризисных мер правительства РФ на 2009 г стало *«Проведение еженедельного мониторинга увольнения работников в связи с ликвидацией организаций либо сокращением численности или штата работников»*. Увольнение, сокращение, а также неполная занятость работников в любом случае напрямую влияет на ухудшение социально-экономической ситуации в городе. Однако последствия таких изменений в первую очередь пагубны для моногородов, городов экономической базой которых является одно или несколько градообразующих предприятий, являющимися практически единственным местом трудоустройства основной части экономически активного населения. В связи с чем, в Программе антикризисных мер Правительства РФ на 2009 г. подчеркивается, что *«усилия по поддержке реального сектора экономики будут сосредоточены в первую очередь на поддержке градообразующих предприятий и организаций»*, которые являются ядром жизнедеятельности любого моногорода.

В стране по данным на 2008 г. насчитывается порядка 460 моногородов, население которых составляет четверть городского населения России. На долю градообразующих предприятий таких моногородов приходится 40% ВВП страны. Значение приведенных показателей возрастает в разы, принимая во внимание то, что до 13-15% чистой прибыли градообразующих предприятий направляется на поддержку социально-культурной сферы города, а также на развитие инфраструктуры.

Однако при фактически существующем числе моногородов в рамках антикризисных мер Министерством регионального развития из 460 моногородов в список монопрофильных включены лишь 252 города (из них 10 ЗАТО), а также 95 поселков городского типа и 11 сельских населенных пунктов, в которых проживает 16, 2 млн. чел. или 15,7% всего городского населения (11,5% всего населения страны) [1]. На рисунке 1 представлена структура моногородов по количеству и численности населения.

Структуру моногородов необходимо рассматривать в двух направлениях: число моногородов (населенных пунктов) в общем числе городов, а также число жителей моногорода (населенного пункта) в общем объеме населения страны. Второе представляется более показательным, поскольку 48,9% моногородов – моногорода федеральных холдингов. Это предприятия крупных бизнес-групп и компаний, региональных бизнес-структур и естественных монополий, в них проживает 11,8 млн. человек (71,5% всего населения моногородов или 8,3% населения страны). Тогда как почти половина общего числа монопрофильных пунктов (48,9%) приходится на малые города, поселки городского типа и сельские поселения с числом жителей менее 20 тыс. человек (8,6% населения) [2].

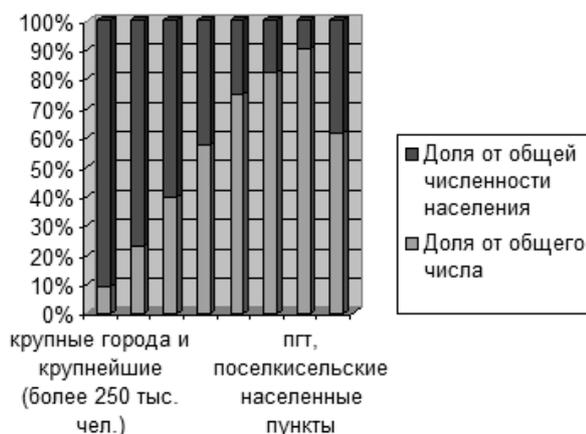


Рисунок 1 – Распределение монопрофильных городов и территорий по количеству и численности проживающего населения, %

Получается, что хотя по абсолютному количеству малые города и населенные пункты преобладают над крупными моногородами, крупные города вносят больший вклад в распределение производства по моногородам и играют решающую роль при распределении моногородов по отраслям народного хозяйства. Данные доводы объясняют значительный вклад моногородов в добычу топливно-энергетических полезных ископаемых и цветной металлургии. Также следует отметить, что большая часть монопрофильных поселений образована при предприятиях лесной и деревообрабатывающей промышленности (20%), машиностроения (17%), пищевой промышленности (14%) [3], последнее связано с историческим аспектом возникновения моногородов. Всего же предприятия монопрофильных поселений специализируются на 11 различных видах экономической деятельности.

С точки зрения регионального распределения половина всех моногородов расположена в Центральном и Приволжском федеральных округах, тогда как Уральский федеральный округ доминирует по численности населения, проживающего в моногородах, а также Сибирский и Приволжский федеральные округа (свыше 3 млн. жителей моногорода в каждом).

Особую роль в судьбе российских моногородов играет их удаленность от основных регионов развития. Так, к примеру, организации рыбного хозяйства являются градообразующими во многих приморских регионах страны и обеспечивают занятость населения. Особое значение это имеет для районов Дальнего Востока и Крайнего Севера, где добыча (вылов) водных биоресурсов является основным источником обеспечения жизнедеятельности населения, в том числе коренных малочисленных народов.

В [2] моногорода характеризуются с точки зрения привязанности к определенным типам экономического развития территории: агломерационному, сырьевому, промышленному. Моногорода агломерационного пояса – это, прежде всего, города-спутники (Воскресенск в Московской области, Новомосковск в Тульской области). Основные отрасли моногородов агломерационного развития – химическая промышленность и металлургия. Такие моногорода в меньшей степени страдают от удаленности от крупных центров развития и имеют преимущества социального развития, а следовательно, находятся в более выигрышном положении относительно прочих моногородов, повышая инвестиционную привлекательность моногородов данного типа.

Большая часть моногородов расположена в сырьевом поясе развития (Сургут, Нижневартовск в Ханты-Мансийском автономном округе, Новый Уренгой в Ямало-Ненецком автономном округе). В сырьевом поясе располагаются такие крупнейшие холдинги, как ОАО «Газпром», НК «Роснефть», ОАО «ЛУКОЙЛ», «Интеррос», «Базовый элемент» (включая ОК РУСАЛ). Моногорода, в которых такие предприятия являются градообразующими, показывают высокий естественный прирост населения, что, однако, ведет к дополнительной социальной нагрузке на город.

Производственный пояс, являющийся наиболее населенным, что является предпосылкой проблем социального характера моногородов данных регионов. Типичной ситуацией в производственном поясе является наличие одного крупное предприятие в качестве градообразующего, удаленного от полифункциональных городских целей. Это такие регионы, как Урал (Красноуральск, Каменск-

Уральский, Верхняя Салда, Верхняя Пышма в Свердловской области, Миасс, Магнитогорск) и юга Сибири (Междуреченск, Черногорск в Кемеровской области и др.).

Однако такое разделение представляется не полноценным, поскольку среди выделенных поясов размещения моногородов не определено положение наукоградов, ЗАТО, а также моногородов, отличающихся особой удаленностью от полифункциональных центров. Таким образом, представляется более рациональным разделение всех моногородов на: моногорода добычи и эксплуатации природных ресурсов; моногорода, не занимающиеся эксплуатацией природных ресурсов; а также города в прошлом «закрытые», градообразующим предприятием в котором является предприятие ВПК или НИИ, разрабатывающий военную тематику.

Таким образом, важной задачей дальнейшего исследования стоит в определении специфики моногородов различной отраслевой принадлежности в разрезе определения инвестиционной привлекательности как моногорода в целом, так и определенно ориентированного в отраслевом разрезе монопрофильного поселения.

Список используемой литературы:

1. Подходы к формированию долгосрочных инструментов развития монопрофильных городов // Рабочие материалы круглого стола // Москва, 10 декабря 2009 г. Министерство регионального развития РФ
2. Подходы к формированию долгосрочных инструментов развития монопрофильных городов // Рабочие материалы круглого стола // Москва, 10 декабря 2009 г. Министерство регионального развития РФ
3. Интервью заместителя Председателя правительства России Александра Жукова газете «Ведомости» №245, от 25.12.2008, с. А5

ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКИХ МОНОГОРОДОВ

Антонова И. С., ассистент

Томский политехнический университет

E-mail: e025dis@rambler.ru

Научный руководитель: Иванова О. П., профессор

Проблемы функционирования и развития моногородов можно представить в виде «снежного кома», в котором на специфические проблемы, свойственные непосредственно монопрофильным поселениям, наслаиваются, во-первых, общие проблемы российских предприятий. Такие проблемы связаны с модернизацией основных производственных фондов на основе усовершенствовании инвестиционного процесса на предприятии. Во-вторых, моногородам не чужды проблемы муниципального управления как любому прочему городу. В-третьих, принципиальной особенностью моногородов, отличающей их от прочих городов, является их крайняя неустойчивость к изменением внешних факторов, будь то ухудшение конъюнктуры на мировых рынках сырья или потеря госзаказов.

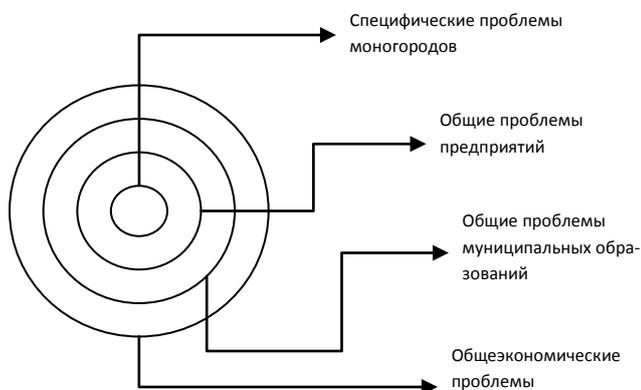


Рисунок 1 – Классификация проблем формирования и развития моногородов

Так, к *общеэкономическим* проблемам развития национальной экономики, непосредственно влияющим на уровень развития моногородов относят следующие проблемы: дефицит кредитного финансирования, высокие риски кредитования, неподъемная цена займа; низкий уровень информированности бизнеса, иностранных инвесторов о возможностях инвестирования; зависимость от макрофакторов.

К *общим* проблемам муниципального управления, а также развития городов относится: низкая доля собственных доходов и муниципальных образований; наличие разрыва между имеющимися финансовыми ресурсами и необходимыми муниципальными расходами; низкая доля собственных доходов, дефицит бюджета и необходимость организации инвестиций в объекты муниципальной инфраструктуры; низкая эффективность или полное отсутствие местных институтов развития; низкая эффективность и качество муниципального управления; низкий уровень участия местных сообществ в решении городских проблем; проблемы муниципальной собственности городов; плохая инфраструктурная обеспеченность городов; неудовлетворительное состояние ЖКХ, низкая инвестиционная привлекательность городов, слабое развитие малого и среднего бизнеса; социальные проблемы. [1].

На уровне предприятия следует выделить проблемы инвестиционного процесса при формировании и модернизации основных производственных фондов: низкая организационная эффективность; дефицит собственных средств на модернизацию производств; неэффективный процесс формирования амортизационного фонда, не позволяющий осуществлять расширенное воспроизводство; высокий износ основных производственных фондов. Перечисленные факторы значительно снижают инвестиционную привлекательность российских предприятий, а вместе со специфическими проблемами градообразующих предприятий приводят к неконкурентоспособности монопрофильных регионов России среди прочих регионов, а также на мировом рынке. При этом на долю моногородов приходится значительная часть социальных объектов.

К *специфическим* проблемам моногородов следует отнести: отсутствие скоординированной стратегии развития города и предприятия, а также принятие государственных инвестиционных решений, не обеспеченных стратегическим анализом; дефицит достоверной и оперативной информации по монопрофильным городам; низкая привлекательность монопрофильных городов и территорий; чрезмерная экологическая нагрузка на территорию города (применяется в зависимости от масштабов экологических проблем в монопрофильном городе); высвобождение значительного количества рабочей силы, повышение напряженности на рынке труда вследствие массовых сокращений, закрытия градообразующего предприятия; низкий уровень информированности властей о проблемах, состоянии, лучшем зарубежном отечественном опыте по повышению устойчивости развития монопрофильных городов, бизнеса – о возможностях инвестиций; низкая включенность монопрофильных городов в российское и мировое информационное поле; слабо проработанные управленческие технологии и неопределенность перспектив среднесрочного и долгосрочного развития монопрофильных городов и территорий. В работе [4] также отмечает специфические черты городского социума моногорода (профессиональная однородность жителей, меньшая социальная дифференциация, низкая профессиональная мобильность, ограничение экономических возможностей жителей, обедненная культурная среда, «фабричный» образ жизни, особые межличностные отношения между людьми, более ярко выраженная городская субкультура по сравнению с иными типами городов. Более того, доминирование добывающих отраслей среди моногородов обуславливает то, что отрасль все больше концентрируется на добыче, а не на переработке сырья. В результате на рынке труда большим спросом пользуется физический труд, нежели умственный.

Помимо уже перечисленных проблем, которые находятся в тесной взаимосвязи и взаимообусловленности, следует рассмотреть кластер проблем, имеющих, как представляется наибольшее значение как для анализа современного состояния, так и оценки перспектив развития отечественных моногородов – низкая инвестиционная привлекательность моногородов.

Как известно оценка инвестиционной привлекательности региона состоит из определения инвестиционного потенциала, а также оценки инвестиционного риска региона. Сравнительно более низкая конкурентоспособность в связи с высоким уровнем социальных затрат, удаленность моногородов – дополнительные затраты на транспортировку, энергоснабжение в районах крайнего севера – все это негативно отражается на инвестиционной привлекательности градообразующих предприятий относительно конкурентов, а следовательно и на инвестиционной привлекательности моногородов.

Однако представляется наиболее важным именно уровень инвестиционного риска моногородов. В данном случае, город находится в тесной взаимосвязи с градообразующим предприятием, ухудшение финансового положения которого приведет к моментальному социально-экономическому

спаду производства, а также социальному взрыву на рынке труда. Более того, экспортные моногорода напрямую зависят от мировой конъюнктуры. Так, при неравных начальных условиях относительно предприятий-конкурентов, финансируя значительную часть объектов ЖКХ, находящегося как на балансе градообразующего предприятия, так и муниципального образования, при условии нехватки собственных средств муниципалитетов, градообразующие предприятия характеризуются высоким риском инвестирования средств. В связи с чем, единственной надеждой моногородов остается малоэффективная государственная поддержка.

Таким образом, что любые неблагоприятные факторы, наиболее скоро скажутся именно на состоянии монопрофильных городов и поселений. Некоторые исследователи даже полагают, что монофункциональность уже несет в себе потенцию кризиса [2]. Эксперты отмечают, что моногорода страдают от мирового финансового кризиса в большей степени, чем города с полипрофильной экономикой.

Список используемой литературы:

1. Развитие моногородов и социальная ответственность предприятий/ А.И. Колесников, Г.Д. Антонов, О.П. Иванова. – М.: Наука, 2007. – с. 53-68
2. Мешков, В.А. Управление развитием монопрофильных муниципальных образований: автореферат канд. экон. наук: 08.00.05. Институт проблем региональной экономики РАН. СПб, 2004.
3. Зубаревич Н. Кризис в первую очередь затронет монопрофильные регионы [Электронный ресурс]. Доступ через: <http://www.moscowuniversityclub.ru/home.asp?artId=8254>.
4. Маслова, А.Н. Современный уровень и качество жизни населения моногородов России // Материалы докладов XVI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев. [Электронный ресурс] — М.: Издательство МГУ, 2009. — 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. - Систем. требования: ПК с процессором 486 +; Windows 95; дисковод CD-ROM; Adobe Acrobat Reader. [Адрес ресурса в сети интернет: <http://www.lomonosov-msu.ru/2009/>]

ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ КАРЬЕРНОГО РОСТА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Буймов Д. А., студент; Попозогло П. В., студент;

Кузбасский государственный технический университет

E-mail: sport_killolife@mail.ru

Научный руководитель: Жернова Н. А., к.э.н., доцент.

В двадцатом веке появилась новая категория женщин, которые заявили о себе с достаточной определенностью: деловые женщины, бизнес-леди. Советская Россия стала первым государством в мире, провозгласившим в Конституции 1918 г. юридическое равноправие мужчин и женщин во всех сферах социальной и экономической жизни.

Однако, женщина, сделавшая акцент на карьеру, сталкивается с множеством возникающих препятствий. Всего лишь у 8 % компаний есть структуры, защищающие права и интересы женщин. На самом деле все не так мрачно, и представительницы прекрасного пола, отлично справляющихся и с семейными, и со служебными обязанностями, довольно много. Проблемы женского предпринимательства активно защищаются и обсуждаются в Торгово-промышленной палате РФ. Если в начале 1990-х годов удельный вес женщин-руководителей предприятий и организаций не превышал в целом по отраслям 6-9 %, то на 2010 год, по данным организации «Ассоциация менеджеров», их доля увеличилась до 40% [6]. По данным крупнейшей в мире международной сети компаний «PricewaterhouseCoopers», предлагающей профессиональные услуги в области консалтинга и аудита, третью малого бизнеса в России управляют именно женщины. Но высокая доля женщин наблюдается только в малом бизнесе. Связано это с тем, что представительницы слабого пола не очень расположены к риску в отличие от мужчин. Они стараются не брать большие кредиты (обычно до \$30000), не давать в долг другим и вообще предпочитают вести себя в бизнесе максимально осторожно. Нелюбовь женщин к риску во многом обусловлена тем, что они привыкли нести ответственность за семью и детей, женщины строят свой бизнес более основательно и добиваются более стабильных результатов.

Несмотря на трудности, многие представительницы слабого пола по праву занимают должности главных бухгалтеров (93%), директоров по персоналу (70%), финансовых директоров (48%), ди-

ректоров по маркетингу (48%). Все больше женщин занимают руководящие посты, и их доля за последние 3 года стремительно увеличивается. Этому способствовали следующие качества женщины-руководителя, которые у мужчины отсутствуют.

1. Женщины по своей природе более организованы и способны действовать эффективно. Брать на себя ответственность – это в природе женщины.

2. Из женщин получаются лучшие руководители – они умеют думать сразу о нескольких делах и, одновременно, составлять планы на будущее, тогда как мужчины способны сконцентрироваться только на одном вопросе.

3. Слабая половина человечества более коммуникабельна, им присущ гибкий демократический стиль руководства, они имеют более пластичную нервную систему, им свойственно доверительное поведение, менее склонны к риску.

4. Женщины лучше мужчин умеют считывать и интерпретировать мимику – ценнейшее качество на переговорах.

Важный фактор в бизнесе – умение вести деловые встречи. Когда обстановка накаляется, мужчины склонны вести себя более агрессивно, тогда как женщины стремятся «сгладить углы» и достичь согласия. Там, где мужчина не замечает нюансов и «рубит с плеча», женщина внимательна к мелочам и проявляет интуицию.

В России немало женщин, которым удалось соединить все вышеперечисленные качества, сломать стереотипы и по праву называться бизнес-леди. Такими женщинами в России являются Елена Батурина, Президент «Интеко», состояние – \$1 млрд.; Ольга Белявцева, экс-владелец третьего по величине пакета акций компании «Лебедянский», состояние – \$ 330 млн.; Наталья Филева, акционер авиаперевозчика «S7 Airlines», состояние – \$40,8 млн. В России 25% женщин зарабатывают больше своих мужей. Причиной того, что женщины стали зарабатывать больше мужчин, может являться не только желание быть самостоятельными и независимыми, но и стремительный рост непродуцированной сферы, сферы услуг, в которых женщина может реализоваться лучше мужчины. Многие российские компании, поняв достоинства гендерного баланса, стали предоставлять социальные гарантии и защиту женщинам. Так, среди программ для женщин наиболее распространён гибкий рабочий график (49%) и медицинская страховка для семьи и детей (30%) [6]. Возможность работать из дома один или несколько дней в неделю существует в каждой четвертой компании. Пятая часть компаний предоставляет страховое покрытие по беременности и родам. Существует оплата части декретного отпуска. Что касается декретного отпуска, то более половины компаний практикуют дополнительные к обязательным по законодательству выплаты по беременности и родам (в 38% компаний производят единовременную выплату при рождении ребенка, в 22 – % предлагают дополнительные ежемесячные выплаты). Примечательно, что за последний год почти в два раза выросла доля женщин, которые возвращаются из декрета раньше, чем год назад (25% против 13%). Более 60% сотрудниц не работают от 1 до 2 лет после рождения ребенка. К сожалению, за прошедшие три года существенно снизилась доля компаний, в которых существуют программы адаптации и повышения квалификации женщин, вернувшихся из декретного отпуска, с 26 % в 2008 году, до 8% в 2010 году [6].

Треть американских женщин зарабатывает больше своих мужей. Зарубежные компании не могли оставить эту статистику без внимания. Корпорация «Intel» провела исследования, в которых было выявлено, что организации, стремящиеся к гендерному балансу, имеют производительность на 10-15 % выше, чем в организациях, сохраняющие мужской состав. Также было доказано, что женщины воспринимают язык жестов гораздо оперативнее мужчин. Об этом говорят результаты исследования скорости неречевого общения между людьми противоположного пола, проведенного в Кельнском университете в Германии. Женщине хватает в среднем трех десятых секунды, чтобы среагировать на движение партнера, мужчине же для этого требуется больше секунды.

Ученые университета Тель-Авива опубликовали результаты исследования, в котором изучались способности вести деловые переговоры парами среди мужчин и женщин. Как пишет газета «Ведомости», 554 студента бизнес-школ из США и Израиля проводили переговоры о слиянии двух интернет-компаний. Самые лучшие результаты показали те пары, в которых обе стороны представляли женщины. «Женщины – более откровенные переговорщики, готовые к сотрудничеству и поиску взаимовыгодных решений», – прокомментировали результаты ученые университета.

В 2009 году внутренний меморандум российского подразделения «Microsoft» пополнился положением о соблюдении гендерного баланса, после чего посты руководителей департамента по работе с крупными клиентами и директора департамента стратегических получили женщины. В компании «Hewlett-Packard» (HP) также стремятся к большему числу женщин: действует программа «Diversity & Inclusion» (разнообразие персонала и предоставление равных возможностей), её цель – по-

степенно повышать долю женщин среди сотрудников компании. Газета «The Guardian», проанализировав результативность 500 компаний из списка «Forbes», пришла к выводу, что компании со значительной долей женщин в совете директоров (более трети) оказываются более прибыльными, чем компании с меньшим участием женщин в управлении. Именно поэтому многие мировые компании предпринимают действия по достижению гендерного баланса, выявляют его положительные черты.

Но есть и такие сферы, где женщины заняли лидирующие позиции. По данным фонда «Wa-geIndicator», созданного в Нидерландах и занимающегося прозрачностью рынка труда по всему миру, женщины-программисты в Европе зарабатывают больше мужчин, но за её пределами наблюдается иная картина. Международное информационно-аналитическое агентство «Washington ProFile» также обнародовала данные о профессиях, где женщины зарабатывают больше мужчин. Среди них – профессии в сфере продаж (женщины получают на 43% больше мужчин), статистиков (разрыв составляет 35%), законодателей (33%), работники транспорта (32%), автомехаников (женщинам платят на 29% больше, чем мужчинам) [5].

Целеустремлённые женщины XXI века независимы, успешны, самостоятельны, однако, есть и другая сторона медали. В США 42% высокооплачиваемых женщин бездетны, и 14% из них говорят, что не хотят иметь детей. Для успешных женщин характерны существенные сдвиги в ценностных ориентациях. Они в меньшей степени, чем остальные женщины склонны стремиться к замужеству, наличию детей. Они не считают семью основой всего и не допускают потерь времени на посещение родственников, т.е. семья перестает быть приоритетной, а на первые места по значимости выходят такие цели, как интересная работа, материально обеспеченная жизнь, общественное признание, жизнь, полная удовольствий. Тем не менее женщине, решившей сделать себе имя и карьеру, все же придется ломать стереотипы, сталкиваться с неравной оплатой труда при равных профессиональных навыках, доказывать обществу, что она может заниматься бизнесом не хуже любого мужчины. Поэтому вместо того, чтобы раздражаться на гендерные особенности своих коллег, лучше использовать на благо общего дела преимущества каждого из них.

Список используемой литературы:

1. Коробейников А. Жизнь и карьера // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – №6.
2. Белядский Н.П. Интеллектуальная техника менеджмента: Учебное пособие // Новое знание. – 2001.
1. 3.Барсукова С. Ю. Женское предпринимательство: специфика и перспективы // Социс. 1999. – № 9.
2. 4. Гирикова А.Е. Женщина и мужчина как топ-менеджеры российских компаний //А. Е. Гирикова //Социс. – 2003. – 1.– С.73–82.
5. <http://www.guardian.co.uk/>
6. <http://www.vedomosti.ru/>

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ СУБКОНТРАКТАЦИИ

Валуева Т. Ю., ассистент

Томский государственный архитектурно-строительный университет

E-mail: tatyanavalueva@yandex.ru

Научный руководитель: Идрисов Ф. Ф., д.т.н., профессор.

Одной из современных теорий управления в рамках стратегического планирования является ресурсная концепция. Ее основными направлениями выделяют не только создание стратегической концепции хозяйствования, но и укрепление конкурентного положения предприятия на рынке.

Одним из действенных и современных методов, позволяющих предприятиям достичь высокой эффективности производства благодаря рациональному использованию имеющихся производственных мощностей и более совершенному использованию ресурсов, является субконтрактинг.

Практика производственной кооперации или субконтрактации повсеместно считается действенным инструментом повышения эффективности промышленного производства и обеспечения общего экономического роста. Значительная часть экономического сообщества, как теоретиков, так и практиков бизнеса, признает, что широкое использование субконтрактации является одной из главных причин успеха, достигнутого за последние 40 лет экономическими системами Японии, Италии,

Германии и Франции. Основой для развития субконтракции в этих странах стала проведенная в 60-70 годы прошлого столетия масштабная реструктуризация машиностроительной отрасли.

В России попытки создать действующую схему субконтракции в ее «правильном» понимании до сих пор к успеху не привели. Но в последнее время, как один из действенных механизмов организации, совместное сотрудничество подрядчика и субподрядчика набирает все большую популярность. Разговоры же о необходимости проведения масштабной реструктуризации промышленности в нашей стране ведутся давно, но практические изменения происходят достаточно медленно.

В большинстве своем крупные предприятия не в состоянии добиться полной загрузки производственных мощностей в силу достаточно неэффективной маркетинговой политики. Так же, располагая практически всеми необходимыми для производства конечной продукции производствами, предприятия не спешат с ними расставаться. Многие из руководителей крупных предприятий полагают, что могут сохранить существующую громоздкую и неэффективную в рыночных условиях структуру.

Проведение реструктуризации крупных предприятий и холдингов с использованием принципа субконтракции, доказавшего свою эффективность в развитых странах, позволит высвободить значительные ресурсы (оборудование, производственные помещения и т.д.) для создания производственно-технологических зон, в которых могут быть размещены малые и средние промышленные предприятия с высокой степенью специализации на ограниченном количестве производственных процессов.

Малые и средние предприятия в подавляющем большинстве ориентированы на производство продукции, пользующейся спросом на рынке. Эти предприятия придерживаются агрессивной стратегии развития, в отличие от большинства крупных предприятий, до сих пор применяющих стратегии выживания. Малые предприятия в силу объективных причин не в состоянии осуществлять полный цикл производства изделий. Они и не нуждаются в этом. Им достаточно развивать свое главное конкурентное преимущество – ключевую технологию. Большинство производственных процессов заказывается «на стороне». При этом роль субподрядчиков обычно принимают на себя крупные предприятия, имеющие незадействованные производственные мощности, а также отдельные цеха крупных организаций, получившие определенную экономическую самостоятельность. С другой стороны, в роли субподрядчиков могут выступать и малые предприятия, также как и в роли подрядчиков.

Таким образом, схема субконтракции стихийно складывается в России двумя путями: «сверху», путем реструктуризации крупных предприятий, чрезвычайно медленно и пока не всегда эффективно, и «снизу» путем возникновения малых и средних фирм, не располагающих достаточными средствами, чрезвычайно уязвимых с точки зрения рисков, но активно расширяющих свою деятельность.

Для возможности использования субконтракции, прежде всего, изначально предполагается идентифицировать основные компетенции фирмы (это может быть применимо для фирм как крупного, так и среднего или малого бизнеса), «выделить на предприятии стратегические точки роста» и затем уже развивать деятельность предприятия в направлении укрепления «портфеля стратегической компетенции».

Ключевыми же компетенциями принято считать ряд уникальных ресурсов предприятия. К ним можно отнести и уникальную технологию предприятия, и процесс производства продукта, и высококвалифицированный персонал. То есть, все то, что создает его ценность.

На сегодняшний день одним из первостепенных процессов в организации принято выделять освобождение производственного процесса от всего лишнего: брак, узкие места, ненужные затраты, излишние запасы, потери времени. Это находит отражение в таких системах как 5S, Just-in-Time, Kaizen и др.

Вторым этапом можно выделить формирование конкурентных преимуществ, источниками которых, как и прибыли является сама фирма. Такими источниками можно назвать ресурсы и организационные способности. То, что не в состоянии обеспечить уникальность фирмы может быть отдано на субконтракцию.

На современном этапе отличие одной компании от другой (конкурентных преимуществ) заключается в уникальности ресурсов. Грант Р.М. выделяет три вида таких ресурсов: материальные, нематериальные, человеческие [1]. Организационные способности мы можем получить только задействовав все данные ресурсы, то есть если сможем создавать уникальные комбинации активов, процессов и людей для превращения изначальных инвестиций в конечный уникальный продукт или услугу. Помимо этого одним из главных отличий компаний является и способ превращения данных ресурсов в организационные способности и преимущества.

Данные способности, которыми должна обладать фирма, обеспечивают ее конкурентное (отличительное) преимущество. Они должны быть положены в основу формирования стратегии фирмы. Стратегия в свою очередь должна опираться не только на внешнюю среду (конкурентов, поставщиков, потребителей), но и на внутреннюю (ресурсы, способности, цели, ценности, организационную структуру).

Для этого фирме необходимо лучше понять свои организационные способности и ресурсы, тем самым фирма может узнать, что она в состоянии делать лучше всего. Далее представив всю свою деятельность как цепочку операций, требующих использования определенных ресурсов и способностей, при помощи CVP-анализа и рандомизированных рядов можно выделить те процессы в цепочке, которые не только выполняются на предприятии лучше всего, но и которые приносят прибыль. Широко известная модель точки безубыточности, внедряемая в современной отечественной практике стратегического проектирования развития бизнеса, а также в связанных с долгосрочным планированием процессах бюджетирования, так популярна в силу простоты используемых математических инструментов, а также возможности всестороннего анализа внешних воздействий на бизнес-процессы.

Один же из основных недостатков CVP-анализа, принимаемый как предположение по умолчанию, что стоимость затрат и другие характеристики бизнеса могут изменяться в фиксированные моменты времени, значительно ухудшает его прогностическую ценность. Тогда как на самом деле изменение стоимости затрат и цен на продукцию происходит в случайные моменты времени и поэтому прогнозные оценки о безубыточности бизнеса и сопутствующие риски (операционные, финансовые и сопряженные) оцениваются не вполне корректно при использовании традиционной техники регрессионного анализа. Поэтому в таких случаях более уместно использовать теорию рандомизированных временных рядов [2].

Успех фирмы будет заключаться в ее уникальности и востребованности данных отличительных комбинаций для потребителей либо для партнеров (в случае субконтрактинга). В этом уникальном отличие от конкурентов залог развития фирмы – как и для непосредственной работы с потребителями, так и для субконтракции. И создаваемые компаниями собственные труднокопируемые компетенции позволят легко приспосабливаться в быстроизменяющейся внешней среде. Следовательно, сделав акцент на внутренних компетенциях фирмы, она всегда сможет правильно среагировать в случае изменения вкусов потребителей или других негативных ситуациях, и внедрение субконтракции позволит оптимизировать ее деятельность. Так же необходимо отслеживать, чтобы ресурсы, которыми располагает фирма и ресурсы, которые необходимы для будущего успеха в конкурентной борьбе, соответствовали друг другу. Оценка же ценности ресурсов и организационных способностей во взаимодействии с конкурентной динамикой отрасли позволит фирме получить большую выгоду по сравнению с конкурентами.

Источниками экономических рент в данном случае являются уникальные ресурсы и организационные способности, которые являются помощниками компаний в создании конкурентных преимуществ. Тем самым для того, чтобы не происходило обесценивание ресурсов необходимо инвестировать в те из них, которые и обеспечивают конкурентное превосходство. И тогда фирма сможет достичь своей цели в максимизации собственной ценности в долгосрочной перспективе.

Список используемой литературы:

1. Каткало В.С. Эволюция теории стратегического управления. СПб., 2008.-548 с.
2. Идрисов Ф.Ф. Рандомизированные временные ряды.-Томск: Изд.ТГПУ, 2004.-325с

ПРОБЛЕМА УЧЕТА И ОЦЕНКИ ДЕФОЛТНЫХ ОБЛИГАЦИЙ ДЛЯ НЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УЧАСТНИКОВ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

Варавкина Е. В., студент

Институт экономики, управления и природопользования Сибирского Федерального
университета

E-mail: varavkinazhenya@rambler.ru

Научный руководитель: Кожина Т. В., доцент

Облигация – это эмиссионная долговая ценная бумага, закрепляющая право её владельца на получение от эмитента в оговоренный срок её номинальной стоимости и фиксированного процента. Если эмитент не выполняет обязательства, принятые при размещении облигаций, то соответствующие бумаги объявляются дефолтными. Различают технический (невыполнение заемщиком обязательств по эмитированным облигациям по собственной инициативе) и фактический дефолт (невозможность выполнения заемщиком обязательств из-за резкого ухудшения финансового положения вплоть до банкротства). Со второй половины 2008 года в связи с экономическим кризисом наступило снижение платежеспособности и ухудшение общего финансового состояния большинства предприятий, что привело к глобальному росту количества дефолтов по облигациям и появлению нового факта хозяйственной деятельности организации и необходимость его отражения в бухгалтерском учете.

Однако организация учета дефолтных облигаций в соответствии с ПБУ 19/02 не является однозначной, так как одним из условий признания объекта финансовым вложением является «способность приносить организации экономические выгоды в будущем», чего нельзя сказать о дефолтных облигациях.

В случае если дефолтные облигации признаются финансовыми вложениями, то они по делению на два вида: обращающиеся и не обращающиеся на организованном рынке. Первую группу согласно ПБУ 19/02 следует учитывать по текущей рыночной стоимости. Однако в период кризиса у предприятий значительно снизился интерес к финансовым рынкам, что вызвало обвал цен на все финансовые активы, причем дефолтные облигации, как принадлежащие к особой группе риска зачастую стоят менее 1% от номинала. Но согласно рекомендации ФСФР дефолтные облигации до признания должника банкротом следует оценивать по номиналу. Что, по сути, искажает данные бухгалтерского учета, искусственно завышает показатели устойчивости и платежеспособности предприятия-инвестора. По нашему мнению, данная группа ценных бумаг должна учитываться по рыночной стоимости с доведением её до номинала путем создания резерва под обесценение их, несмотря на то, что ПБУ 19/02 создание такого резерва для бумаг, обращающихся на организованном рынке ценных бумаг, не предусматривает.

Дефолтные облигации, не обращающиеся на организованном рынке ценных бумаг, следует оценивать по справедливой стоимости, рассчитанной по формуле:

$$P(T) = N(1 + IR)(1 - wQ),$$

где P – справедливая стоимость, T – дата погашения; N – номинал; IR – годовая процентная ставка по облигации; w – доля потери инвестора в случае дефолта от номинала; Q – вероятность, объявления дефолта до времени T .

Бухгалтерский учет списанных дефолтных облигаций осуществляется в следующем порядке: Д76К58 – признание дебиторской задолженности в результате реструктуризации обязательств по облигации эмитента с высоким кредитным рейтингом; Д91.2К58 – списание стоимости облигации как финансового вложения. Возникающий при этом убыток не признается для целей налогообложения.

Однако в случае реструктуризации задолженности в связи с техническим дефолтом по корпоративным облигациям эмитентов второго и третьего эшелона считаем возможным признание условного факта хозяйственной деятельности с последующим признанием условного актива на величину справедливой стоимости. Так как по содержанию данный факт хозяйственной деятельности удовлетворяет и определению условного факта хозяйственной деятельности и условного актива из ПБУ 8/01. Так как условные активы не отражаются на счетах бухгалтерского учета, но информация о них раскрывается в бухгалтерской отчетности, то это позволит максимально достоверно сформиро-

вать финансовую отчетность предприятия, и оценить его реальные показатели ликвидности и платежеспособности, не являющиеся ни заниженными, ни завышенными.

Второй важный вопрос касается того, начислять или не начислять последующие купоны (проценты) по ценным бумагам, в случае если эмитент допустил дефолт в отношении оплаты процентов по предыдущим купонам (процентам)?

Для ответа на вопрос о начислении накопленного купонного дохода в бухгалтерском учете по последующим купонам, в случае если не погашен предыдущий купон обратимся к нормам Положений по бухгалтерскому учету, касающихся данного вопроса. Согласно пункту 6 Положения по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008): «Учетная политика организации должна обеспечивать:

- полноту отражения в бухгалтерском учете всех фактов хозяйственной деятельности (требование полноты);
- своевременное отражение фактов хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности (требование своевременности);
- большую готовность к признанию в бухгалтерском учете расходов и обязательств, чем возможных доходов и активов, не допуская создания скрытых резервов (требование осмотрительности)».

Согласно пункту 1 Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99), «Настоящее Положение устанавливает правила формирования в бухгалтерском учете информации о доходах коммерческих организаций (кроме кредитных и страховых организаций), являющихся юридическими лицами по законодательству Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 12 ПБУ 9/99: «Выручка признается в бухгалтерском учете при наличии следующих условий:

- а) организация имеет право на получение этой выручки, вытекающее из конкретного договора или подтвержденное иным соответствующим образом;
- б) сумма выручки может быть определена;
- в) имеется уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет увеличение экономических выгод организации. Уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет увеличение экономических выгод организации, имеется в случае, когда организация получила в оплату актив, либо отсутствует неопределенность в отношении получения актива;
- г) право собственности (владения, пользования и распоряжения) на продукцию (товар) перешло от организации к покупателю или работа принята заказчиком (услуга оказана);
- д) расходы, которые произведены или будут произведены в связи с этой операцией, могут быть определены.

Если в отношении денежных средств и иных активов, полученных организацией в оплату, не исполнено хотя бы одно из названных условий, то в бухгалтерском учете организации признается кредиторская задолженность, а не выручка.

Для признания в бухгалтерском учете выручки от предоставления за плату во временное пользование (временное владение и пользование) своих активов, прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности и от участия в уставных капиталах других организаций, должны быть одновременно соблюдены условия, определенные в подпунктах "а", "б" и "в" настоящего пункта».

Согласно пункту 16 ПБУ 9/99:

«Прочие поступления признаются в бухгалтерском учете в следующем порядке: поступления от продажи основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров, а также проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств организации, и доходы от участия в уставных капиталах других организаций (когда это не является предметом деятельности организации) - в порядке, аналогичном предусмотренному пунктом 12 настоящего Положения. При этом для целей бухгалтерского учета проценты начисляются за каждый истекший отчетный период в соответствии с условиями договора».

А так как у инвестора отсутствует уверенность, в том, произойдет увеличение коммерческих выгод организации, то это означает невыполнение подпункта в п.12 ПБУ 9/99, и соответственно в бухгалтерском учете организации признается в случае с накопленным купонным доходом по облигации, по которой не был уплачен купонный доход за предыдущий период, признается кредиторская задолженность а не выручка. И организация имеет право не начислять в бухгалтерском учете доход по последующим купонам, если предыдущий не оплачен эмитентом. Однако поскольку организация заинтересована в том, чтобы на момент составления реестра требований кредиторов, он мог предъя-

вить большую сумму долга, и с этой точки зрения начислять накопленный купонный доход выгодно.

Результатом работы стало предложение оптимальных методов оценки и схем отражения в бухгалтерском учете дефолтных облигаций, однако стоит отдавать себе отчет, что это лишь базовые методики оценки и учета дефолтных облигаций и причитающихся по ним доходам. И интерпретация законодательных актов, как и внесенные предложения применимы исключительно в отношении дефолтных корпоративных облигаций и адаптированы под условия глобального экономического кризиса.

РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

Васильковская Н. Б., доцент

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: nbnbnb2006@yandex.ru

Управленческий учет как самостоятельное понятие используется в РФ относительно недавно. Если появление этого термина в период 1975–1985 гг. сопровождалось сомнениями в необходимости его существования, то на настоящий момент элементы управленческого учета повсеместно используются в практике предприятий.

Управленческий учет находится в постоянном развитии, эволюция его систем происходит на наших глазах. Если для ранних этапов развития основная цель управленческого учета состояла в оценке удельных затрат и разделении затрат на запасы и реализованную продукцию, то для более поздних этапов свойственна ориентация на расширение функций.

Современным в мировой практике направлением развития управленческого учета является использование информации учетных систем в управлении персоналом для моделирования поведения работников в мультиперсональной организации и регулирования контрактных отношений между нанимателем и персоналом. Другим перспективным направлением является совмещение задач и методологических подходов управленческого учета и стратегического менеджмента.

Не все из этих направлений одинаково актуальны для организаций РФ сегодня, поскольку уровень технологического развития, острота конкуренции различаются по отраслям в широких пределах. Для большей части предприятий РФ актуальными являются проблемы планирования, оперативного управления затратами, оценки конкурентных позиций организации, измерения и оценки деятельности подразделений.

Используя частично методы, принципы, классификации бухгалтерского учета, управленческий учет создает новые возможности управления затратами, которые базируются на собственных классификациях затрат для целей управления и контроля, расширении подходов к измерению объемов деятельности, установлении взаимосвязей объемов деятельности, затрат и объектов затрат.

Позаказный и попроцессный методы учета и калькулирования дополняются учетом и калькулированием затрат по видам деятельности, которая позволяет определять причины возникновения данного вида затрат, а также порядок их отнесения на готовую продукцию. Она основана на предположении, что иногда более существенное влияние на затраты оказывают факторы, не связанные с объемом выпуска, например, сложность и комплексность производства, ассортимент.

Принципы, методы, модели управленческого учета не являются в полной мере новыми для отечественной практики. РФ имеет большой опыт учета затрат по нормативной себестоимости, планированию затрат и результатов на основе отклонений, гибких бюджетов, использования механизмов управления затратами на основе заданий по снижению себестоимости, изучению передового опыта, хозрасчетных механизмов. Часть этого опыта изучается и используется в мировой практике.

Проблемы в постановке управленческого учета в организациях могут быть сгруппированы следующим образом:

1. Методологические и методические проблемы. Отсутствие однозначных рекомендаций приводит к тому, что предприятия вынуждены полностью самостоятельно разрабатывать собственные системы планирования, формирования, распределения затрат в соответствии с поставленными целями. При этом результат зависит от уровня квалификации, опыта начальников производственных и управленческих служб. Высока вероятность, что затраты времени и средств на разработку системы окажутся выше полученной экономии.

2. Качество программного обеспечения.
3. Отсутствие стимулов.

В организациях РФ имеются опыт и предпосылки для дальнейшего развития систем управления затратами. В этой связи имеет значение изучение, осмысление, адаптация мирового опыта по управлению затратами.

ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Вершинская А. И., студентка

Томский государственный университет

E-mail: vershinskayaanna@sibmail.ru

Научный руководитель: Бурыхин Б. С., д.э.н., профессор.

Для успеха любого предприятия необходима сплоченность, взаимопонимание и взаимопомощь между персоналом и руководителем фирмы, но легче всего этого добиться руководителю малых предприятий. Чаще всего директор такой фирмы и является его создателем. Он четко представляет цели и миссию фирмы и может донести их до сотрудников. Также в малых фирмах, как правило, отсутствует длинная управленческая цепочка, задерживающая процесс, что позволяет работникам больше взаимодействовать между собой и с руководителем. Малые организации не ограничены многочисленными правилами. В них есть тенденция к меньшему формализму в работе, к дружеским отношениям и уменьшению количества правил, которым необходимо следовать. Работники в определенной мере могут сами устанавливать правила в процессе работы, конечно же, в том случае, если они этим не злоупотребляют. Исследования в Великобритании производимые фирмой по Исследованию трудовых отношений на рабочих местах (Workplace Employee Relations), показали, что сотрудники малых фирм в большей степени удовлетворены своей работой, чем работающие на крупных предприятиях. Как показывает статистика текучесть кадров и прогулы в малом бизнесе также имеют тенденцию к снижению.

На первый взгляд, кажется, что у малых фирм есть только плюсы, но это не так. У них есть и свои недостатки. Работа с людьми – это постоянно возникающие проблемы. К тому же трудовое законодательство становится все сложнее, а не легче. На малых предприятиях, как правило, нет штатных специалистов по решению кадровых вопросов, а все управление «взваливает» на себя директор, чаще не имеющий специальных знаний и навыков по управлению персоналом. Все это может оказаться очень серьезной проблемой и поставить под сомнение само существование фирмы.

Итак, выделим некоторые особенности кадровой работы, характерные для малого бизнеса:

Во-первых, возможности и потребности малого предприятия существенно ограничивают содержание работы с персоналом. Кадровая работа должна быть проста — выполняются только те функции, которые необходимы.

Во-вторых, чаще всего, на малом предприятии нет специализированной кадровой службы. Работой с персоналом занимается 1-2 человека, включая руководителя организации. Как правило, специалиста нанимают в организациях с численностью более 150 человек, но иногда и при численности 100 человек.

В-третьих, чаще всего кадровая работа носит неформальный характер и в большей мере определяется личностью работника, который ее проводит.

В-четвертых, функции кадровой работы на малом предприятии осуществляются в прерывистом режиме. Например, функция найма новых работников осуществляется не постоянно, а по мере надобности организации в трудовых ресурсах.

В-пятых, кадровая работа направлена на обеспечение оперативных интересов организации.

В-шестых, в малых фирмах отсутствуют некоторые виды кадровой документации, характерные для средних и крупных организаций.

Выделим следующий набор основных и первостепенных функций, характерных для кадровой работы малого предприятия:

- отбор и найм персонала;
- увольнение персонала;
- управление заработной платой;

- управление дисциплинарной системой организации.

В рамках осуществления данных функций должны выполняться следующие обязанности:

- Проведение поиска, отбора и найма работников с необходимой квалификацией. Причем решение о найме часто принимается на основе краткой биографической справки соискателя и 45 минутного собеседования, которые не дают достаточной информации. Лучше использовать для предварительного отбора резюме или собственные анкеты, после «отсеивания» кандидатов, не удовлетворяющих основным требованиям, проводить структурированное собеседование. Также прежде, чем принимать окончательное решение о приеме кандидата на работу, необходимо обязательно получить отзывы с предыдущего места работы претендентов на должность. А уже на основе всего этого принимать окончательное решение.

- Определение размера заработной платы, форм и порядка материального стимулирования работников предприятия. Исследование управления персоналом в растущих компаниях, проведенное компанией MORI в 2001г., свидетельствует, что компании считают обретение и удержание работников столь же важным, как привлечение и сохранение клиентов, но главным для этой цели они считают оплату труда. Почти не принимая во внимание такие факторы, как удовлетворенность трудом, вовлеченность в дела или имидж компании. А ведь помимо внешнего вознаграждения (материальные выплаты, премии и др.), необходимо и внутреннее (признание, чувство удовлетворенности и др.). Это не менее, а может быть и более значимо. Что касается материальных выплат, руководители малых фирм должны использовать «прозрачные», ясные, четкие модели оплаты труда, которые легко объяснить. Иначе работники перестают видеть связь между работой и вознаграждением, что лишает стимула к труду.

- Обеспечение приемлемого уровня трудовой и исполнительской дисциплины работников. При этом требования должны быть одинаковы для всех. Нельзя делать послабления отдельным людям.

- Определение очередных отпусков работникам.

- Проведение процедуры увольнения работников в соответствии с действующим законодательством. Хотелось бы подчеркнуть, что действия руководства должны быть справедливыми, обоснованными и последовательными, без грубости и произвола.

К тому же, несмотря на существенные различия в кадровой работе организаций, находящихся на разных уровнях развития, с различной экономической специализацией, организационно-правовой формой ведения бизнеса и т.д., есть у кадровых служб совпадающие, универсальные обязанности. Одной из них является организация кадрового делопроизводства. Недооценивать данную задачу нельзя. Рациональная и юридически верная организация делопроизводства способствует:

- обеспечению соблюдения действующего трудового, налогового, пенсионного законодательства;
- оптимизации документооборота за счет уменьшения количества документации;
- повышению эффективности кадровой работы в решении ее основных обязанностей.

Следует также отметить, что вся деятельность по управлению персоналом должна быть направлена на развитие предприятия, должна соответствовать его стратегии в долгосрочной перспективе. Ведь во многом качество человеческих ресурсов, особенно на малых предприятиях, определяет конкурентоспособность компании и возможности ее развития в дальнейшем. Поэтому немаловажно развитие самого коллектива, его обучение. Некоторые фирмы весьма негативно относятся к обучению, объясняя это тем, что если я обучу моих работников, они сразу перенесут знания или умения в другую фирму, где им предложат больше денег – так какой мне смысл этим заниматься. Многие малые фирмы просто не имеют для этого ресурсов. Но при полном отказе от обучения формируется культура отношений по типу: «что легко дается, легко и уходит», когда работники не очень-то преданы своей организации. И наоборот, люди, которые ценят затраченное на их обучение время, деньги и усилия, гораздо более склонны ощущать свою сопричастность и приверженность фирме.

Обратим внимание на ключевых моментах обучения, затрагивающих все аспекты управления персоналом:

- Введение в должность – это поддержка людей в начале работы в организации. Оно не должно быть сложным, длительным и дорогостоящим. Процесс должен быть адекватен самой работе и качествам нового работника, т.е. основанным на индивидуальной подходе.

- Определение потребностей в обучении – какое обучение необходимо, и кого необходимо обучать.

– Виды обучения, которые вы в состоянии осуществить - внутри- и/или внеорганизационные формы обучения.

– Оценка результатов обучения. Результаты всегда нужно оценивать, применительно к целям фирмы.

Для повышения эффективности кадровой работы все же целесообразнее все выше перечисленные обязанности закрепить за конкретным исполнителем, например, за заместителем генерального директора или менеджером по персоналу и разработать положение о службе управления персоналом или должностную инструкцию на данную должность. Но все это может выполнять и сам руководитель предприятия.

Список используемой литературы:

1. Волгин В. В. Управление персоналом малого предприятия (предупреждение проблем): Практическое пособие.- М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002.- 300с.
2. Стредвик Дж. Управление персоналом в малом бизнесе/ Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. – СПб.: Издательский Дом «Нева», 2003.- 288с.
3. <http://www.dist-cons.ru/modules/study/book8/section6.html>

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ВУЗА КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА

Гаврева О. А., Паничкин М. Е., студенты

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: olga-alex.gavreva@mail.ru

Научный руководитель: Ясельская А. И., к.э.н., доцент

В процессе работы вузы взаимодействуют с большим числом организаций – клиентами, партнерами, финансово-кредитными организациями, конкурентами и т.д., с одной стороны, и населением – с другой. На характер этих отношений оказывают влияние различные факторы, одним из которых является имидж вуза. Имидж отражает представление, которое складывается у реальных и потенциальных потребителей образовательных товаров и услуг об учебной организации. Имидж напрямую связан с качеством подготовки специалистов, и в условиях дефицита бюджетных ресурсов внимание к подтверждению качества подготовки повышается.

Одним из распространенных международных средств подтверждения качества образования является наличие сертифицированной системы менеджмента качества образовательной услуги.

В «Концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2006-2010 гг.» решение задач повышения качества образования заявлено как приоритетное, так же в требованиях Минобразования России при государственной аккредитации вузов значится наличие вузовской системы качества. Поэтому специалисты высшей школы все чаще пытаются применить в своих вузах модели менеджмента качества, проявившие свои достоинства и универсальность в сфере экономики. Речь идет о применении требований международных стандартов ИСО серии 9000.

Сертификация системы менеджмента качества (СМК) вуза может дать ряд преимуществ:

1. Единый во всем мире подход к признанию соответствия СМК требованиям ИСО 9001 создает условия для привлечения иностранных студентов и установлении коммерческих связей с другими странами. По оценкам, число иностранных студентов в России - около 120 тысяч, что составляет всего 2% от общего числа иностранных студентов в мире. Одной из причин столь низких показателей является плохая инфраструктура и качество образования. СМК на основе международных стандартов постепенно укрепит позиции вуза в глазах иностранных студентов.

2. Наличие сертифицированной СМК – гарантия качества образовательного процесса в глазах существующих и потенциальных отечественных потребителей. Наличие в университете системы менеджмента качества, построенной на принципах Всеобщего менеджмента качества (TQM) рассматривается в настоящее время как гарантия того, что предоставляемые образовательные и научно-исследовательские услуги будут в точности соответствовать требованиям потребителя, и, соответственно, позволит поддержать и укрепить стратегическую позицию ВУЗа. Потребителем услуг, предоставляемых университетом, является выпускники, государство, академические НИИ, предприятия и организации различного профиля, родители выпускника и пр. Наличие СМК также является и га-

рантией для государства в том, что оказываемые образовательные услуги отвечают всем установленным требованиям, а соответственно в целевом и наиболее эффективном использовании выделенных вузу бюджетных средств.

3. Увеличение объемов инвестиций. Наличие сертифицированной СМК может повысить доверие со стороны инвесторов, что особенно важно в условиях, когда высшее образование финансируется приблизительно наполовину от объемов конца 80-х годов. «Государство финансово поддерживает вузы в перевооружении материально-технической базы, но бизнес должен активнее участвовать в этом процессе и вкладывать деньги» - заявил президент России, выступая перед студентами томских вузов. Поддержка Правительства РФ очень важна, но вуз сам должен принимать активное участие в привлечение инвесторов. Это относится и к повышению шансов на победу в различных конкурсах и грантах.

Таким образом, внедрение сертифицированной СМК ведет к повышению имиджа ВУЗа и повышает эффективность системы управления внутри ВУЗа.

Что касается системы внутривузовского управления, то одна из задач - создать в вузах мощный, перспективный резерв руководящих кадров и дать ему существенную управленческую и экономическую подготовку. Руководители должны разработать внутривузовские системы формирования, обучения и развития управленческого персонала, предусматривающие организацию отбора управленцев и их обучение; использование специальных методик аттестации кадров; подготовку и работу с управленческим резервом. Общепринятые критерии отбора: возраст до 30 - 40 лет, желание работать в вузе и продвигаться в должности, имеющих опыт если не управленческой, то общественной деятельности, поддержку своей кафедры, заведующего. Возможно, пришло время для обязательной экономической и управленческой подготовки аспирантов как первой ступени подготовки стратегического кадрового резерва вуза.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Гаврикова Н. А., старший преподаватель

Томский политехнический университет

E-mail: nag@tpu.ru

Научный руководитель: Татаренко В. И., д.э.н., профессор.

Сложившаяся сегодня ситуация на рынке топливно-энергетических ресурсов свидетельствует о высокой приоритетности развития нефтегазового комплекса, который, в соответствии с энергетической стратегией, создаст ресурсную основу для развития экономики России. Важность устойчивого развития газовой промышленности в современных условиях не вызывает сомнений. Россия располагает самыми значительными запасами газа в мире: занимает первое место в мире по объемам добычи, разведанным запасам и прогнозным ресурсам газа, обеспечивает около 25% его производства и более 40% международных поставок [1].

Особенностью управления в газовой промышленности России является преобладающая роль одной компании - ОАО «Газпром», контрольный пакет акций которой принадлежит государству. Влияние ОАО «Газпром» распространяется на разведку и добычу, транспортировку и переработку газа, а так же на газораспределение. Участниками рынка являются так же прочие независимые (от ОАО «Газпром») организации, осуществляющие деятельность в газовом секторе.

Развитие газовой промышленности в России в ближайшие 20 лет, в первую очередь, связывают с освоением запасов Западной Сибири. Газовая промышленность этой территории сегодня обеспечивает самые большие объемы добычи в России – более 90%. Наиболее перспективной, с точки зрения объемов добычи и вовлечения в хозяйственный оборот новых ресурсов, является территория Ямало-Ненецкого автономного округа за счет начала эксплуатации Бованенковского, Харасавэйского и Крузенштерновского месторождений. Уникальными запасами характеризуются Арктический шельф северных морей: в ближайшей перспективе серьезное развитие возможно за счет ввода в эксплуатацию Штокмановского и Приразломного месторождений (шельф Баренцева моря). Перспективным направлением является освоение запасов Восточно-Сибирской платформы. Объемы ресурсов территории уникальны и сравнимы с ресурсами Надым-Пур-Тазовского района [2]. Здесь планируется создание Сахалинского, Якутского, Иркутского и Красноярского центров газодобычи.

Важной составляющей газового сектора является транспорт газа, который осуществляется с помощью газотранспортной системы, принадлежащей ОАО «Газпром». Ее протяженность (по состоянию на 01.01.2009 г.) составляет 159,5 тыс. км., включает 219 компрессорных станций с общей мощностью газоперекачивающих агрегатов 42 млн. кВт. [3]. В настоящее время реализуется ряд крупных проектов по развитию газотранспортной системы.

В целом, можно констатировать, что Россия обладает уникальным потенциалом развития газовой промышленности, что делает возможным обеспечение потребностей страны сегодня, и формирует источники финансирования инновационного развития России в будущем. Однако, функционирование и развитие газовой отрасли связано с рядом организационных и экономических проблем.

В целом, структура ресурсов газовой промышленности характеризуется увеличением доли трудноизвлекаемых запасов (низконапорный газ), увеличением в составе разведанных запасов доли «жирных», конденсатных и гелийсодержащих газов, что усложняет процесс добычи и, следовательно увеличивает затраты на освоение таких ресурсов. Одновременно с этим, наблюдается недостаточная эффективность эксплуатации ресурсной базой, характеризующаяся низкими коэффициентами извлечения запасов.

Запасы топливно-энергетических ресурсов России сосредоточены, преимущественно, на территориях, характеризующихся экстремальными природными условиями. Развитие газовой промышленности связано при этом со значительным увеличением затрат предприятий отрасли, и, как следствие, повышением себестоимости продукции и услуг (по сравнению с затратами в более благоприятных климатических условиях). Аналогично высоки затраты, связанные с организацией быта людей. Наиболее перспективные, с точки зрения залегаемых ресурсов, территории характеризуются низкой степенью освоенности. В современных условиях, развитие газовой промышленности невозможно без решения проблем комплексного освоения территории.

Важной составляющей газового сектора является транспорт газа. Более 60% магистральных трубопроводов эксплуатируется более 20 лет и около четверти всех магистральных трубопроводов эксплуатируется более 30 лет. Износ оборудования в системе газораспределения еще выше.

Условия и возможности использования единой газотранспортной и газораспределительной систем независимыми организациями определены нормативными актами Правительства РФ, по тарифам, определяемым федеральной энергетической комиссией. Однако, активность независимых компаний в этой области крайне низкая, что связывается со способностью ОАО «Газпром» повлиять на условия таких соглашений и ограничить их доступ к газотранспортной системе.

Серьезной проблемой отрасли является государственное регулирование цен на газ на внутреннем рынке. Газ является самым дешевым энергоресурсом в России. Следствием такой политики ценообразования является существующая структура топливно-энергетического баланса, в котором доля газа составляет 50%, а по некоторым регионам – до 70%. Существующий уровень цен на газ делает неконкурентоспособными такие энергоносители как мазут и уголь, ограничивает возможности роста данных отраслей, не несет в себе стимулов к энергосбережению. Существующий уровень регулируемых цен определяет убыточность поставок ОАО «Газпром» на внутренний рынок. В начале 2009 г. имело место превышение средней цены на газ, рассчитанной по формуле равнодоходности над средней регулируемой оптовой ценой более чем в 2.5 раза. Тенденции к обеспечению равнодоходности поставок на внутренний и внешний рынки существуют, но равнодоходность будет обеспечена не ранее 2011 года.

Очевидно, что сдерживание цен на газ на внутреннем рынке способствует сокращению финансирования инвестиционных проектов развития отрасли и ставит возможность реализации проектов по развитию газовой промышленности в зависимость от конъюнктуры внешнего рынка энергоносителей.

Сложности функционирования газовой промышленности так же связаны с несовершенством действующей налоговой системы. В России существуют льготы по налогу на добычу полезных ископаемых при разработке истощенных месторождений, а так же при освоении месторождений Якутии, Иркутской области и Красноярского края. В остальных случаях действует единая ставка налога на добычу полезных ископаемых, а запасы российского газа включают в себя запасы сеноманского («сухого») газа и запасы газоконденсатных залежей («жирного») газа. По потребительским свойствам эти газы идентичны, но принципиально отличаются уровнем затрат, связанных с геологоразведочными работами, добычей и подготовкой. Поэтому, отсутствие дифференцированных ставок налога ставит недропользователей в принципиально разные экономические условия.

Функционирование газовой промышленности осложняется серьезными административными барьерами. Каждый государственный орган в сфере недропользования функционирует в рамках сво-

его правового поля. Такая разобщенность приводит к противоречивости требований, усилению административного давления, затягиванию разрешительных процедур. Получение разрешительных документов требует участия неоправданно большого количества органов.

Современный этап развития газовой промышленности характеризуется недостаточностью темпов воспроизводства минерально-сырьевой базы. Для решения задач, поставленных энергетической стратегией перед газовой промышленностью, должно быть обеспечено расширенное воспроизводство минерально-сырьевой базы, это требует значительного увеличения объемов геологоразведочных работ.

Очевидно, что газовая промышленность в значительной мере зависит от конъюнктуры мировых энергетических рынков. Низкая эффективность функционирования на внутреннем рынке, связанная с государственным регулированием цен на газ, обуславливает зависимость инвестиционной активности в области развития газовой промышленности от эффективности деятельности на внешнем энергетическом рынке. Дополнительным фактором риска является слабая диверсифицированность структуры экспорта, которая вызвана недостаточным развитием газоперерабатывающей и газохимической промышленности.

Подводя итог вышесказанному, можно отметить, что, несмотря на огромные запасы ресурсов, которыми обладает Россия, развитие газовой промышленности сопряжено с серьезными проблемами, нерешение которых способно вызвать дефицит поставок газа на внешнем и на внутреннем рынке.

Дальнейшее развитие газовой промышленности должно в первую очередь обеспечить:

- повышение эффективности эксплуатации ресурсной базы, развитие технологий освоения и добычи трудноизвлекаемых запасов, повышающих рентабельность освоения;
- снижение затрат, связанных с освоением и эксплуатацией ресурсов в сложных природно-климатических условиях за счет комплексного освоения территории залегания ресурсов;
- привлечение государства для инвестирования наиболее приоритетных проектов: инвестиционные возможности недропользователей, в условиях регулирования цен на газ на внутреннем рынке и изменчивости конъюнктуры мирового рынка энергоресурсов, ограничены;
- расширенное воспроизводство минерально-сырьевой базы за счет увеличения объемов геологоразведочных работ;
- диверсификацию структуры экспорта за счет развития газоперерабатывающей и газохимической промышленности.

Список используемой литературы:

1. Коржубаев А.Г. Нефтегазовый комплекс России.- Новосибирск: АИ «Гео», 2007. – с.189-192.
2. Моргунов Е.В., Николаев П.В. Организационные основы ценовой и тарифной политики в газовой отрасли России.- М.: ИПР РАН, 2005.- с. 114.
3. Газпром в вопросах и ответах. – <http://www.gazpromquestions.ru>.

ВАНКУВЕР-2010: СИСТЕМНЫЕ ОШИБКИ УПРАВЛЕНИЯ

Григорьев М. И., студент; Елесева Е. В., студент

Томский политехнический университет

E-mail: grigoryev@vtomske.ru

Научный руководитель: Тухватулина Л. Р., к.ф.н., доцент

В связи с последними неудачами сборной России на международных спортивных соревнованиях, опять поднялся вопрос о состоятельности российской системы по подготовке спортсменов. Тут же заговорили, что четыре года назад на Зимних Олимпийских Играх в Турине был практически такой же состав спортсменов, результаты были намного выше. Соответственно дело не в спортсменах по отдельности, а в системе подготовки, отсюда можно провести «ниточку» ко всей системе управления Российским спортом.

Чтобы разбираться в причинах провала какой-либо системы, нужно разобраться, что собой представляет система по управлению спортом в современной России.

В настоящий момент российские специалисты и спортсмены чаще всего употребляют термин «менеджмент» как синоним русского слова «управление». Но существует небольшая загвоздка. Смысл термина «управление» шире, так как он используется в разных сферах деятельности человека, например, управление автомобилем, управление поведением и т.д. Грамотнее употреблять термин

«менеджмент» применительно к управлению социально-экономическими процессами в условиях рынка, рыночной экономики. Так как в нашем государстве спорт является социальным проектом, то можно использовать слово «менеджмент» или «администрирование». Термин «администрирование» означает то же самое, что и «менеджмент», но существует небольшое отличие: «администрирование» подразумевает под собой управление по системе «сверху вниз» и, чаще всего применяется в отношении государственных, муниципальных и социальных организаций.

В последние годы спорт стал важной отраслью экономики многих стран, в том числе и нашей страны. В данную отрасль постоянно вкладываются значительные финансовые средства, для поддержания отрасли нужно большое количество рабочей силы, но главное необходимо осуществлять подбор и набор людей по принципу «не количество, а качество». Также прогрессируют процессы коммерциализации спорта, соответственно для этой отрасли нужны высококвалифицированные спортивные менеджеры. В общем, спортивные менеджеры выполняют такую же работу как менеджеры любого предприятия, только существует ряд отличительных черт. Различия заключаются в том, что у спортивного менеджмента существуют не только рыночные цели, но и социально-значимые (удовольствие, самосовершенствование).

Если же рассматривать спорт как товар, то можно выделить разные спортивные рынки:

- «Рынок продавцов спорта» – это различные спортивные школы, секции, кружки.
- Рынок спортивных мероприятий – осуществление спортивно-массовых мероприятий.
- Рынок коммерчески-организованных спортивных событий, сюда относятся различные Чемпионаты Мира, Европы, также входят Олимпийские игры.
- Рынок товаров для занятия спортом и спортивного туризма, сюда входит различное снаряжение для занятий спортом (лыжи, теннисные ракетки, хоккейные клюшки и т.д.).
- Рынок спортивного оборудования, одежды, данный рынок в наше время получил огромный толчок из-за того, что спортивный стиль жизни является модной тенденцией среди молодежи.
- Рынок спортивного спонсорства и рекламы.

Следующим этапом будет рассмотрение причин провала нашей сборной на Олимпиаде в Ванкувере. Тут, как говорится, дело не одной конкретной проблеме, не в одном отдельно взятом спортивном клубе, не даже в спортивной Федерации. Тут дело, скорее всего, в сбое всей системы, просто все ошибки, соединившись в одно целое, дали нам тот результат, который мы имеем.

По нашему мнению, все существующие проблемы можно разделить на две большие группы:

1. управленческие;
2. спортивные.

Начать, пожалуй, стоит с ошибок самих спортсменов, которых, на самом деле, не много, а именно можно выделить одну проблему – это *неготовность спортсменов*. Видно было, что лыжники, биатлонисты находились не в оптимальной физической форме. Причиной тому могут быть разные обстоятельства: так называемый неправильно просчитанный момент на выход на пик формы, отсутствие оптимальных нагрузок в течение подготовительного сезона и т.д.

Пожалуй, это всё, что касается ошибок спортсменов, но в то же время, как такие просчеты можно «сложить на плечи спортсменов», ведь решение данных задач относится к сфере деятельности тренеров, управляющей Федерацией, которые как никто должны знать тонкости своего вида спорта и контролировать происходящие процессы.

Что же касается управленческих ошибок, то их больше. Мы выделим следующие:

Малоразвитость некоторых видов спорта.

Данный пункт можно отнести ко всем дисциплинам, связанным с горными лыжами. Также сюда можно отнести шорт-трек, фристайл. Во фристайле разыгрывалось 6 комплектов медалей, не одна медаль бы не была лишней для России.

Отсутствие собственной технической спортивной базы.

В России единицы фирм и компаний занимаются производством спортивного инвентаря и созданием спортивной инфраструктуры для выступления на международных соревнованиях. К тому же на эти предприятия стараются не обращать внимания. Практически весь инвентарь закупается в Европе (сани в странах Балтии, бобслейные бобы в Австрии), и тут становится ясно, что хорошего инвентаря нам никто никогда не продаст ни за какие деньги, так как вышеперечисленным странам самим бы хотелось выигрывать на Олимпиадах и на всевозможных Гран-при. Из-за отсутствия баз для тренировок российским спортсменам приходится ездить тренироваться за границу, ну а тут «как повезёт». Ведь можно и хорошо потренироваться зарубежом, примером тому может служить выступления Ивана Скобрева. Иван Скобрев провёл подготовительный к Олимпиаде сезон со сборной Италии и завоевал на Олимпиаде две медали: серебряную и бронзовую. Но этот случай, скорее всего,

исключение из правил. Ведь зачастую тренировки за рубежом оказываются не в пользу спортсменам, так как все переезды и перелёты очень утомительны, так ещё же надо пройти акклиматизацию. К тому же проведение зарубежных сборов обходится достаточно дорого для федераций.

Финансовая сторона Олимпиады.

Нет, никто не говорит, что премиальные были малы. Они были одни из самых внушительных, если сравнивать со всеми странами-участницами Олимпиады. Вот это, наверное, и сыграло злую шутку со спортсменами. Перед спортсменами, не перед всеми, первоочередной целью было выиграть эти самые призовые. Конечно, была и цель прославить Россию, но эта цель стояла на втором месте. Казалось бы, эту причину можно отнести к спортивным, но всех этих спортсменов можно понять: в течение всего подготовительного к Олимпиаде сезона многие спортсмены не получали никакой финансовой поддержки.

Снижение качества работы с судьями.

Эта проблема связана только с фигурным катанием, если в Советское время не у кого не вызывало сомнения превосходство Советской сборной, это было связано как отличными выступлениями, так и с качественной работой с судьями. Сейчас же этот аспект утратил свои позиции в нашей стране, а в ряде стран-соперниц наоборот набирает силу. Это было заметно на выступлениях Евгения Плющенко, а также пары Яны Хохловой и Сергея Новицкого. Кстати, с этой проблемой данная пара столкнулась и на проходившем в Турине Чемпионате Мира.

Обозначив некоторые из причин провала сборной России на Олимпиаде, можно констатировать, что система управления спортом дала серьёзный сбой. В то же время нельзя не отметить некоторые положительные тенденции: впервые, в истории советского и российского спорта была выиграна серебряная медаль в параллельном гигантском слаломе, это сделала сноубордистка Екатерина Илюхина, также заработана бронзовая медаль Александром Третьяковым в скелетоне.

Впрочем, данное выступление должно дать мощный толчок к развитию спорта в России, также к пересмотру принципов работы. Ведь как сказал президент Российской Федерации Д.А.Медведев: «Во главе угла должен быть сам спортсмен, а не федерации, которые как жирные коты». Также необходимо усовершенствовать существующую программу по поддержке спортсменов и довести её до состояния, при котором данная программа осуществлялась на протяжении всей карьеры спортсмена, а не только в период каких-либо спортивных событий.

Список используемой литературы:

1. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере технической физической культуры и спорта. Москва, 2005.
2. Михно Л.В., Винокуров Б.Н., Марьянович А.Т. Основы хоккейного менеджмента. Санкт-Петербург, 2004.
3. Режим доступа: <http://www.dni.ru/sport/2010/3/4/186734.html>
4. Режим доступа: http://www.infox.ru/sport/olympiad/2010/03/22/Andryey_Byelmach_ob_.phtml

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ РЕФОРМИРОВАНИЯ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Гридин В. В., студент

Бийский технологический институт (филиал) Алтайского государственного
технического университета им. И.И. Ползунова

E-mail: gridina1979@mail.ru

Научный руководитель: Гридина А. В., к.э.н., доцент.

В современных условиях генеральной целью муниципальной деятельности и стратегической задачей муниципальной политики является повышение качества жизни населения на территории муниципального образования. На первый план выдвигается благоустройство жизни на конкретной территории – благоустройство в широком понимании этого слова, как устройство на благо людей, и организация оказания населению различных муниципальных услуг [1]. Управление системой оказания муниципальных услуг служит неотъемлемой частью муниципального управления. Поэтому вопрос о муниципальных услугах является ключевым в понимании всех социально-экономических процессов, протекающих на местном уровне.

В процессе реализации реформы местного самоуправления проблемы организации системы оказания муниципальных услуг все чаще сводятся к решению проблем финансирования данных услуг. И естественно, приобретают одно из важнейших значений. Зачастую в сознании людей сохраняется представление о бесплатности или низкой стоимости услуг по сравнению с материальными продуктами [2]. Но с этим нельзя согласиться. В процессе оказания тех или иных услуг участвуют работники, получающие за свой труд определенное вознаграждение, используются энергоресурсы, расходные материалы, некоторая техника, инструменты, здания или сооружения, приобретение и содержание которых, в свою очередь, также требует финансовых затрат. Очевидно, что необходимо не просто платить за каждую услугу, а платить столько, чтобы поставщик услуги мог окупить свои расходы и получить хотя бы минимальную прибыль, как того требуют законы рыночной экономики. Иначе оказанием муниципальных услуг заниматься никто не будет.

Применение термина «муниципальная услуга» не означает, что их должны оказывать сами органы местного самоуправления. Однако именно они несут ответственность за то, чтобы люди имели возможность получать на территории муниципального образования все необходимые им муниципальные услуги [3]. Перечень основных муниципальных услуг, оказание которых обязана обеспечить местная власть, перечислен в Федеральном законе «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» в качестве его предметов ведения и вопросов местного значения [4].

Объем финансовых ресурсов, необходимый органам местного самоуправления для организации предоставления муниципальных услуг, зависит от того, кто конкретно будет их оплачивать: потребитель услуги, местный бюджет или они оба в некоторой пропорции. При этом самому исполнителю услуги это в принципе безразлично.

В большинстве случаев органы местного самоуправления заинтересованы в том, чтобы потребители муниципальных услуг сами их оплачивали.

Анализ выявил следующие преимущества оплаты услуги ее потребителем:

- обеспечение возможности оценки услуги потребителем, как количественной, так и качественной;
- стимулирование качественной работы исполнителя услуг;
- заинтересованность в экономном потреблении услуг.

Бесплатность или заниженная плата за муниципальную услугу развращает и исполнителя, и потребителя услуги, а также ведет к некачественной работе и расточительному использованию ресурсов [3].

В настоящее время применяются следующие варианты оплаты муниципальных услуг:

1. частные услуги, оказание и потребление которых носит индивидуальный характер, оплачиваются потребителем по сложившимся рыночным ценам и тарифам;
2. общественные услуги, как правило, оплачивает бюджет;
3. оплата социально значимых услуг (общественных по форме предоставления, но частных по характеру потребления) сочетает личное и бюджетное финансирование в разных пропорциях для разных групп населения [3].

Очевидно, что органы местного самоуправления должны держать под непосредственным управлением и контролем услуги местных монополистов и все бюджетные услуги, т.е. услуги которые полностью или частично финансируются за счет средств местного бюджета. Цены и тарифы на данные услуги должны быть регулируемы, их нельзя отдавать во власть рыночной стихии.

Не менее важным становится и проблема распределения оплаты муниципальных услуг между различными категориями потребителей. Предлагается использовать следующие принципы:

- принцип единства – устанавливается единый размер тарифа для всех категорий потребителей;
- принцип справедливости – на размер тарифа влияет платежеспособность потребителей. Потребители с низким доходом платят меньше за единицу услуги. Хотя это и может увеличить нагрузку на других потребителей.

Необходимость экономии бюджетных средств на оказание муниципальных услуг поднимает еще одну не менее важную проблему – проблему оценки эффективности и результативности оказания отдельных муниципальных услуг. При ограниченности финансовых средств местных бюджетов органам местного самоуправления постоянно приходится решать задачу, какие бюджетные услуги, и в каком объеме предоставлять, а от каких придется отказаться. Рекомендуется результативность муниципальных услуг оценивать с помощью индикаторов, характеризующих степень удовлетворения тех или иных потребностей населения или потери от отсутствия данной услуги [1]. Данные показатели должны устанавливаться муниципальными социальными стандартами. Органы местного само-

управления должны уметь оценивать результативность каждой услуги, соизмерять полученный результат с затратами на его достижение (т.е. оценивать эффективность оказания услуги) и на основе такого сопоставления производить выбор приоритетов.

Непосредственную работу по предоставлению муниципальных услуг населению могут осуществлять предприятия и организации всех форм собственности, включая индивидуальных предпринимателей. Для предоставления важнейших услуг, которые должны оставаться в ведении местной власти, администрация муниципального образования может создавать муниципальные предприятия и учреждения. Одновременно с этим, она должна создавать благоприятные условия частному бизнесу для оказания муниципальных услуг.

Таким образом, роль органов местного самоуправления в оказании большого количества многообразных муниципальных услуг может быть различной. Исследования показали, что целесообразно проводить следующую диверсификацию:

- муниципальные услуги, за которые органы местного самоуправления несут полную ответственность, обязаны обеспечить их предоставление населению и финансировать их из местного бюджета. Это благоустройство территории, содержание дорог, содержание объектов образования и здравоохранения и т.п.;

- муниципальные услуги, основную ответственность и финансовую нагрузку за которые несут органы государственной власти, а органы местного самоуправления содействуют в их оказании и частично участвуют в их финансировании. Это общественная безопасность, социальная поддержка отдельных категорий населения и т.п.;

- муниципальные услуги, за которые органы местного самоуправления несут полную ответственность, хотя и финансируют частично, в доле с населением и государством. Это жилищно-коммунальные услуги, городской транспорт, услуги здравоохранения, культура и т.п.;

- муниципальные услуги, которые полностью финансируются потребителями, а органы местного самоуправления лишь создают условия для их предоставления. Это торговля, общественное питание, бытовое обслуживание и т.д.;

- муниципальные услуги, оказываемые непосредственно в органах местного самоуправления, и услуги, связанные с рассмотрением жалоб и обращений населения.

В заключении следует отметить, что управление процессом оказания муниципальных услуг, выбор наиболее эффективных способов оплаты, сочетание муниципального и частного секторов экономики при оказании муниципальных услуг является одним из важнейших моментов искусства муниципальной политики в условиях реформирования местного самоуправления.

Список используемой литературы:

1. Экономика муниципальных образований: Учебное пособие/ Под общей ред. проф. В.Г.Игнатова. - М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2008.
2. Воронин А.Г. Муниципальное хозяйство и управление: проблемы теории и практики. – М.: Финансы и статистика, 2002.
3. Система муниципального управления: Учебник для вузов. 4-е изд./Под ред. В.Б.Зотова. – СПб.: Питер, 2008.
4. «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». Закон РФ №131-ФЗ от 06.10.2003 г.

СИСТЕМА «НОВОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА» В РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ

Гуськова А. А.: студент

Томский политехнический университет

E-mail: annaguskova@t-sk.ru

Научный руководитель: Блейхер О. В., к.ф.н.

Исследование поддержано грантом Президента РФ МК-943.2009.6.

В современном мире неуклонно идут процессы глобализации в различных сферах жизни людей: экономической, технологической, культурной, политической. Происходящие глобализационные

процессы на уровне государств способствуют отбору и экспликации различных схем, технологий, тенденций развития, зарекомендовавших себя, показавших свою эффективность поначалу в каких-либо отдельных регионах, государствах и их последующему внедрению в других геополитических образованиях. Данная ситуация открывает множество возможностей для совершенствования разнообразных сфер жизни государства. Наряду с этим одной из наиболее важных характеристик новшеств, эксплицируемых от государства к государству в связи с развертыванием глобализационного процесса являются такой показатель как границы применимости, то, насколько эффективным может стать внедрение инновации уже зарекомендовавшей себя с учетом геополитических, культурно-исторических и социальных особенностей.

Современная Россия все ближе интегрируется в международное пространство развитых государств и стран через вступление в разнообразные международные договоры, соглашения и тем самым, вынуждена изменять внутренние стандарты государственного управления. К примеру, наметилась тенденция заимствования схемы «нового государственного управления», к которой перешли многие развитые страны Европы и Северной Америки.

1980-2000-е гг. ознаменовались целой серией реформ в области государственного управления, затронувших как структуру государственных органов в разных странах, так и их функциональные механизмы. В ряде государств эти реформы стартовали как часть общей неоконсервативной социально-экономической политики, нацеленной на ограничение государственного регулирования экономики (Великобритания), в других странах государственный сектор был затронут преобразованиями уже на спаде неоконсервативной волны (США). Наконец, некоторые страны были вовлечены в полосу реформ в силу процесса управленческой диффузии (Германия). Большая часть этих реформ была продиктована новой идеологией государственного управления, получившей название «нового государственного управления (менеджмента)» (New Public Management).

Среди заявленных принципов реформ были выявлены следующие: идти навстречу нуждам потребителя, а не бюрократии, ввести конкурентное начало в систему распределения услуг, вкладывать больше в конечные результаты, чем в промежуточные, перейти от иерархических структур к участию в командной работе, регулировать изменения с помощью рыночных механизмов.

Среди основных направлений реформ были заявлены: ориентация на рыночные отношения, то есть представление о том, что государственный аппарат будет работать эффективнее, если перестроится по образцу частного бизнеса; ориентация на клиента, предполагающая смену приоритетов в деятельности государственных органов на интересы и потребности обслуживаемого населения; ответственность государственных служащих складывается из двух частей: ответственности перед начальством и перед клиентом.

В широком смысле эти реформы должны были заменить традиционную систему управления, основанную на четких инструкциях и жесткой иерархии, новой, ориентированной на рыночные отношения и принципы конкуренции. Идеология «нового государственного управления» отказывалась от аксиом Веберовской концепции бюрократии, выдвигая на первый план тезис о том, что реальные решения принимаются в сфере коммуникаций между отдельными элементами государственных, частных и общественных структур. Технически «новое государственное управление» реализуется путем перехода на договорные отношения между акторами – участниками управленческого процесса. В этих условиях в процессе принятия решений возрастает роль не политиков или чиновников, но экспертов-профессионалов. Договорные отношения предполагают также доверие, а не силу в качестве основополагающего принципа функционирования.

Таким образом, одним из главных условий данных реформ является сотрудничество государства и общества, посредством которого беспрепятственно и в полной мере реализуются необходимые населению права, где обе стороны выступают как равноправные. Но в то же время, предполагая, что подобные реформы дабы повысить эффективность работы наших государственных органов с помощью внедрения рыночных принципов в систему государственного менеджмента, могут быть рано или поздно проведены и в нашей стране, уже сейчас можно заметить существенное препятствие на пути проведения подобных реформ. Заключается оно в исторической особенности взаимодействия представителей власти нашей страны и общественности, которая выражается в «преклонении» человека перед представителями власти. В том, что наш народ привык смотреть на власть «снизу вверх», как на некоего всемогущего защитника, покровителя, у которого нужно искать снисхождения. Такая многовековая «традиция» не случайна, у нее глубокие исторические корни. Исследователи проблем российской государственности выделяют различные причины такой особенности. Например, Межуев В.М. - доктор философских наук, профессор, главный научный сотрудник Института философии РАН отмечает историческую религиозность русского народа, свойственное ему отождествление

светской власти с властью божественной (самодержавия и православия). Отсюда свойственная народу высота духовной мотивации в мирских делах, способность к самопожертвованию во имя «общего дела», с одной стороны, и недостаток индивидуального самосознания с учетом собственного интереса, — с другой. Василенко И.А., доктор политических наук, профессор философского факультета МГУ видит причину беспримерного повиновения власти в то, что русский человек изначально далек от власти и к ней не стремится, он живет «народной жизнью внутри себя». Академик РАН Пивоваров Ю.С., также соглашается, что такая особенность не случайна, обусловлена многовековой русской историей. Кроме того, это не девиация, не какое-то отклонение, а это наша норма.

Таким образом, можно говорить о том, что позиционирование себя со стороны государственной власти с одной стороны и особенности самосознания самого народа с другой предопределили отношение народа к представителям власти и стиль их взаимодействия.

Но ведь эпоха самодержавия и тоталитаризма пройдена, она уже позади. Мы живем в новой стране с новыми правилами. Мы перестраиваемся, чтобы стать страной развитой, где приоритетами общественного сознания являются демократия, эффективность, сотрудничество. А с другой стороны, наше самосознание не всегда успевает за этими изменениями. Например, во взаимодействии граждан с представителями власти, до сих пор во многом действует принцип не сотрудничества, а образно выражаясь «беспримерного повиновения власти». И поэтому наша «норма» не всегда конгруэнтна своему контексту. Таким образом, налицо конфликт культуры и проводимых изменений, который ведет к торможению развития в заданном направлении. С точки зрения теории организационного поведения в подобных ситуациях существует три способа решения конфликта: скорректировать изменение, чтобы оно в большей степени соответствовало существующим убеждениям, допущениям и образцам поведения; изменить убеждения, допущения и образцы поведения существующей культуры так, чтобы они поддерживали перемену; подготовиться к неудаче.

Так как третий способ преодоления конфликта не несет в себе положительного ресурса, для того чтобы наиболее эффективно развиваться в выбранном направлении, то он представляется наименее желательным. Соответственно приемлемыми выберем первый и второй способы. Первый же вариант решения конфликта (корректировка изменений) на государственном уровне требует наличия определенных властных полномочий, возможности влиять на решения власти, больших затрат сил, времени. При данном выборе воздействия на конфликт наиболее поддающимся воздействию со стороны нас как граждан, является второй способ решения конфликта: изменить убеждения, допущения и образцы поведения существующей культуры, потому как это касается нас лично, и на себя и свое поведение мы больше всего в состоянии повлиять.

Таким образом, для нашего же блага, представляется необходимым прекратить ждать усовершенствований и изменений сверху и начать совершенствоваться снизу. Не ждать действий и изменений от власти, а самим начать эти изменения с себя. В данном случае изменить свое отношение к представителям власти. Для наиболее полной реализации своих прав посредством пользования государственными услугами рассматривать представителей исполнительной власти- чиновников, к которым население обращается за различного рода разрешениями, жалобами по восстановлению своих нарушенных прав, предложениями и прочее, как «обслуживающий персонал», призванный удовлетворять запросы населения, а не как некую «всемогущую сущность», которой для того, чтобы от нее что-то получить, необходимо поклоняться и приносить всевозможные дары в поисках милости и снисхождения.

Список используемой литературы:

1. Виханский О.С. Менеджмент : учебник для вузов / О.С. Виханский, А. И. Наумов. 4-е изд., перераб. и доп. –М. : Экономист, 2008.
2. Карташова Л.В. Организационное поведение: учебник для вузов / Л. В. Карташова, Т.В. Никонова, Т.О. Соломанидина. 2-е изд., перераб. и доп. –М. : Инфра-М, 2008.
3. Миронов М.А. Власть и народ: обратная связь : Вопр.теории и практики орг.работы с обращениями граждан в соврем.условиях –М. : Юрид. лит., 1999
4. Петрунина О.Е. Государственное управление зарубежных стран: уч. пособие / О.Е Петрунина, С.В. Пронкин. 3-е изд., доп. и перераб. –М.: КДУ, 2007
5. Василенко И.А. Идея государства и образ государственности в русской политической культуре// Трибуна русской мысли № 3/2002 URL:<http://www.cisdf.org/TRM3/Vasilenko.htm>
6. Межуев В.М. Российская цивилизация – утопия или реальность?// Россия XXI № 1/2000 URL:http://www.russia-21.ru/XXI/RUS_21/ARXIV/2000/mejlumov_2000_1.htm
7. Лекция академика РАН Пивоварова Ю.С. «Политическая культура России»

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМОЙ В КНР

Данков А. Г., к. и. н., доцент; Тарасенко А. К., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: artyomdankov@sibmail.com

Научный руководитель: Никулина И. Е., д.э.н., профессор.

Колоссальные преобразования и бурный рост производства, технологии, образования, науки, бизнеса Китая – индикаторы современного развития новой экономики в КНР. Главный итог новой экономической концепции страны, отмеченный на XVI съезде КПК – объем производства КНР вырос в четыре раза, Китай занял шестое место в мире по ВВП. Уровень жизни вырос в несколько раз, хотя по западным меркам он еще довольно низок. Но в чем причины такого скачка и какова концепция развития Китая в новом веке?

В своем докладе посол КНР в России Чжан Дэгуана говорит о том, что «инновация – это душа прогресса нации, это неиссякаемая движущая сила», что «в мире глобализации, когда непрерывно растет научно-технический прогресс, необходимо следовать в форваторе эпохи, иначе неизбежно окажешься за ее бортом» [1]. Таким образом, обозначив приоритеты в развитии страны, одной из главных задач, которая впервые была поставлена в начале 2006 года, явилось посторонние в Китае инновационной экономики.

Однако, строительство инновационной экономики – это процесс, затрагивающий отнюдь не только и в значительной степени даже не столько области экономики и науки. Он гораздо масштабней и охватывает сферы образования, культуры, государственного строительства. Это решающий модернизационный прорыв, переход от традиционного общества к обществу современному. Это одновременно и радикальная трансформация общественного сознания, отказ от пассивного усвоения и трансляции знаний, навыков в пользу креативности, инновационности, предприимчивости.

Таким образом, создание национальной инновационной системы требует не только технологического развития, но и модернизации в науке, образовании, бизнесе. Прилагаются огромные усилия для создания в КНР новой экономики. Первые шаги в инновационном развитии дают результаты уже сегодня, что свидетельствует о правильности выбранного пути. Технологические достижения этой державы до сих пор отчасти были связаны с прогрессом отечественной науки и техники. Зависимость КНР от импортных технологий в разы превышает показатели развитых стран, составляя более 50%. Чтобы создать национальную инновационную систему, Китаю еще предстоит пройти длинный и нелегкий путь.

Начало этому было положено принятием Госсоветом «Основ государственного плана среднесрочного и долгосрочного развития науки и техники на 2006-2020 годы», который обозначил установку на «отечественные инновации» как основу экономики [2]. Таким образом, инновационный курс объявлен новой национальной стратегией. Долю расходов на НИОКР в ВВП предполагается поднять к 2020 году до 2,5%, когда в 2005 году она составляла 1,34%, а вклад научно-технического прогресса в экономическое развитие – более чем вдвое, до уровня выше 60% [3]. Зависимость импортных технологий в результате снизится до 30%. Китай войдет в первую пятерку стран по числу выдаваемых патентов и по числу ссылок на научные публикации, займет лидирующее положение в науке и технике.

Уже сейчас по основным параметрам, характеризующим развитие науки и техники, страна стала выдвигаться на лидирующие позиции, что обеспечивает стабильный рост конкурентоспособности Китая. Значительно увеличилось вложения в НИОКР, сверхбыстрыми темпами создаются технопарки и бизнес-инкубаторы, растет число патентов, получаемых китайскими учеными.

Оптимизация структур и концентрация сил и средств на наиболее перспективных научных направлениях – задачи, решению которых в Китае уделяется значительное внимание. В 1998 году началась реорганизация Академии наук, которая подразумевает оставление из 129 академических институтов лишь 30 наиболее сильных и признанных в мире. Введен новый порядок определения научных приоритетов и финансирования, призванный устранить распыление средств, по которому крупные ассигнования выделяются вузам, ведущим исследования и разработки. Университеты занимаются, прежде всего, фундаментальными исследованиями, как и институты Академии наук. При них создаются научно-технические компании, технопарки и бизнес-инкубаторы. Быстро развивается кооперация с бизнесом. В перворазрядных университетах Цинхуа, Фудань, Цзяотун имеются свои венчурные фонды.

Впрочем, в инновационном развитии важны не только научные разработки, но и возможности для успешного предпринимательства, прежде всего, привлечения капитала. Однако, связь с бизнесом, особенно фундаментальных и прикладных исследований, недостаточна. В Китае еще очень мало крупных корпораций, заинтересованных не только в прикладных исследованиях и научно-конструкторских разработках, но и в фундаментальной науке – в нее бизнес средства почти не вкладывает. В результате на фоне общего роста затрат бизнеса на НИОКР доля государственных институтов, занимающихся в основном фундаментальными исследованиями, в общих расходах на НИОКР сократилась с примерно половины до менее чем одной пятой. Соответственно, большая часть китайских специалистов, ведущих НИОКР, занята не научными исследованиями – фундаментальными и прикладными, – а опытно-конструкторскими разработками. Эта диспропорция представляет для Китая большую проблему.

Другой трудностью в процессе строительства инновационной экономики для КНР является серьезная нехватка высококвалифицированных кадров, способных вести НИОКР и внедрять результаты исследований. Причина в том, что страна посылает сотни тысяч молодых людей в лучшие зарубежные университеты. Обратная сторона такой открытости – «утечка мозгов». Руководство Китая делает все возможное, чтобы смягчить эту проблему. Как китайским, так и иностранным исследователям, работающим в КНР, разрешено свободно покидать страну и возвращаться в нее, а также перемещать заработанные деньги. Вернувшимся из-за границы ученым предоставляются четырехлетние исследовательские гранты на сумму до 1млн юаней, под них создаются технопарки и бизнес-инкубаторы. Разработаны специальные программы (такие как «100 талантов» и др.) привлечения в страну особо одаренных соотечественников. Кроме того, появились требования аттестации сотрудников вскоре после их приема на работу, а зарплата стала привязана к научным достижениям. Положительные сдвиги налицо, и все же пока значительная часть китайских специалистов, прошедших обучение за рубежом, остается там жить и работать.

Более того, для создания собственной высококвалифицированной базы специалистов, страна существенно поднимает уровень отечественного образования. Госпрограмма подготовки элитных кадров в КНР носит название «Проект 211» - сотня университетов для 21 века [4]. Китай резко увеличил число студентов и долю обучающихся естественным и инженерным наукам, однако пока качества образования, важной целью реформы вузов должна стать децентрализация, усиление автономии, передача в ведение региона, стимулирование партнерства с бизнесом. В этом направлении уже сделано многое. Например, университетам и НИИ Китая давно предоставлена возможность создавать не только всяческие технопарки, но и реальные инновационные компании. Таким образом, научные исследования и коммерциализация результатов в элитных китайских университетах весьма поощряются.

Амбициозные планы включают создание информационной сети, центров коллективного пользования и много чего еще, а главное – вхождение 25 китайских университетов в число лучших в мире. Упор делается на создание идеальных условий для молодых лидеров, научные подразделения которых способны эффективно сочетать исследовательскую и образовательную деятельность. Соответственно, активное внимание уделяется работе с иностранцами и с китайцами, трудящимися за рубежом.

Таким образом, от того, сумеют ли Китайская академия наук и университеты стать для бизнеса внешней базой разработки национальных инновационных решений, во многом зависит успех в построении «инновационного общества».

Список используемой литературы:

1. Доклад посла КНР в России Чжана Дэгуана. XVI съезд коммунистической партии Китая и стратегия развития Китая в новом веке. (14 февраля 2003г.) // www.ispr.ru – ИСПИ РАН;
2. Бергер Я.М. Инновационные перспективы Китая. // Отечественные записки. - №3, 2008. – С. 27;
3. OECD Reviews of innovation policy. China synthesis report. 2007 // www.most.gov.cn – Министерство науки и техники КНР;
4. Стерлигов И. Инновационные системы стран БРИК: Китай.//www.OPEC.ru – экспертный канал «Открытая экономика».

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Деменцева А. И., студент; Блейхер О. В., доцент

Томский политехнический университет

E-mail: sashadem@sibmail.com

Исследование поддержано
Грантом Президента РФ МК – 943.2009.6.

Основная тенденция развития экономики страны на сегодняшний день – перенос акцента на малый и средний бизнес, т.к. именно он создает основу функционирования экономики и других сфер жизни общества. По результатам исследования, одним из основных барьеров в сфере малого и среднего бизнеса, является взаимодействие с властью.

Механизм взаимосвязи чиновника и человека громоздкий и неразвитый, что усложняет отношения между государством и обществом, и в частности между государством и предпринимателями как представителями общества. Негативный образ чиновника сложился ввиду нескольких проблем в системе государственного управления: отсутствие доступа граждан к информации, затяжные рассмотрения вопросов и просьб граждан, регулярные отказы в рассмотрении, предоставлении ответов, либо их неполнота и недостаточность. Все это ведет к тому, что проблемы людей, обращающихся к чиновникам, остаются нерешенными, что вызывает необходимость в реформировании системы государственного управления, формирования новой кадровой системы.

Сегодня для решения проблемы взаимодействия власти и общества государство предлагает ряд реформ, одними из которых являются Федеральный закон «О государственной гражданской службе» и внедрение в систему государственного управления программы «Электронная Россия». Цель реформ государства – решить актуальную и наболевшую проблему взаимодействия власти и общества, чиновника и человека. Но остается неясны методы и способы достижения данной цели, основные элементы, шаги и задачи. Отсюда, необходимо разобраться, проанализировать модель административного управления, к которой сегодня стремится государство.

Первым шагом в исследовании современной модели государственного управления будет исторический анализ: выявление моделей управления в историческом опыте России и определение их основной идеологии.

Первые реформы в сфере государственного управления были проведены в XVII веке Петром I. Важнейшая реформа в сфере государственного управления – принятие в 1722 году «Табеля о рангах». «Табель о рангах» вводил четырнадцать классов должностей и чинов. Также была регламентирована система приёма на государственную службу и продвижения по службе. Модель государственного управления Петра I содержала принципы выборности и выслуги лет, основная идея – поощрение знания и опыта, способности и заслуги перед отечеством, продвижение по карьерной лестнице только по мере прохождения рангов. Приоритет знатности и родовитости в системе государственного управления уходит на второй план.

Таким образом, Петр I стремился уменьшить влияние статусного фактора при занятии должности, и во главу угла ставил не человека с его знатностью, а человека с его личностными характеристиками, заслугами, знаниями, способностью профессионально выполнять функцию.

Следующие реформы, касающиеся государственного управления были проведены при правлении Екатерины II. Помимо реформ государственного механизма (губернская реформа, реформа центральных учреждений), где должности государственного управления могли занимать только дворяне, императрица в 1785 году ввела "Грамоту на права, вольности и преимущества благородного российского дворянства", идеи которой и стали особенностью модели государственного управления Екатерины II. "Грамота" представляет свод всех прав и привилегий, которые в течение десятилетий получали дворяне. В документе подтверждалась вольность дворянства от обязательной государственной службы, свобода от уплаты податей, от нанесения дворянам телесных повреждений, но самое важное - дворянам, имевшим обер-офицерский чин, давалось право организации дворянских обществ (дворянского собрания), но участвовать в собраниях могли только дворяне - владельцы населенных имений. "Право быть избранным на выборные должности в губернии или в уезде имели теперь лишь дворяне, обладавшие доходом не менее чем в 100 рублей. Это отсекало от дворянской корпорации прослойку разорившихся дворян"[1].

Таким образом, идеологическая база модели государственного управления Екатерины II заключается в статусном факторе: поступление и продвижение по службе зависит от принадлежности к сословию, от знатности рода, и от состоятельности человека. Отсюда следует, что основной акцент делается на статусе человека, его положении в обществе.

Стоит отметить, что чиновник в моделях Екатерины II и Петра I представляется и как функция, и как человек, имеющий свои ценности, поведение, язык, образ, цели (достаточно вспомнить художественные произведения русской литературы Н.В. Гоголя, А.П. Чехова, Салтыкова – Щедрина и др.). Различия в том, что Петр I отдавал приоритет личностным характеристикам, способностям, Екатерина II – знатности, родовитости, принадлежности к слою – дворянам.

Альтернативой рассмотренным системам является теория гражданского общества П.Флоренского. В своей книге "Предполагаемое государственное устройство в будущем" П. Флоренский критично относится к приоритету личности в сфере государственного управления и к "уровню" каждого человека, выдвижению на первый план должности, функций. Это два взаимодополняющие друг друга метода формирования государственного управления, использование по отдельности которых может привести государство к краху. "Данность" каждого человека важно не только сохранить, но и использовать на благо общества: личностный аспект в сфере государственного управления не отрицается, но индивидуальность каждого должна решать общие задачи. Кроме того, автор предполагает, что государственная служба – это сфера, где человек сможет реализовать себя и свои возможности на благо общества, но только если у него к этому есть способности, тем самым, автор подчеркивает, что государственная служба не для всех, государственный служащий должен быть профессионалом: "Должно быть твердо сказано, что политика есть специальность, столь же не доступная массам, как медицина или математика, и потому столь же опасная в руках невежд, как яд или взрывчатое вещество"[2].

Проведя анализ основных моделей государственного управления, можно подвести итог. В истории России выделяются три основные модели кадровой политики в административном управлении: в модели Петра I в качестве основания кадровой политики выступают личностные характеристики человека (черты характера, воля, инициатива); в модели Екатерины II – статусность, знатность человека, его принадлежность к роду, сословию; в модели П. Флоренского предложен интегративный подход, предполагающий двусторонний механизм формирования страты профессиональных чиновников, с одной стороны, критерием отбора служит сочетание личностных и профессиональных характеристик, с другой стороны, особое внимание обращается на формирование отношения институтов гражданского общества к деятельности каждого отдельного чиновника.

Сегодня государство в области реформирования административного управления стремится построить модель П.Флоренского: в Федеральном законе "О государственной гражданской службе" государственный служащий рассматривается как профессионал, а государственная служба как профессиональная деятельность, где речь идет о личностных характеристиках: способностях, заслугах, опыте, навыках. Одновременно, власть вводит в систему управления должности, чины, что является ссылкой к модели государственного управления Петра I. Кроме того, соблюдается принцип выборности на должность государственного служащего. Государственный служащий профессионально выполняет свою функцию, и ставит перед собой задачи: соблюдение интересов граждан и организаций, улучшение взаимодействия с обществом.

Несмотря на достаточно прогрессивную кадровую политику в сфере государственного менеджмента, существует ряд проблем: как реализовать себя, свои способности, при этом выполнить функции, должностные обязанности и достичь цели, как перенести приоритет не на привлекательность должности, а на выполнение ее задачи и функции – ответив на эти вопросы государство сможет решить проблему взаимодействия власти и общества, тем самым ускорив развитие нашей страны.

Список используемой литературы:

1. История России. С начала XVIII до конца XIX века./ А.Н.Сахаров, О.В. Милов, П.Н. Зырянов, А.Н. Боханов. - М.: Аст, 2001 – 544с.
2. П.А.Флоренский Предполагаемое государственное устройство в будущем // Электрон. б-ки. 2010.
URL:http://dl.biblion.realin.ru/text/8_Biblioteka_Bakulina/Bolshaya_Biblioteka/florensky_gostr.html
3. Федеральная целевая программа «Электронная Россия» [сайт].2009. URL: <http://fcp.vpk.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2010/134/>.

4. Нелидов Н., Турчинов А, Романов В. И Какой быть государственной службе? // Государственная служба. 2001. № 1.
5. Российская Федерация. Законы. О государственной гражданской службе.[текст]: федер.закон: [принят Гос. Думой 7 июля 2004 г.: одоб. Советом Федерации 15 июля 2004 г.]. URL: <http://www.rg.ru/2004/07/31/gossluzhba-dok.html>.
6. Клементьев Д.С. Социология управления./ Д.С. Клементьев. – М.: МГУ, 2008 –240 с.

ПРОФИЛАКТИКА КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ

Желтышев В. Б., Подчалина М. К. студенты
Кузбасский Государственный Технический Университет
E-mail: ekaterina_usti@mail.ru

Научный руководитель: Устинова Е. В., ассистент

Для менеджера по персоналу тема взаимоотношений в коллективе всегда актуальна. Помимо обычных ситуаций служба персонала нередко сталкивается и с трудными, конфликтными случаями, требующими мобилизации сил, ресурсов, умения адекватно вести себя и минимизировать психологический дискомфорт.

Однако до того, как возникнет такая ситуация, подразделение по управлению персоналом, должно создать такие условия, которые будут способствовать бесконфликтному взаимодействию сотрудников компании. Во многом успех решения этой задачи зависит от правильного налаживания отношений в звеньях «руководитель – руководитель», «руководитель – подчиненный», «специалист – специалист», а также от грамотности и компетентности сотрудников службы персонала.

В числе основных направлений деятельности по предупреждению конфликтов необходимо назвать следующие.

Создание объективных условий, препятствующих возникновению конфликтных ситуаций

В первую очередь это касается условий жизнедеятельности работников в компании. Важно, чтобы работнику было не только комфортно работать в помещении (удобная планировка, хорошее освещение, наличие необходимой оргтехники и комнатных растений, пр.), но и психологически приятно находиться в данном пространстве. Мягкие цвета, корпоративно стилизованная обстановка, возможность свободного перемещения, личное рабочее пространство (десять сотрудников в небольшом кабинете, каким бы дружным не был коллектив, рано или поздно пожалеют об отсутствии рабочих мест в коридоре) являются частью достижения как физического, так и психологического комфорта. Большое значение имеет оборудование комнат психологической разгрузки, создание тренажерных залов в непосредственной близости от мест трудовой деятельности, обеспечение возможности осуществления водных процедур и т.п.

Сюда относится также и справедливое распределение материальных благ в коллективе, денежных вознаграждений, премий, надбавок. Важно, чтобы это распределение было сбалансированным и справедливым. Анализ конфликтов между работниками организаций с различной формой собственности показывает, что объективной причиной их возникновения является недостаток материальных ресурсов и их несправедливое распределение.

Оптимизация управленческих условий функционирования компании

Сюда относится грамотное и ясное распределение обязанностей, четкое понимание структуры функционирования компании, открытые, развитые коммуникации в компании, отношения в коллективе, отношения с руководством.

Более 50 % конфликтов во взаимоотношениях руководителей среднего звена непосредственно связано с организацией их взаимодействия в процессе совместной деятельности. А в диаде «начальник – подчиненный» приходится говорить о еще большем числе конфликтов, вызванных противоречиями совместной деятельности. Одной из основных причин конфликтов, возникающих в процессе совместной деятельности, является принятие людьми неграмотных решений (прежде всего управленческих), которые провоцируют конфликты между участниками.

На наш взгляд, выполнение следующих условия, может сделать общение в цепочке «руководитель – подчиненный» бесконфликтным:

Ставьте ясные задачи. Отдаваемые работникам распоряжения должны быть четкими и полными. Не стоит надеяться, что вас правильно поняли, убедитесь, как именно вас поняли. Пусть сотрудник изложит сам задачу так, как он ее представляет, определит ее цели, ожидаемые результаты и способы их достижения.

Обеспечьте возможности для исполнения порученной работы. Если у вас есть возможность обеспечить работника всем необходимым для выполнения поручения, сделайте это. Инициативность работника не исключает сотрудничество.

Соблюдайте законодательство. Все, что бы ни происходило в компании, должно соответствовать законодательству. Будьте примером для своих сотрудников.

Не будьте категоричными. Оставляйте работникам шанс исправить допущенные ошибки, не делайте поспешных выводов. Не допускайте попустительства, будьте мудры и справедливы.

Будьте объективны. Оценивая результаты деятельности работников, всегда учитывайте начальные условия, компетентность, опыт и другие факторы. Если судить лишь по результатам других сотрудников, это будет не совсем правильно.

Критикуйте грамотно. Еще Сенека говорил, что «самый сильный тот, у кого есть сила управлять собой», поэтому, критикуя, не переходите на личные оценки, критикуйте по существу, относительно дела, поступка.

Не обобщайте. Критикуя, не переносите оценки на весь коллектив, говорите конкретно. Фразы «да Вы вообще», «Вы всегда так говорите...», «все, что Вы делаете...» недопустимы.

Будьте умеренны. Проявление негативных эмоций неизбежно, однако, попытайтесь управлять собой в ярких эмоциональных ситуациях.

Будьте конструктивны. Критикуя, говорите о том, как вы предлагаете исправить ошибки, предлагайте выход из ситуации. Указать на ошибку всегда легче, нежели найти решение.

Будьте равными. По психологическому статусу руководитель и сотрудник равны. Поэтому, общаясь, важно показывать, что вы признаете это равенство. Можно быть богаче, старше, опытнее, но по своей сути все люди равны друг перед другом.

Будьте справедливы. Никогда не позволяйте себе срывать на сотрудниках, которые находятся у вас в подчинении. Плохое настроение или собственная невнимательность не дают вам оснований быть неуважительным к своим сотрудникам и использовать их в качестве «громоотвода».

Будьте примером. Являйтесь примером для своих сотрудников. Проявление бесконфликтности, умения контролировать свои эмоции и сгладить ситуацию, объективности, уважения, толерантности подает положительный пример для работников. Именно такого руководителя будут уважать и даже прощать ему некоторые недоработки, ведь он — тот человек, у которого следует учиться.

Никто не в силах дать полную гарантию на отсутствие конфликтов в организации, конфликты — это естественное явление, источником которых выступают противоречия и проблемы.

Однако своевременный анализ организационных условий, характера взаимоотношений в коллективе, политики деятельности могут указать вам моменты, на которые следует обратить внимание.

Влияние личных причин на конфликтность

Конфликтные ситуации возникают не только по организационным причинам, но и по личным. К таковым относятся все те факторы, которые касаются непосредственно личности сотрудника – это особенности восприятия, характер, принципы, ценностные ориентации, семейные взаимоотношения и др.

Личное самочувствие отражается на работоспособности сотрудника, на показателях деятельности, на формировании отношений с коллективом, поэтому личные проблемы могут создать и проблемы в деловой сфере.

На наличие личных проблем у сотрудника могут указать следующие моменты:

- прежде активный сотрудник не проявляет прежней заинтересованности в деятельности;
- работник избегает общения, стал замкнутым, погруженным в себя;
- работник стал принимать лекарственные препараты, которые ранее не принимал;
- стал излишне ворчливым, постоянно не довольным;
- увеличилось количество ошибок, допускаемых работником;
- работник стал невнимательным и рассеянным;
- участились случаи прогулов, отсутствия на рабочем месте.

В заключение необходимо обратить внимание еще и на то, что бесконфликтный коллектив начинает формироваться на этапе его создания и подбора персонала. Соответствие кандидата всем профессиональным, психологическим, нравственным, физическим требованиям во многом определяет эффективность его дальнейшей деятельности и взаимоотношения в коллективе.

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРЕДИТНЫХ КАРТ
Заболотнов А. Ю., студент; Сечина А. А., ст. преподаватель
Томский политехнический университет
E-mail: frog555@yandex.ru

На сегодняшний день кредитные карты плотно вошли в жизнь населения, сначала стран Запада и СНГ, а теперь и отечественные банки предлагают нам воспользоваться подобной услугой. *За прошлый год количество выпущенных банками карт увеличилось на 38% до 103,5 млн. шт., из них кредитных карт — на 58% до 8,9 млн. шт.. Количество операций с картами увеличилось на 36% до 1,6 млрд. транзакций, а их сумма — на 47% до 6,5 трлн. руб. Но по-прежнему доминируют операции по выдаче наличных, хотя их доля в общем объеме сократилась с 86,1% в 2006 г. до 78,9% в 2009 г.*

Явным преимуществом кредитных карт является возможность мгновенного расчета.

Основная специфика использования и обслуживания заключается в содержании кредитных карт: проценты за кредит, пользование картой и прочее.

Большинством банков сознательно устанавливается месячная процентная ставка по кредиту. Как правило, она составляет 2 - 4% в месяц. При переводе этой ставки в годовую получается, что годовая процентная ставка составляет примерно 24 - 48%. При этом следует учитывать, что кредитные проценты за первый месяц задолженности не всегда совпадают с кредитными процентами за последующие месяцы. В результате возможно скрытое увеличение годовой процентной ставки.

За каждое снятие денежных средств с кредитного счета банк взимает процент, который составляет от 2 до 4% от суммы, списанной с кредитной карточки. При этом плата за снятие денег в банкоматах других банков на 1 - 2% выше. Комиссия списывается при каждом снятии денежных средств со счета, уменьшая тем самым размер доступных средств.

Нередко встречается, что банки взимают плату за обслуживание пластиковой карты. В одних банках эта услуга абсолютно бесплатна, в других, плата за обслуживание взимается в виде процентов от основного долга, а в третьих может достигать несколько десятков долларов.

Ежемесячное погашение кредита составляет от 4 до 10% от суммы задолженности. Также с погашением тела кредита необходимо ежемесячно погашать сумму начисленных процентов, что увеличивает ежемесячные расходы по обслуживанию кредита. В некоторых случаях возможны дополнительные штрафные проценты за непогашение минимального платежа.

Как правило, почти все карты, которые предлагают банки, имеют льготный период (grace period), в течение которого не выплачиваются проценты по кредиту. Продолжительность этого периода в зависимости от банка составляет от 30 до 60 дней. То есть если кредит погашен в течение этого времени, клиент не платит проценты за пользование кредитной картой. Если же клиент не успевает осуществить оплату полностью до означенного срока, то проценты начисляются в обычном режиме на всю сумму задолженности с момента ее возникновения. Иногда возможно оплатить не всю сумму задолженности, а осуществить минимальный взнос (обычно 10% от потраченных в прошлом месяце средств) плюс погасить проценты за пользование кредитом. Это дает безусловное преимущество, так как позволяет получить практически беспроцентный кредит. При условии безусловного погашения в течение льготного срока всех задолженностей и использования карты только для операций в торговой сети суммарный объем комиссий процентов банка может быть равен нулю. Доход банка в этом случае складывается из стоимости годового обслуживания карты и небольшого (меньше одного процента) дохода от безналичных операций. Для контроля расходов по льготным картам в банках существует множество услуг: SMS-информирование, круглосуточный Call-центр, где клиенту сообщают историю его платежей, расходов и необходимые сроки внесения средств.

Некоторые кредитные карты являются мультивалютными (VISA, MasterCard, American Express), то есть они оформляются в рублях, долларах и евро. Использование рублевой карты за рубежом возможно, но в этом случае взимается комиссия за конвертацию. В этом случае на счете блокируется сумма, приблизительно равная стоимости покупки по карте, а после подтверждения сделки деньги списываются со счета. Так как в этом процессе участвуют торговая точка, банк, обслуживающий платеж, платежная система, банк, выдавший карточку, то между совершением покупки по карте и списанием средств проходит несколько дней. Непосредственно конверсия проводится в день списания средств со счета соответственно по текущему курсу.

В последнее время становятся популярными кобрендинговые карты, то есть карты, на которых есть логотип не только банка, но и какой-нибудь компании. Эти карты отличаются от обычных нали-

чием дополнительных преимуществ, предоставляемых партнерами банка держателю карты: скидки, бонусы, дополнительные услуги, подарки. По сути, кобрендинговая пластиковая карта – это симбиоз дисконтной и обычной банковской карты. Функционально для таких карт доступен набор операций и сервисов, характерный обычной кредитной карте. На рынке пока не сложилась единая практика по взиманию платы за обслуживание кобрендинговых карт: некоторые банки устанавливают плату по стандартному тарифу (например, Сбербанк), некоторые устанавливают оплату за обслуживание дороже (например, Альфа-банк), а некоторые банки вообще не берут денег с клиента (например, Экспобанк).

Подводя итог, можно сформулировать основные *достоинства использования кредитных карт*. Безопасность пластиковых карт гораздо выше, чем у наличных денег. При потере или краже наличные теряются безвозвратно, а кредитную карту можно заблокировать. При неожиданной потребности в большой сумме денег достаточно найти ближайший банкомат или расплатиться кредитной картой. Кредитная карта международной системы позволяет удобно путешествовать, так как не нужно везти с собой наличные деньги и обменивать их. Кредитной картой можно расплачиваться по Интернету за товары, авиабилеты и прочее. Кредитная карта совершенно незаменима при бронировании отеля или аренде автомобиля. В таких случаях необходимая сумма не списывается, а лишь блокируется на счету, а проценты на блокируемую сумму не начисляются.

Однако существуют и *недостатки в использовании кредитной карты*. Безопасность кредитных карт, по сравнению с хранением денег на счете в банке, значительно ниже, так как нередки случаи мошенничества с пластиковыми картами (взлом кодов, подделка и прочее). Использование кредитных карт в России еще затруднительно, так как не во всех магазинах, ресторанах, кафе и т.д. поддерживается система обслуживания кредитных карт. Расплачиваясь кредитной картой, нужно следить за балансом и вовремя возвращать банку кредит, так как после льготного периода начисляются высокие проценты.

В настоящее время использование кредитных карт нарастает с каждым месяцем. Поэтому следует понимать механизм использования и схему банковского обслуживания кредитных карт.

Список используемой литературы:

1. www.GoFin.ru - Информационно-поисковый портал о личных финансах.
2. www.MoneyGuide.ru - Руководство по использованию денег.
3. www.gazprom.ru
4. www.alfabank.ru
5. www.sberbank.ru

УПРАВЛЕНИЕ ВРЕМЕНЕМ В ФОРМАТЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ОТДЕЛЬНОГО СОТРУДНИКА

Ивонин И. И., студент

Томский политехнический университет

E-mail: tpatil@sibmail.com

Научный руководитель: Дульзон А. А., д.э.н., профессор.

Закон экономии времени – всеобщий экономический закон, выражающий источник и способ повышения экономической эффективности общественного воспроизводства. **Закон экономии времени** был сформулирован К. Марксом в связи с выявлением исторически преходящего значения денег как стоимостной формы проявления обществ, характера производства. При коммунизме стоимость станет ненужной для выявления и измерения повышающейся эффективности, это можно будет сделать в непосредственных формах: «Как для отдельного индивида, так и для общества всесторонность его развития, его потребления и его деятельности зависит от сбережения времени. Всякая экономия в конечном счете сводится к экономии времени... Экономия времени, равно как и планомерное распределение рабочего времени по различным отраслям производства, остается первым экономическим законом на основе коллективного производства» (Маркс К).

Переводя на более простой язык слова великого К.Маркса: «Экономия времени – это основная цель для более эффективной работы компании в той или иной сфере». Так какими же средствами можно экономить время в разрезе компании и отдельного сотрудника? Существует несколько теорий о тайм – менеджменте для компаний, все они делятся на две стратегии управления времени.

Первая область управленческих технологий, непосредственно связанных с управлением временем фирмы, касается систем управления. Здесь основное внимание уделяется организации работы системы в целом, а эффективное использование времени каждого отдельного работника становится следствием правильно построенной системы. В наше время за это направление «отвечают» тотальное управление качеством, реинжиниринг бизнес-процессов, проектный менеджмент, и т.п.

Вторая «сюжетная линия» говорит об организации личной работы, которую человек осуществляет по собственному почину, не желая тратить напрасно невозобновимые ресурсы своего времени, а в конечном итоге – своей жизни. К методам этой «сюжетной линии» относятся тайм-менеджмент в узком смысле слова, а также всяческие технологии личностного роста.

Я хотел бы подробнее остановиться над управлением временем для отдельного сотрудника, так как деятельность фирмы будет непосредственно зависеть от его работы. Разбираясь в потребностях сотрудника можно выйти на следующий уровень – менеджеров и так далее до администрации компании, оптимизировав работу организации в целом. Так как же наиболее выгодно экономить время сотрудникам компании?

Отвечая на этот вопрос, я постараюсь описать как можно больше информации, которую мне удалось найти по поводу этого.

Несомненно, общая тенденция в развитии современного труда заключается в том, что технический прогресс ведет к освобождению человека от простого, однообразного, а также физически тяжелого и неквалифицированного труда. Вместе с тем развитие производительных сил и материально-технической базы характеризуется нередко упрощением, «симплификацией» человеческого труда. На определенном этапе развития техники происходит расчленение сложных процессов на простейшие, элементарные операции, выполнение которых не требует от работника ни большой квалификации, ни сколько-нибудь сложных трудовых навыков. Это неизбежно приводит к монотонности труда, которую многие специалисты расценивают как настоящий бич производства.

Актуальность и большая практическая значимость изучения поставленной проблемы определяется тем обстоятельством, что монотонность, вызывая некоторые отрицательные физиологические и психологические последствия, приводит в конечном итоге к ощутимому снижению экономической эффективности труда. Исследования последних лет со всей очевидностью показали, что снижение интереса и привлекательности труда, формирование негативного отношения к работе и неудовлетворенность ею, переживание отрицательных психических состояний и другие психологические последствия монотонности прямо соотносятся с такими важнейшими экономическими и производственными категориями как рентабельность предприятия, производительность труда, текучесть рабочей силы и т. п.

Решение данной проблемы заключается в более детальном подходе к деятельности каждого сотрудника, кроме того, при организации трудовой деятельности необходимо придерживаться следующих общих правил, установленных в исследованиях и проверенных на практике:

- 1) совмещаемые работы должны изменять степень загруженности различных органов и систем организма;
- 2) целесообразно менять трудовые процессы с преобладанием физических компонентов на деятельность, где доминируют интеллектуальные операции, и наоборот; работу, связанную с напряжением органов зрения, на деятельность, требующую участия других сенсорных систем и т. д.;
- 3) совмещаемые операции по своей физической интенсивности должны быть менее тяжелыми, чем основные, однако, в тех случаях, когда работа отличается ярко выраженной монотонностью и невысоким энергетическим уровнем, полезна смена с меньшей на большую интенсивность;
- 4) совмещаемые трудовые комплексы должны обеспечивать работу с участием мышца-антагонистов, а также поочередную сменность позы сидя и стоя;
- 5) при наличии статических компонентов в выполняемой деятельности необходимо ее сочетание с трудовым процессом, позволяющим компенсировать статическое напряжение умеренной динамической нагрузкой.

Соблюдение указанных правил обеспечивает производственную эффективность совмещения профессии и одновременно способствует снижению уровня монотонности.

Так же в разных статьях есть выводы о том что, что в определенных разумных границах заданный темп при выполнении монотонных операций способствует не только поддержанию высокого уровня работоспособности исполнителей, но и более благоприятно скапывается на их психическом состоянии. Если заданный темп обеспечивает сохранение микропауз в пределах 15 — 18% от собственнo оперативного времени, он не выступает в качестве очень жесткой детерминанты трудовых действий и позволяет проявиться всем положительным результатам ритмизации.

В дополнение к этому, я нашел еще одно, применимое к теории экономии времени, направление, которое занимается исследованием психофизических особенностей работы мозга в течение суток. Обычный рабочий день занимает у сотрудников 8 часов, чаще всего это время с 9 до 13 и с 14 до 18. Наиболее активно мозг работает с 11-13 и с 17-18 вечера, если рассматривать тот интервал что я привел в пример. В связи с этим, как я думаю, есть возможность оптимизировать работу человека в зависимости от его рода деятельности.

На первый взгляд это звучит странно, но эксперименты ученых физиологов и невропатологов подтверждают данную теорию. Разделяя виды деятельности по наиболее предназначенным для этого часам рабочего дня, можно добиться наиболее оптимального выработка со стороны, как отдельного сотрудника, так и всей компании в целом.

Эта область исследований, как со стороны врачей, так и со стороны людей, занимающихся управлением персонала не так хорошо изучена, как хотелось бы. Есть большие перспективы использования данного направления для наиболее оптимальной работы сотрудников компаний. Как примеру можно адаптировать программное обеспечение, занимающиеся проектным управление, чтобы распределять задачи в зависимости от: времени суток, наиболее расположенных к таким заданиям сотрудников и, не накладывая монотонности к работе. Вводя подобную модернизацию и проводя несложные психофизиологические тесты и измерения при устройстве сотрудника на работу, можно будет сэкономить много времени и сил. По изменения биоритмов в коре головного мозга можно определить насколько сотрудник будет приспособлен к данной работе и когда ее, относительно времени суток, лучше ему задавать. Данное направление в дальнейшем можно будет применять в различных целях, но для его исследования нужны, как и средства, так и заинтересованность со стороны бизнеса.

ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ ПОСТУПЛЕНИЯ АБИТУРИЕНТОВ НА ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ ТПУ

Казакова Е. А., Дергунов К. В., студенты; Сечина А. А., ст. преподаватель

Томский политехнический университет

E-mail: frog555@yandex.ru

Спрос на экономические специальности на рынке образовательных услуг очень велик. По статистике каждый третий выпускник школы мечтает стать экономистом или управленцем. Очевидно, рынок кадров в этой области еще далек от насыщения.

На рынке образовательных услуг в экономическом секторе сейчас наблюдается очень большое разнообразие, все прогнозы о том, что спрос на экономистов скоро спадет, не оправдывает себя, так как хорошие экономисты всегда востребованы. Известно, что в российских вузах только 20% всех учащихся изучают экономику, а остальные 80% - студенты технических и медицинских специальностей.

В настоящий момент ни одно предприятие не обходится без хорошего экономиста. Квалифицированный специалист в области экономики и управления должен быть не только теоретически подготовлен по профилю специальности, но и быть компетентным в процессах, происходящих на предприятии. В Сибирском регионе лидером на рынке комплексного экономического образования является Томский политехнический университет. Инженерно-экономический факультет ТПУ осуществляет подготовку специалистов в области экономики и управления с хорошей технической базой. Отличительной особенностью в обучении на инженерно-экономическом факультете – приобретение будущими специалистами компетенций по экономическим, управленческим, правовым и техническим дисциплинам в едином комплексе.

В настоящее время в состав факультета входят 3 кафедры, осуществляющие подготовку по трем направлениям (Экономика, Менеджмент, Маркетинг) и одной специальности (Антикризисное управление). Кроме того, на факультете ведется подготовка по 11 магистерским программам.

В связи с этим, неудивительно, что в период приемной кампании инженерно-экономический факультет ТПУ пользуется большой популярностью среди абитуриентов Томска, области, различных городов России и стран ближнего зарубежья.

За период с 2005 года по 2009 конкурсная ситуация при поступлении сильно изменилась (табл. 1). Конкурс на наиболее популярное направление Экономика увеличился на 234,3 %, Причем сильный скачок произошел именно в 2009 году. Наиболее предположительно, что увеличение конкурса наблюдалось вследствие изменения условий приема документов. В 2009 году при поступлении на ИЭФ в качестве вступительных испытаний ЕГЭ по физике было заменено на ЕГЭ по обществознанию. Причем ЕГЭ по обществознанию принималось в качестве вступительных испытаний только на 13 направлений и специальностей ТПУ, в основном на гуманитарные и экономические направления, что составляет лишь 20% по ТПУ. В 2009 году ЕГЭ по обществознанию сдавало 435000 человек.

Таблица 1. Конкурсная ситуация при поступлении на инженерно-экономический факультет ТПУ и план приема абитуриентов на бюджетные места за период 2005-2009 гг.

Направления и специальности ИЭФ ТПУ	Конкурс на одно бюджетное место, чел.					План приема на бюджетные места, чел.				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
Экономика	8,40	9,33	14,69	12,36	28,08	20	15	13	14	12
Менеджмент	5,38	7,19	8,94	9,21	12,58	21	16	16	14	12
Коммерция	4,69	6,08	7,50	8,00	10,33	13	12	10	8	6
Антикризисное управление	6,75	6,90	7,60	21,50	21,67	12	10	5	4	3

Кроме того, наблюдалось увеличение конкурса на специальности Антикризисное управление на 221,0 %. Скачок в конкурсе произошел в 2008 году, что связано с переходом основных направлений подготовки только на бакалаврские и магистерские программы. Таким образом, антикризисное управление оказалась единственной специальностью на всем факультете, что значительно подняло ее популярность. Рост конкурса на направления Менеджмент и Маркетинг произошел на 133,8 % и 120,3 % соответственно и не отличается резкими изменениями, имея равномерную тенденцию.

Очевидно, что на конкурсную ситуацию значительное влияние оказывает количество бюджетных мест на каждое направление. Как видно из таблицы 1, количество бюджетных мест на все направления и специальности ИЭФ за период с 2005 года по 2009 год уменьшилось. Уменьшение квот Министерством образования связано, в первую очередь, с демографической ситуацией в стране. За последние годы наблюдается тенденция сокращения количества выпускников школ, в 2009 году произошло уменьшение числа выпускников на 6%. При этом увеличиваются возможности выпускников поступить на бюджетное место. В 2009 году на 1 тысячу выпускников приходилось 554 бюджетных места.

Квота бюджетных мест формируется с учетом потребности экономики через 4-5 лет на основе запросов министерств и ведомств, в ведении которых находятся образовательные учреждения. В 2009 году на формирование квот повлияла не только демографическая ситуация, но и мировой финансовый кризис, а также стратегия социально-экономического развития России до 2020 года, определившая новые параметры развития экономики и социальной сферы. В 2008 году запрос на экономистов, юристов и менеджеров превысил потребности экономики на 4%. Поэтому в 2009 году ситуация была исправлена путем снижения числа бюджетных мест по таким группам специальностей как «гуманитарные науки», «экономика и управление», «образование». При этом произошло увеличение бюджетных мест по приоритетным направлениям развития науки, техники и технологий.

Самый большой спад количества бюджетных мест оказался на специальности Антикризисное управление (на 75 %). Уменьшение бюджетных мест на остальные специальности составило от 43 % (направление Менеджмент) до 54 % (направление Коммерция).

Проведя корреляционный анализ между конкурсом на одно бюджетное место и количеством бюджетных мест по каждому направлению и специальности инженерно-экономического факультета, можно сделать вывод, что между этими параметрами достаточно сильная обратная взаимосвязь. Рассчитанный коэффициент корреляции колеблется от -0,7 для направления Экономика до -0,92 для направления Коммерция. Таким образом, как и следовало ожидать, уменьшение количества бюджетных мест влечет за собой увеличение конкурсной ситуации на одно бюджетное место среди абитуриентов инженерно-экономического факультета.

Уменьшение количества бюджетных мест во многом зависит от того, востребована ли специальность на рынке труда или нет. Спрос на экономические специальности никогда не упадет, так как

в наше время специалист в любой области, чтобы достичь успеха, должен иметь экономическое образование. Без этого никогда не добиться хорошей экономики в стране.

Список используемой литературы:

1. www.ntsjob.ru
2. www.tpu.ru

РИСК – МЕНЕДЖМЕНТ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ТОМСКРОСПЕЧАТЬ»

Капустин Е. С. студент, **Поталицына Л. М.**, доцент

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

В процессе своей деятельности коммерческое предприятие чаще всего вынуждено взаимодействовать с органами государственной власти и различными государственными учреждениями. Это обусловлено: во-первых, тем обстоятельством, что большинство земельных участков, необходимых для организации деятельности предприятия, находятся в государственной собственности; во-вторых, предприятиям приходится прибегать к аренде государственного имущества.

Особенно это касается малых предприятий, не имеющих собственных земельных участков, а часто и помещений для ведения своего бизнеса. При этом возникают проблемы, которые существенно осложняют организацию бизнеса и увеличивают непроизводительные издержки. Изучая риски коммерческого предприятия ОАО «Томскроспечать», был выявлен и охарактеризован ряд проблем, которые можно считать типичными проблемами предприятий, ведущих предпринимательскую деятельность в условиях постсоветской России.

Так называемые административные барьеры являются в российской экономике одним из серьезнейших препятствий на пути развития малого предпринимательства. Данной проблеме уделялось и уделяется большое внимание на всех уровнях государственной власти.

Нами было исследовано, действительно ли в практике ОАО «Томскроспечать» необходимо использовать методы и инструментарию риск-менеджмента в целях снижения высокорисковых областей предпринимательской деятельности!?

Понятие риск-менеджмент (управление рисками; англ. Risk management) — подразумевает под собой процесс принятия и выполнения управленческих решений, направленных на снижение вероятности возникновения неблагоприятного результата и минимизацию возможных потерь, вызванных его реализацией.

Ключевым этапом риск-менеджмента считается этап выбора методов и инструментов управления риском.

Базовыми методами риск-менеджмента являются:

- отказ от высокорисковой деятельности (метод отказа),
- мониторинг или диверсификация (метод снижения),
- аутсорсинг затратных рисков функций (метод передачи),
- формирование финансовой подушки или запасов (метод принятия).

Наиболее часто применяемым инструментом риск-менеджмента является страхование. Страхование предполагает передачу ответственности за возмещение предполагаемого ущерба третьей стороне (страховой компании, метод передачи).

Возможности риск-инструментария значительно шире методов риск-менеджмента. Он включает:

- политические
- организационные,
- правовые,
- экономические,
- социальные инструменты,

– причем риск-менеджмент как система допускает возможность одновременного применения нескольких методов и инструментов риск-управления.

Для применения риск-менеджмента необходимо оценить риски, обусловленные взаимодействием с органами государственной власти и государственными учреждениями. За основу оценок рисков, возьмем методику оценки теоретического риска, суть в которой заключается в том, что прежде чем оценить риск необходимо найти вероятность возникновения риска, ущерб который будет причинен в результате возникновения риска и период наблюдения данного риска.

Теоретический риск часто сводится к вероятности некоторого нежелательного события. Обычно вероятность такого события и некоторая оценка его ожидаемого вреда объединяется в один правдоподобный результат, который комбинирует набор вероятностей риска, сожаления и вознаграждения в ожидаемое значение для данного результата. Риски мы будем оценивать вероятностной характеристикой (безразмерной величиной от 0 до 1).

В статистической теории принятия решений, функция риска оценки $\delta(x)$ для параметра θ , вычисленная при некоторых наблюдаемых x ; определяется как ожидаемое значение функции потерь L .

Мы оценим теоретические риски на основании имеющихся данных, по формуле:

$$R(\theta) = \int L(\theta, \delta(x)) \times f(x|\theta) dx$$

где в нашем случае: R – риск.

x – период наблюдения (г.);

$\delta(x)$ = оценка;

θ = параметр оценки;

L – ожидаемое или существующее значение функции потерь в результате одного нежелательного события. (количество потерянных денег) (т.р.);

$f(x|\theta)dx$ - вероятность одного нежелательного события (%);

Оценка рисков, обусловленных взаимодействием с органами государственной власти и государственными учреждениями:

Риск, обусловленный необходимостью аренды земельных участков, занимаемых объектами ОАО «Томскроспечать»:

$$R = 84,4 * 0,062 * 8 * 0,026 * 0,72 = 0,78;$$

Риск, обусловленный расположением торговых точек, в объектах прочих организаций:

$$R = 143,7 * 0,058 * 6 * 0,026 * 0,49 = 0,64;$$

Риск, обусловленный необходимостью оформления права аренды земельных участков под киоски ОАО «Томскроспечать»:

$$R = 39,2 * 0,071 * 5 * 0,026 * 0,51 = 0,18;$$

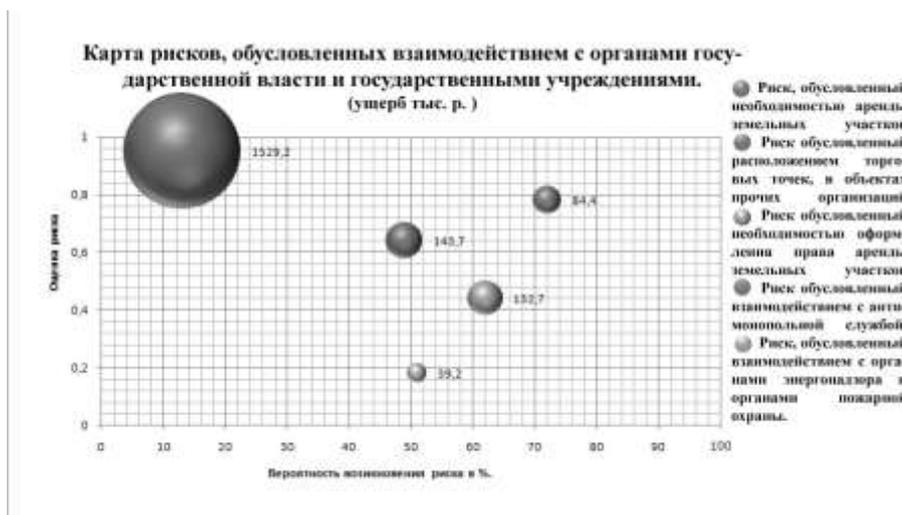
Риск, обусловленный взаимодействием с антимонопольной службой:

$$R = 1529,2 * 0,037 * 5 * 0,026 * 0,13 = 0,95;$$

Риск - взаимодействие с органами энергонадзора и органами пожарной охраны:

$$R = 132,7 * 0,041 * 5 * 0,026 * 0,62 = 0,44.$$

Карта рисков



Следует заключить, что производственная деятельность ОАО «Томскроспечать» является, несмотря на сравнительно небольшие размеры предприятия, достаточно простую номенклатуру реализуемых товаров и вполне бытовую, если можно так выразиться, сферу деятельности, достаточно высокорисковой.

Нами выделено и идентифицировано 5 значимых рисков, обусловленных взаимодействием с органами государственной власти и государственными учреждениями разной степени вероятности и разного уровня финансовой опасности. Среди исследованных нами рисков имеются риски высокой степени опасности, способные, особенно при одновременном их возникновении, привести даже к полному банкротству предприятия. Причины столь высоких рисков обусловлены, на наш взгляд, общей ситуацией в Российской Федерации, отличающейся, несмотря на длительный период реформ, высокой нестабильностью, несовершенством хозяйственного законодательства, неопределённостью «правил игры» на рынках, коррупцией. Данные риски можно считать типичными, для любого предприятия, ведущего коммерческую деятельность на постсоветском пространстве.

Есть основания полагать, что существует вероятность объединения всех рисков в одно цело и тогда не вряд ли можно предугадать, что произойдет с предприятием. Однако есть основания считать, что при грамотном управлении рисками существует возможность достижения достаточно стабильного положения предприятия.

СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ ТОМСК»

Киргизова Е. Н., магистрант

Томский политехнический университет

E-mail: Evgeniya2712@rambler.ru

Научный руководитель: Леонтьева Е. Г., кандидат философских наук.

В настоящее время большинство руководителей предприятий приходят к пониманию недостаточности базового образования своих работников. Ни для кого не секрет, что знания со временем устаревают, забываются и в итоге теряют свою актуальность [2]. Обучение и переподготовка кадров такой крупной компании как ООО «Газпром трансгаз Томск» проходит в собственном Учебном центре, а также по программам подготовки и переподготовки кадров ОАО «Газпром».

Учебный центр оснащен самым современным оборудованием. Заключен договор с Томским политехническим университетом, 90 преподавателей которого сотрудничают с учебным центром [1]. Учебный полигон Учебного центра компании в 2008 году был признан лучшим в «Газпроме» [3]. В данной статье описывается организация получения опыта работы у сотрудников с оборудованием и навыков управления технологическим процессом на реальных САУ. В здании Производственного полигона расположено несколько технологических объектов, применяемых при обучении. Все объекты, расположенные на полигоне соответствуют реальным установкам, которые используются при транспортировке газа и управляются САУ.

Мною был разработан базовый сценарий и несколько сценариев аварийных ситуаций для тренажера Котельная, поэтому основные принципы построения обучения будут рассмотрены на этом примере. Базовый сценарий (упрощенная математическая модель по работе котельной) имитирует работу котельной в штатном режиме (все показатели в норме). Список и логическая реализация аварийных сценариев согласовывалась с преподавателем. Значения сигналов, которые поступают с котельной, имитируются. Изменения взаимозависимых величин вычисляются согласно формулам, которые приведены ниже.

Расход сжигаемого газа:

$$B_{г} = \frac{Q_{к}}{Q_{н}^{р} * \eta_{к}^{бр}},$$

где $Q_{к}$ - расход тепла, вырабатываемого котлом;

$Q_{н}^{р}$ - низшая теплопроводная способность газа, $Q_{н}^{р} = 8300 \text{ ккал/м}^3$;

$\eta_{к}^{бр}$ - коэффициент полезного действия котла брутто;

$$Q_{к} = c * G_{в} * (t_{к}^2 - t_{к}^1) * 10^3,$$

где c – теплоемкость воды, $c=1 \text{ ккал/кг}^{\circ}\text{C}$;

$G_{в}$ - расход воды через котел, $\text{м}^3/\text{ч}$;

$t_{к}^2$ - температура нагрева воды в котле, $^{\circ}\text{C}$;

t_k^1 - температура воды, поступающей в котел, °С.

Расход прямой воды:

$$G_{пр.в} = \frac{Q_k}{c * (t_k^2 - t_k^1)} * 10^3$$

Аварийные сценарии для имитатора Котельная. Здесь приведен список сценариев, с помощью которых можно задавать нештатные ситуации в работе котельной. Низкое давление газа: Сценарий имитирует снижение давления подаваемого газа до 0,015 кгс/см². При этом отсечной газовый клапан автоматически закрывается. Газ токсичный 1-п: Имитирует загазованность в котельной токсичным газом, например СН₄. При этом отсечной газовый клапан автоматически закрывается. Превышение температуры воды из котла: Сценарием имитируется превышение нормального уровня температуры воды при выходе из котла до 115⁰С. Происходит автоматическое закрытие клапана и останов котла [4]. Использование базового сценария и сценариев нештатных ситуаций позволяют отследить отработку действий персонала при возникновении нештатных (аварийных) ситуаций, имитируемых преподавателем с помощью специальных аппаратно-программных средств.

Обобщая все вышесказанное, можно сделать вывод: обучение персонала перестало являться чем-то исключительным и все больше становится не только жизненной необходимостью, а составной частью технологического процесса работы организации, без которой нормальное функционирование происходить не может. Наконец-то приходит понимание, что средства, затраченные на обучение персонала – это не расходы, а инвестиции в собственный бизнес, которые окупятся сполна, позволят на много сэкономить и уж тем более принести весомую прибыль.

Список используемой литературы:

1. <http://tomsktransgaz.ru/social/>; <http://74.ru/job/articles/4.html>; <http://old.gazprom.ru/articles/>
2. Документация по котельной

РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ ООО «БИЙСКИЙ ЗАВОД СТЕКЛОПЛАСТИКОВ»)

Колёскина М. В., студентка

Бийский технологический институт (филиал) АлтГТУ

E-mail: lokfi@mail.ru

Научный руководитель: Мамашев Д. Р., к.э.н., профессор

С целью приобретения устойчивого конкурентного преимущества компаниям необходимо изменить представление об эффективных нововведениях и разработать целый комплекс стратегий, позволяющих получить полную отдачу от инноваций, будь то создание новых процессов, продуктов, услуг или бизнес-моделей. Подход, основанный на зависимости инноваций от инвестиций и нацеленности руководства на быстрое получение дохода, ошибочен. Оптимизировать инновационную деятельность можно с помощью 5 подходов или правил. [1]

Правило 1. Инвестирование в новаторские способности сотрудников.

Для любой компании первоначально необходимо определить количество людей, участвующих в инновационной деятельности (сотрудники научно-исследовательского отдела, отдела по разработке продукции и т.д.) При небольшом числе таких специалистов компании следует вовлекать в рационализаторский процесс уже имеющихся служащих, не нанимая новых.

Коллектив работников Бийского завода стеклопластиков, основанного в 1991 году, ныне занимающего лидирующее положение в Алтайском крае по производству и сбыту стеклопластиковой строительной арматуры и строительного инвентаря, первоначально уже состоял из специалистов оборонных предприятий города, научных сотрудников и конструкторов, имеющих не только большой опыт работы со стеклопластиками и другими композиционными материалами, но и большой инновационный потенциал. На заводе действует конструкторско-технологическое отделение, занимающееся научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими разработками, отрабатывающее технологию производства новых товаров и внедряющего их на производство.

Для оптимизации поиска новых идей и повышения эффективности внедрения инноваций интересным решением послужила бы организация "инновационных встреч", где сотрудники могли бы делиться с руководством и друг с другом идеями на заданные темы, обсуждать их, разделять по категориям от самых блестящих, требующих немедленного внедрения, до малоэффективных, бессмыс-

ленных. При этом задачей компании в целях постоянного потока революционных идей является предоставление инновациям статуса корпоративных ценностей. [1]

Правило 2. Увеличение количества "внешних" рационализаторских идей.

К внешним источникам нововведений, способствующих внутреннему развитию компаний, можно отнести покупку лицензий на новаторские технологии, опрос потребителей, привлечение университетских научно-исследовательских групп, присоединение к совместным проектам и др.

Для Бийского завода стеклопластиков характерно тесное сотрудничество с учеными ведущих научных образовательных учреждений, испытательными центрами страны. Так например, сотрудничая с Бийским технологическим институтом предприятие провело работы по созданию конструкции и отработало различные варианты бронестекла. Совместные разработки позволяют предприятию осваивать новые технологии, выпускать новую продукцию, получать свидетельства и сертификаты.

Правило 3. Увеличение количества радикальных инноваций.

Радикальной можно назвать идею, которая изменяет ожидания и поведение клиента, изменяет "повод" для конкурентной борьбы и экономику отрасли.

Применение данного правила отражается в том, что вся выпускаемая продукция, разработанная Бийским заводом стеклопластиков, не только защищена патентами и, практически, не имеет аналогов в России, но и производится на оборудовании и по технологиям, разработанным на самом заводе. Предприятие изучает свойства композиционных материалов и стремится к расширению границ применения стеклопластиков в различных областях промышленного и бытового назначения.

Правило 4. Накопление опыта инвестирования в инновации.

Успех любого начинания зависит от основного подразделения компании (его опыта и активов), не желательно перекладывать ответственность за эксперименты на новые структурные единицы. При основной передаче ответственности за стратегические эксперименты на руководителей операционных подразделений, предприятию целесообразно создать систему сбора результатов этих экспериментов со всех уровней организации.

Базируясь на проведении комплекса НИОКР, проводимых конструкторско-технологическим отделением, Бийский завод стеклопластиков в первую очередь стремится обеспечить качество и надежность выпускаемой продукции. Исследования в данной области имеют в основном прикладной характер. Предприятию, в рамках приведенного правила, следует больше внимания уделять исследованиям по продвижению инновационных продуктов и стремиться к снижению затрат на проводимые эксперименты.

Правило 5. Сосредоточение на нескольких ключевых инновациях.

Постоянная смена приоритетов и нестабильное финансирование негативно сказываются на инновациях. Нововведения требуют последовательности, особенно при уже сложившихся условиях эффективности их внедрения - накопление идей, наличие экспериментального опыта, рост профессионализма сотрудников.

Бийский завод стеклопластиков, придерживаясь данного правила, последовательно и постепенно внедряет новые разработки с 1991 года по сегодняшний день. Предприятие разрабатывало и внедряло в производство бронезилеты оригинальной конструкции (1991); бронестекло (1992-1993); изделия из полистирола для изготовления торгового и офисного оборудования (1996); гибкие связи из стеклопластика для трехслойных стеновых конструкций и строительный дюбель для крепления теплоизоляционных материалов к стенам (1998); центральный силовой элемент для волоконно-оптических кабелей связи (1999); стеклопластиковые стержни, применяемые при изготовлении полимерных изоляторов (2002); анкерные элементы для горнодобывающей промышленности (2005) и другие.

Все разработки подтверждались свидетельствами и сертификатами, предприятие становилось призером в различных конкурсах на лучшую технологию, продукцию, материалы, в конкурсах инновационных научно-технических разработок и многих других.

Отличительными характеристиками продукции являются высокая прочность, низкая теплопроводность, высокая коррозионная стойкость, высокие эксплуатационно-потребительские свойства. Бийский завод стеклопластиков продолжает активно внедрять новые разработки, отвечающие требованиям развития и совершенствования, применяемых технологий, где в полной мере используются специфические свойства стеклопластика с точки зрения долговечности и коррозионной стойкости.

Основные потребители продукции ООО "Бийский завод стеклопластиков" - предприятия, находящиеся в Архангельске, Барнауле, Владивостоке, Екатеринбурге, Иркутске, Казани, Кемерово, Красноярске, Москве, Новосибирске, Омске, Перми, Рязани, Санкт-Петербурге, Тюмени, Томске,

Хабаровске и многих других городах Российской Федерации. Потенциальные же конкуренты находятся в Барнауле, Бийске и некоторых городах и районах Алтайского края.

В настоящее время на предприятии реализуется проект модернизации технологической линии по производству стеклопластиковой арматуры строительного назначения. Внедрение новой энерго-сберегающей технологии позволит существенно снизить затраты на производство продукции, увеличив тем самым прибыль. Это позволит увеличить объем средств, направляемых на модернизацию предприятия в целом.

Данная технология основана на замене в производственном процессе ИК-ламп и конверторных печей на более современные ресурсосберегающие методы СВЧ-нагрева, позволяющие сократить длину непрерывной технологической линии и затраты на электроэнергию.

Основным преимуществом данной технологии является снижение цены реализации за единицу изделия, которая в настоящее время составляет 13,7 руб./м.

Снижение себестоимости стеклопластиковой арматуры позволит захватить новые сегменты рынка и удержать старые.

Проведенный анализ эффективности данного проекта модернизации производства, стоимостью около 15000 тыс. руб., проектной мощностью в 763 тысячи метров стеклопластиковых стержней в квартал, показал свою высокую эффективность. Так срок окупаемости проекта составил 30 месяцев, годовая чистая прибыль более 5000 тыс. руб., бюджетный эффект около 15000 тыс. руб. Кроме того, осуществление инвестиционного проекта позволит создать в регионе 10 дополнительных рабочих мест.

Для повышения эффективности внедрения инноваций предприятиям необходимо стремиться придерживаться всех пяти правил одновременно, а не сосредотачиваться на одном или двух, как это делает большинство компаний. Чтобы получить максимальную отдачу от каждой вложенной в инновации денежной единицы, на нее должно приходиться большее количество инноваций, организации нужно не только экономить, главное наращивать и преумножать инновации, постоянно улучшать результативность нововведений. Необходимо стремиться к тому, чтобы все, даже незначительные, ресурсы компании шли на внедрение инновационных решений, стимулирующих рост и развитие компании.

Список используемой литературы:

1. Гэри Хэмел, Гэри Гетц "Рост в эпоху строгой экономии"// Harvard Business Review, июнь-июль 2007

ОТКРЫТЫЕ ИННОВАЦИИ И СЕТИ ЗНАНИЙ: К ВОПРОСУ СООТНОШЕНИЯ ПОНЯТИЙ

Колпаков М. В., аспирант

Томский политехнический университет

E-mail: maxemail@sibmail.com

Научный руководитель: Никулина И. Е., д.э.н., профессор

Становление и развитие инновационной среды в странах-членах ЕС, а также США и Японии осуществлялось по разным, но достаточно близким принципам. При этом институциональной основой инновационного развития стран стали национальные инновационные системы (НИС), представляющие собой совокупность «... взаимосвязанных организаций (структур), занятых производством и коммерциализацией научных знаний и технологий в пределах национальных границ, а именно, малых и крупных компаний, университетов, лабораторий, технопарков и инкубаторов и комплекса институтов правового, финансового и социального характера, обеспечивающих инновационные процессы и имеющих мощные национальные корни, культурные традиции, политические и культурные особенности» [2].

В данном случае термин «система» трактуется как инструмент формирования среды для анализа действующих в ней элементов: с точки зрения их составляющих, отношений между этими составляющими и их взаимодействия с внешней средой.

Анализ структур НИС высокоразвитых стран позволяет выделить базисные сферы (элементы), создающие фундамент данных НИС: государственное управление и регулирование; генерация зна-

ний; распространение и применение знаний; инновационная инфраструктура для коммерциализации разработок и выпуска рыночной продукции; образование и профессиональная подготовка кадров.

На современном этапе экономического развития все более актуализируются такие тенденции, как:

1. Интеграция национальных инновационных систем. Новый этап развития европейских НИС, заключающийся в их объединении в единую мегасистему, начался в марте 2000 г., когда на заседании Европейского совета в Лиссабоне была предложена программа создания инфраструктуры знаний, активизации инноваций и экономических реформ, модернизации систем социальной поддержки и реформы образования. Цель данной программы была определена как построение наиболее компетентной и динамичной экономики, основанной на знаниях, обеспечивающей ЕС мировое лидерство [4].

2. Смещение приоритетов государственной инновационной политики в сторону региональных инновационных систем (РИС). Как отмечает И. Бойко «немаловажной причиной усиления роли регионального инновационного развития является то, что современная инновационная экономика в качестве своих значительных составляющих имеет процессы «изучать действуя» (learning by doing), «изучать взаимодействуя» (learning by interacting) [1]. То есть успех инновационной политики во многом зависит от того, насколько новые знания формируются в зависимости от характера задач при реализации планов экономического развития региона.

Вторым важным фактором повышения значения регионального аспекта инновационной политики стали изменения характера национальных научно-технических политик, делающих основной упор на распространение новых знаний в экономике. В результате региональная политика все в большей степени приобретает структурный, а не перераспределительный характер [6].

Выбор приоритетов регионального развития возможен только в альянсе между учеными, бизнесом и властью. Ведущую роль при этом играет местное бизнес-сообщество, разрабатывающее инновационные стратегии предприятий и организаций. Для выявления региональной специализации, помимо местных экспертов, необходимо участие экспертов федерального уровня.

Совершенно очевидно, что стратегия инновационного развития различных регионов должна быть различной. Так, государственная инновационная политика в регионах — генераторах инноваций должна строиться, в основном, на создании благоприятных правовых, финансово-экономических и организационных условий для активизации инновационных процессов и укрепления взаимосвязей между имеющимися и вновь создаваемыми элементами инновационной системы: наукой, производством, сферой образования.

Для регионов — доноров инноваций главный акцент государственной инновационной политики должен быть сделан на стимулирование процессов модернизации и диверсификации производства, а также расширение и укрепление научных и деловых связей этих регионов с регионами — генераторами инноваций. Очень важной проблемой формирования в РФ эффективной инновационной системы является использование позитивного опыта регионов-лидеров.

В значительной мере успешность функционирования РИС предопределяется характером взаимодействия основных субъектов инновационной деятельности: учебных и научно-исследовательских институтов, венчурных фирм и промышленных предприятий. Кроме того, следует отметить усиление внимания не только и даже не столько к производству знаний и новшеств, как к их распространению и применению.

Существенное влияние в данном подходе, на наш взгляд, оказали тематические приоритеты, заявленные в 6 и 7 Рамочной Программе ЕС. В частности, в 6-ой Рамочной программе предусмотрено использование и новых инструментов, в том числе интегрированных проектов, сетей по обмену опытом, совместного проведения национальных программ стран – участниц ЕС и ассоциированных государств (в соответствии со статьей 169 Договора об учреждении ЕС). Цель этих нововведений – мобилизация научно-технического потенциала европейских стран. «Цель сетей по обмену опытом – повышение качества НИОКР путем не только объединения «критической массы» ресурсов, но и накопленного опыта. Благодаря планированию совместных работ сети призваны помочь преодолеть разрозненность и фрагментарность европейских научных исследований. Среди основных задач – ликвидация организационных, культурных и кадровых барьеров на пути долговременной интеграции научного потенциала участников сети» [6]. Цель 7 Рамочной Программы, рассчитанной на семь лет (с 2007 по 2013 г.г.) – ускорение экономического роста и повышение конкурентоспособности европейских экономик посредством инвестирования в человеческий капитал, знания и инновации.

Вопросу возрастания роли сетей уделяется значительное внимание и в Лиссабонской декларации, принятой на 14-й Сессии Европейской Конференции Министров, ответственных за пространст-

венное/региональное планирование (СЕМАТ), в Лиссабоне, 27 октября 2006 г.: «Сети, состоящие из многих узлов и соответствующих прямых и косвенных связей, являются фундаментальным элементом современных обществ ... Это особенно значимо в современном информационном обществе, где координация ресурсов, относящихся к сфере R&D (исследование и развитие), и диффузия информации и знаний являются насущно необходимыми для творчества, инноваций и конкуренции» [3].

Сети по обмену опытом или, в данном контексте, сети знаний, можно рассматривать как механизм управления знаниями в современном обществе. Однако в российской практике это понятие зачастую подменяется другим, управление информацией, сводящееся, по мнению В. Тарасенко, к формализации данных, созданию процедур принятия решений, разработке форм документов и структуры документооборота, постановке задач на развитие информационной системы. К вопросу различения понятий «информация» и «знания» обращаются как классики, так и современные авторы. Никлас Луман, известный социолог, в работе «Решения в информационном обществе» рассматривает обе компоненты как «commodities», т. е. как предметы, которые не исчезают и не требуют воссоздания при переходе из рук в руки. По мнению Нонака И. и Такеучи Х. «... знание, в отличие от информации, предполагает наличие мнения и убеждения. Знание – функция определенной позиции, точки зрения или намерения. Во-вторых, знание, в отличие от информации, подразумевает действие. Это всегда знание «ради какой-то цели». В-третьих, и знание и информация подразумевают значение и имеют зависящий от ситуации и относительный смысл» [5].

Создание сети знаний, являющейся элементом как национальной, так и региональной инновационные системы, преследует не столько цель аккумуляции информации, сколько достижение конкретных результатов, таких как, формирование нового организационного знания, повышение результативности, обеспечение конкурентного преимущества или более высокого уровня инноваций в конкретном социуме. Сети знаний, сами будучи продуктом инновационной деятельности, должны строиться с учетом принципов открытых инноваций: отказ от использования исключительно внутренних закрытых разработок в пользу внешних знаний; приоритет устойчивой бизнес-модели организации перед лидирующей позицией на рынке; организация процесса исследований и разработок путем объединения в общий фонд; разработка отдельных компонентов инновационного продукта отдельными компаниями и т.п.

Список используемой литературы:

1. Бойко И. Регион: первичный уровень формирования национальной инновационной системы. – http://old-opec.hse.ru/article_doc.asp?d_no=36163.
2. Концепция национальной инновационной системы. <http://belisa.org.by/doc/CIS.doc>.
3. Лиссабонская декларация. http://www.minregion.ru/OpenFile.ashx/7_lissabon.doc? AttachID
4. Нехорошева, Л. Н. Инновационные системы современной экономики / Л. Н. Нехорошева, Н. И. Богдан. Минск: БГЭУ, 2003.
5. Нонака И, Такеучи Х. Компания - создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах. Изд-во: Олимп-Бизнес, 2003.
6. Шелюбская Н. Новые направления инновационной политики ЕС. – Режим доступа: http://vasilievaa.narod.ru/ptpu/12_4_03.htm

ПОНЯТИЕ И ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Коробейников Р. И., студент

Томский политехнический университет

E-mail: koroman90@mail.ru

Научный руководитель: Еремин В. В., доцент, к.э.н.

Международный менеджмент является особым видом менеджмента, главными целями которого выступают формирование, развитие и использование конкурентных преимуществ фирмы за счет возможностей ведения бизнеса в различных странах и соответствующего использования экономических, социальных, демографических, культурных и иных особенностей этих стран и межстранового взаимодействия. В общем смысле можно заключить, что международный менеджмент – это управление различными аспектами международной деятельности многонациональных компаний.

Принципиально структура международного менеджмента схожа со структурой национального (или странового менеджмента), то есть включает в себя проблемы, охватывающие пять основных сфер управления фирменным бизнесом: исследование, анализ и оценку внешней среды бизнеса и внутренней среды организации; процессы коммуникации и принятия решений (включая модели и методы); базовые функции управления (стратегическое планирование и реализацию стратегий; построение организации; мотивацию, контроль и координацию); вопросы групповой динамики и руководства; вопросы эффективности деятельности фирмы (управление персоналом, производством, маркетингом, управление производительностью в целом).

Различия проистекают из оперирования фирмы не в странах ее базирования, что заставляет с особым вниманием относиться к анализу внешней среды и, в первую очередь, всего того, что потенциально несет в себе те или иные конкурентные преимущества: экономики, политики, права, культуры, социальных процессов и иных аспектов жизнедеятельности того или иного национального государства в контексте стратегических и тактических задач, решаемых фирмой на его территории и/или с помощью фирм этой страны в третьих странах. При этом знание и понимание культуры страны и соответствующих особенностей поведения ее населения играют одну из ключевых ролей и несут заряд принципиально новых конкурентных преимуществ (или опасностей – в негативном варианте).

К тому же серьезное управление международным бизнесом значительных масштабов требует качественно иной информационной базы, безусловного преодоления языковых барьеров и профессионального обеспечения управленческих решений. Что касается внутренней среды фирмы, то здесь и сложности, и отличия определяются все той же многонациональной средой. Хотя внешне такие определяющие категории, как цели, структура, разделение труда внутри фирмы, координация и уж тем более технологические параметры не несут в себе значительных отличий от национальной модели, но все, что касается главного, – людей, их потребностей, восприятия, ожиданий, особенно ценностей и целей поведения, то возникает необходимость учета национально-культурных факторов. Различия здесь могут быть очень большими. Например, почти половина японцев рассматривает работу прежде всего как добывание средств к существованию, в то время как среди бельгийцев или голландцев этот процент не достигает и трети. Или другой столь же показательный факт: время, планы и программы – важнейший элемент западной культуры вообще и менеджмента в особенности, в то время как восточная культура просто не приемлет мысль о том, что «второго шанса не будет» [1; с 310] и относится ко времени как к некоему бесконечному ресурсу.

С еще более серьезными проблемами сталкивается международный менеджмент в сфере коммуникаций, где все: от особенностей языковых барьеров до ритуалов и невербального общения – несет жесткий отпечаток специфики той или иной культуры. Но именно особенности коммуникаций во многом предопределяют и национально-культурную специфику принятия решений: то, что в одной культуре принято моделью рационального принятия решений, в другой будет считаться просто неразумным поведением руководителя.

Сложной проблемой для международного менеджмента является соотношение глобального и локального подходов в деятельности фирмы, а следовательно, правильного формирования и развития отношений фирмы со страной пребывания в целом и ее отдельными регионами. Нередки случаи, когда глобальная оптимизация деятельности фирмы требует таких решений от ее руководства, которые противоречат представлениям об оптимальности у местных властей и населения (например закрытие местного предприятия).

Кроме того, руководство международной фирмы вынуждено принимать комплексные решения, связанные с учетом политических, социально-экономических, валютных, криминальных рисков в различных странах. Национальные различия в поведении людей, культурных ценностях, традициях приводят к усложнениям в системе управления многонациональными фирмами. Во всей полноте сложность межнационального подхода к управлению проявляется в области управления персоналом международной фирмы, особенно в вопросах мотивации и контроля, поскольку именно здесь культурные особенности дают о себе знать особенно сильно. Проблемы взаимопонимания и коммуникации представителей разных национальных культур в МНК носят название «межкультурных», или «кросс-культурных» («cross-cultural»).

Большие различия между разными национальными культурами существуют в проявлениях группового поведения и значимости групп в организациях. Полярные примеры – это чисто западная модель, в которой неформальная группа является спонтанной реакцией на неудовлетворенные индивидуальные потребности, и японская модель, в которой группа – абсолютно естественная и зачастую важнейшая часть фирменной социальной структуры и структуры общества в целом. В этом смысле то, что и по сию пору является для Запада объектом оживленных дискуссий (роль и значение груп-

повых норм, групповое единомыслие и т. д.), для Востока вопрос давно решенный и самоочевидный. Поэтому совместить эти взгляды и адаптировать их к культурным особенностям отдельных национальных подразделений фирмы – непростая задача международного менеджмента. То же самое относится к вопросам власти, лидерства и участия рядовых членов коллектива в принятии решений. На полюсах в этих вопросах находятся демократический и авторитарный стили управления.

Совершенно так же влияние в почти любом типе восточных культур будет очень существенно определяться возрастом, в то время как в западных моделях влияние этого фактора будет весьма умеренным, даже может иметь негативные аспекты. Значительные различия существуют и в отношении роли и влияния традиций, которые являются неотъемлемой частью любой культуры. Сравним в этом смысле американскую и японскую культуры.

В основе американской культуры лежат традиции протестантской этики, принципы западной демократии и свободного рынка, следование которым является базовой чертой национального стереотипа поведения. То же самое можно сказать и о японской модели – столь же бережное сохранение традиций и строгое следование канонам национального уклада. Однако обе нации демонстрируют (а японцы особенно) передовые позиции в научно-техническом прогрессе, то есть традиционализм не мешает, а помогает, играя своего рода фильтрующую роль. Берется все прогрессивное из любой сферы человеческих достижений (научно-технических, социальных, экономических и т. д.) и тщательно отслеживается его влияние на национальный культурный фон и особо – на возможность его серьезной деформации. Учет серьезнейшего влияния традиций для международного менеджера состоит не в опасениях «задеть традицию», а в необходимости оценить и спрогнозировать, насколько те или иные действия будут либо поддержаны местной традицией, либо нейтральны по отношению к ней, либо резко негативны (в этом случае все усилия должны быть приложены к ослаблению негативного влияния).

Из различий в отношениях к традициям в национальных культурах вытекает и разное отношение к институциональным изменениям. Если западная культура стоит на точке зрения “Перемены хороши лишь постольку, поскольку они поняты и приняты исполнителями” [5; с 459], то в других культурах это может формулироваться как “Перемены полезны постольку, поскольку в этом убежден начальник” [2; с 115] (и не дело подчиненных обсуждать эти вопросы – нужно просто выполнять приказы). А например культура японского менеджмента предполагает интенсивный обмен информацией между уровнями управленческой иерархии для выработки более ответственных решений, что является своего рода промежуточной формой национальной модели менеджмента.

Еще одним примером национальных культурных различий, которые должен учитывать международный менеджер, является подход к оценке достижений деятельности работника. В западной культуре для любой страны успех, достижение и рациональная оценка работника играют при управлении эффективностью деятельности организации важнейшую роль. Что касается восточных культур, то роль личного достижения и личного успеха как мощных мотиваторов эффективной работы незначительна. Хотя и здесь различия велики: например, в индийском культурном стереотипе гораздо большую роль играет внутреннее достижение, или самосовершенствование личности, в японской культуре место личного достижения куда более скромно, нежели участие работника в достижении успеха группы. Ясно одно: если бы международный менеджер попытался одним и тем же способом работать в разных культурных условиях, он в ряде случаев получил бы результаты, весьма далекие от эффективных.

Таким образом, основные особенности международного менеджмента заключаются в необходимости учета и использования в управлении предприятиями культурных особенностей различных национальных коллективов для достижения эффективности и успеха.

Список используемой литературы:

1. Киреев А.П. Международная экономика: В 2 ч.: Учеб. пособие для вузов/ А.П. Киреев. - 416 с
2. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент/В.В. Ковалев. -М.: Финансы и статистика, 2003. 768 с.
3. Котлер Ф., Маркетинг менеджмент: Пер. с англ./ Котлер Ф.. -СПб.:Питер, 2000. 752 с.
4. Котлер Ф.,Маркетинг менеджмент: Экспресс-курс: Пер. с англ./ Котлер Ф.. -СПб.:Питер, 2002. 496 с
5. Котлер Ф.,Маркетинг менеджмент: Пер. с англ./ Котлер Ф.. -СПб.:Питер, 2003. 800 с.

РИСКИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ, ДЕЙСТВУЮЩЕГО НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ТОМСКРОСПЕЧАТЬ»)

**Котликов В. А., доцент, Капустин Е. С., Павский С. В., Уруков Н.О.,
студенты**

Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники

Работа с рисками является необходимым компонентом деятельности любого коммерческого предприятия. Работа на розничном рынке значительно увеличивает вероятность возникновения рисков. Особенно это актуально в условиях неустоявшейся и нестабильной российской действительности. При этом существуют сферы, где работа с рисками приобретает совершенно особое значение. Одной из таких сфер является сфера реализации средств массовой информации (СМИ). В связи с этим нами была проведена работа по анализу указанной сферы с точки зрения определения возникающих в ней рисков для разработки в последующем системы управления этими рисками. В качестве объекта для анализа была взята деятельность конкретного предприятия – ОАО «Томскроспечать». Указанное предприятие работает на рынке реализации средств массовой информации с 1993 года, относится к типу малых предприятий, его работа на рынке может рассматриваться как типичная, характерная для прочих предприятий розничной торговли. Конечной целью данной работы была разработка комплексной программы управления рисками. В настоящее время работа в основном завершена.

Комплексная программа управления рисками для ОАО «Томскроспечать» содержит анализ конкретных рисков предприятия, выявление причин возникновения рисков, определение степени опасности возникновения рисков в дальнейшей перспективе и финансовая оценка рисков.

В ходе работы были сделаны следующие выводы и заключения.

Для ОАО «Томскроспечать» существенные риски возникают в трех указанных направлениях, по которым выявлены конкретные риски.

Риски обусловленные нестабильностью налогового законодательства:

- риск, связанный с вероятностью изменением единого налога на вмененный доход (ЕНВД);
- риск, связанный с изменением единого социального налога (ЕСН);
- риск, связанный с изменением налога на прибыль.

Риски обусловленные ситуацией на рынке:

- риск существенного сокращения доли «Томскроспечати» на рынке СМИ;
- риск, обусловленный взаимоотношениями с поставщиками и производителями;
- риск возникновения споров с крупными поставщиками;
- риск возникновения конфликтов с отдельными издателями;
- риск, связанный со сменой трендов СМИ;
- риск снижения объемов реализации;
- риск переоценки печатных и электронных СМИ;
- риски, связанные с оказанием дополнительных услуг;
- риск ошибок в документообороте;
- риск изменения конъюнктуры на рынке непрофильных товаров.

Риски обусловленные взаимодействиями с органами государственной власти и государственными учреждениями:

- риск, обусловленный необходимостью аренды земельных участков, занимаемых объектами ОАО «Томскроспечать»;
- риск обусловленный расположением торговых точек, в объектах прочих организаций.
- риск обусловленный необходимостью оформления права аренды земельных участков под киоски ОАО «Томскроспечать»;
- риск обусловленный взаимодействием с антимонопольной службой;
- риск, обусловленный взаимодействием с органами энергонадзора и органами пожарной охраны.

Все указанные риски проанализированы в программе с точки зрения вероятности их возникновения, степени опасности и была проведена их финансовая оценка.

Встаёт задача анализа рисков по данным направлениям и разработки рекомендаций по управлению рисками для обеспечения стабильности присутствия предприятия на рынке.

Современное российское законодательство изменяется регулярно, зачастую не в пользу бизнеса. Если взглянуть в исторической ретроспективе, то легко можно выявить опасные для коммерческого предприятия моменты.

ОАО «Томскроспечать» является плательщиком ЕНВД. Условия данного налога могут резко меняться, что и происходило на практике. В 2002 году в ЕНВД включили ЕСН в размере 14%. В результате ОАО «Томскроспечать» несло крупные убытки в течение полугода, до отмены данного закона. Впоследствии переплаченные суммы были возвращены, но с большой временной задержкой. Фактически предприятие авансировало государство, понеся при этом существенные финансовые потери. При этом в течение более чем полугода предприятие находилось в критическом финансовом состоянии. Или, например, с 1 января 2009 года произошли изменения в отношении норматива по допустимой численности работников, которые могут работать на предприятии, состоящем на данной системе налогообложения. Это количество определено не более чем в 100 человек. Для данного предприятия это серьезный риск. Переход с ЕНВД на общую систему налогообложения (ОСН), вызовет рост издержек не менее чем на 25%, что приведет к убыточной деятельности и возможному последующему банкротству фирмы.

Текущая конъюнктура рынка СМИ практически не претерпевала изменений на протяжении десяти лет, а по некоторым существенным положениям с момента своего появления. До сих пор издатели и поставщики работают друг с другом по договорам купли-продажи. Это порождает определённый риск: тираж списан, ОАО «Томскроспечать» несет убытки сполна, а для издателя это не имеет значения, ибо доход он уже получил.

На любом рынке есть своя специфика. На рынке СМИ у предприятия-распространителя тысячи наименований товара. Возникает риск, связанный с системой учета. Электронный документооборот у ОАО «Томскроспечать» отсутствует. Киоскеры заполняют бланки наличия изданий вручную.

Как правило, оценка издания в сети происходит по единственному параметру – списанию. За каждым сотрудником офиса закреплено некоторое количество киосков. Киоскер, в случае нехватки того или иного издания связывается с менеджером, и издание предоставляется дополнительно. Но чаще всего оценка производится просто по списанию тиража. Поэтому возможны ситуации, когда срок жизни тиража еще не прошел, а в торговой сети его уже нет.

ОАО «Томскроспечать» как никакое другое предприятие зависит от аренды большого количества земельных участков в связи с родом своей деятельности. В настоящее время количество торговых точек предприятия в городе Томске составляет 53 единицы. Из них 30 находятся в 1 зоне градостроительной ценности. До 2006 года эти участки подпадали под самую высокую арендную плату. С 2006 для всех зон градостроительной ценности была введена единая ставка арендной платы, что несколько снизило общие расходы на оплату аренды земли, но в целом означало резкое повышение платы в последней зоне градостроительной ценности, по ней размер арендной платы увеличился почти в 5 раз.

Правительство регулярно заявляет о снижении давления на бизнес. Тем не менее, бюрократическая бумажная волокита не снижается. Оформление права аренды земельных участков под киоски ОАО «Томскроспечать» занимает от 3 месяцев и более, при этом многое зависит от настроения чиновников: необходимо собрать целую кипу документов. Зачастую документы впоследствии теряются, приходится их оформлять заново, потом они опять теряются, а в результате данный участок выделяется под какой-нибудь другой род деятельности. Например, устанавливается шашлычная. Мы имеем дело с явлением, когда участок предоставлялся лицам более выгодным с точки зрения чиновника (можно предположить также присутствие факта коррупции).

Таким образом, можно сделать вывод, что производственная деятельность ОАО «Томскроспечать» является, несмотря на сравнительно небольшие размеры предприятия, достаточно простую номенклатуру реализуемых товаров и вполне бытовую, если можно так выразиться, сферу деятельности, достаточно высокорисковой. Нами выделено и идентифицировано по разным направлениям в общей сложности 14 значимых рисков разной степени вероятности и разного уровня финансовой опасности. Среди исследованных нами рисков имеются риски высокой степени опасности, способные, особенно при одновременном их возникновении, привести даже к полному банкротству предприятия. Причины столь высоких рисков обусловлены, на наш взгляд, общей ситуацией в Российской Федерации, отличающейся, несмотря на длительный период реформ, высокой нестабильностью,

несовершенством хозяйственного законодательства, неопределённостью «правил игры» на рынках, коррупцией. Однако есть основания считать, что при грамотном управлении рисками существует возможность достижения достаточно стабильного положения предприятия.

СИЛА ЭМОЦИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Котова О. Ю., студент; **Устюгова В. С.**, студент

Томский государственный университет

E-mail: Kotova212@yandex.ru

Научный руководитель: Солощенко Е. А., старший преподаватель

Существующий на сегодняшний момент мировой финансовый кризис заставляет повысить эффективность управления наиболее ценным ресурсом организации - людьми. Потребность в амбициозном, легкообучаемом, конкурентоспособном персонале выходит на первый план в поддержании и развитии будущего роста организаций.

Однако нестабильность в период кризиса вызывает у сотрудников беспокойство и страх, что приводит к стрессу, а в результате - к разрушению профессиональной деятельности. Выходит, что руководители сталкиваются с эмоциональными расстройствами своих подчиненных, с которыми не имели дело в обычные времена. Однако речь идёт не только о преобладании негативных эмоций, но еще и в том, что неопределенность лишает людей стимула к действию. Именно в такие моменты руководители прибегают к эмоциональному менеджменту - управлению эмоциональными ресурсами организации с целью повышения ее эффективности. Это понятие вошло в зарубежную науку в 1980 - 90 годах XX века и еще мало известно. В то же время, практика управления проявляет большой интерес к использованию эмоциональных ресурсов современных организаций. И, прежде всего потому, что в наши дни человек в организации всё чаще рассматривается как многогранная личность, наделенная не только разумом, но и эмоциями. И оттого, насколько эффективно используются чувства, эмоции, состояния сотрудников в организации, часто зависит результат их труда и вклад в бизнес-успех организации в целом.

В тех организациях, где принято открыто выражать эмоции, говорить о них, направлять чувства и состояния людей в конструктивное русло процесс взаимодействия сотрудников более эффективен. В таких компаниях отмечается высокая производительность труда, позитивный микроклимат, снижение конфликтности, принятие адекватных решений. Там, где эмоции игнорируются, персонал менее лоялен, больше стрессов, наблюдается текучесть кадров, люди чаще болеют "на нервной почве".

Безрадостные, эмоционально угнетенные сотрудники менее успешны и производительны. А руководитель, который не умеет управлять своими эмоциями, мало эффективен.

Главный барьер эмоционального менеджмента заключается в том, что люди не говорят об эмоциях, игнорируют, подавляют их. Практически нет специального языка, чтобы говорить об эмоциях и чувствах. На вопрос, как ты себя чувствуешь, как правило, можно услышать ответ "хорошо", "нормально" или "плохо". Крайне редко кто-то скажет: "Я чувствую удовольствие", или "Я сейчас ощущаю негодование". Люди находятся "не в контакте" со своими чувствами. Значительное число людей полагают, что говорить об эмоциях и чувствах не принято. Особенно это касается мужчин. Например, социум диктует, что мужчине противопоставлены эмоции страха, боли, обиды, раздражения. В результате возникают проблемы: такой мужчина оказывается глух к эмоциям других. Руководитель, нечувствительный к эмоциям подчиненных, не в состоянии выстроить эффективные отношения с ними. Поэтому обычно он не справляется с задачами мотивации, воодушевления, создания энтузиазма в коллективе для достижения бизнес-успехов.

Говорить об эмоциях, осознавать их - значит, управлять ими. Важно понять, что если подавлять эмоции, то они не исчезнут. Ведь нельзя приказывать себе: "Не чувствуй!" Загнанные вглубь эмоции по-прежнему с нами. Эмоции формируют мышление. Они влияют на поведение, решения, поступки. Поэтому имеет смысл говорить об эмоциях и анализировать их. Если пренебрегать эмоциями, то мозг начинает "сходить с ума" и действовать не в интересах своего обладателя.

В кризисной ситуации для руководителя особенно важно своевременно получать полные и объективные сведения о состоянии дел и настроениях подчиненных. В большинстве организаций до кризиса нисходящие коммуникации носили директивный характер и полностью преобладали над

восходящими. Это нередко приводило не только к нехватке информации «внизу», но и к самообману «наверху». В период кризиса с такой ситуацией мириться невозможно.

В целом информацию, предоставляемую сотрудниками своему руководителю, можно разделить на два вида: личная информация (о мыслях, настроениях, состояниях) и техническая информация (обратная связь относительно производственной деятельности).

Получая эту информацию и принимая на ее основе управленческие решения, руководитель осуществляет функцию контроля. Мысли, состояния, настроения, эмоции подчиненных – вот важнейший фокус внимания руководителя, который хочет эффективно управлять компанией в период кризиса.

Существует шкала организационных настроений, которая показывает, какое эмоциональное состояние испытывает персонал. Данная шкала включает 8 основных элементов: паника, уныние, тревожность, равнодушие, надежда, уверенность, подъем, энтузиазм. Более подробно рассмотрим каждый из них. *Паника* – возникает при кризисе, внезапных резких ухудшениях в окружающей бизнес-среде, разрушении компании из-за ошибок руководства, когда сотрудники стремятся скорее покинуть компанию. *Уныние* – усталость от неудач, демотивирующего стиля руководства, бесперспективности, бессилия сотрудников изменить что-либо. *Тревожность* – при неопределенности, слухах о непонятных реорганизациях, перемещениях, изменениях в оплате, ужесточении требований к работникам. *Равнодушие* – когда каждого сотрудника интересует только собственное положение, нет внимания к общеорганизационным делам и делам коллег, большинство работников не держатся за свои места и готовы покинуть их при подходящей возможности. *Надежда* – ожидание новых шансов, настроенность на улучшения в делах компании и в положении сотрудников, появляется от принятых к реализации позитивных инициатив сотрудников, руководителей или подразделений. *Уверенность* – спокойная деловитость, чувство благополучия, благоприятное отношение к будущему организации и своему месту в ней. *Подъем* – энергичная активность персонала в работе, позитив в отношениях, много предложений по инновациям. *Энтузиазм* – возбуждение по поводу радостных событий или перспектив, готовность делать больше обычного даже ценой напряженных усилий, жертвовать личным временем.

Устойчивыми являются такие настроения как равнодушие и уверенность. Остальные состояния кратковременны. Руководителю, анализируя организационное настроение в своей компании или подразделении, важно определить актуальное состояние и желаемое. Чаще всего руководители стремятся достичь состояния уверенности. Если в связи с экономическим кризисом в организации наступило уныние, то необходимо продумать, как внушить людям надежду – чтобы через нее выйти на подъем. А затем появится уверенность.

Планируя шаги по управлению персоналом в кризис, целесообразно помнить, что позитивное организационное настроение складывается из двух составляющих:

Деловой оптимизм – уверенность коллектива в успехе планируемых действий, доверие руководству и коллегам. Оптимизм достигается через видение, вдохновляющее сотрудников, достижения в бизнесе, прямо или косвенно улучшающие положение персонала.

Радостные события – неофициальные мероприятия с коллективным участием (юбилеи, торжества, пикники), публичная высокая оценка достижений работников, подразделений.

Организационное настроение также напрямую зависит от качества управления. Некоторые руководители полагают, что в разгар кризиса имеет смысл управлять жестко, экономить на премиях, не хвалить за достижения. Якобы сотрудники и так крепко держатся за свое рабочее место, потому что боятся его потерять. С точки зрения эмоционального менеджмента, опираясь на данные нейрпсихологии, можно ответить так: состояние тревоги не помогает повысить результативность труда. Тревога и страх парализуют мышление, демотивируют. Из страха сотрудники готовы терпеть многое, мириться со снижением заработной платы, идти на другие уступки. Однако вести организацию вперед они не смогут, поскольку работают даже хуже, чем до кризиса. Сотрудники, охваченные страхом, не способны на творческие прорывы и озарения, и в большинстве случаев просто создают видимость энергичной работы. А ведь в кризисной ситуации нужны именно креативность и нестандартный подход. Несомненно, страдает микроклимат в организации и качество общения, в том числе и с клиентами. А ценные специалисты уходят из компании. Почему? Иногда из-за того, что сокращение штатов идет по количественному принципу, без учета качественных показателей. Но чаще всего из-за недостаточной управленческой подготовки руководителей, не имеющих специальных навыков антикризисного управления персоналом. Без обучения здесь не обойтись. Руководители должны научиться поддерживать подчиненных, грамотно ставить цели, мотивировать с учетом экономической нестабильности, давать конструктивную обратную связь, управлять своими эмоциями и эмоциями пер-

сонала и др., то есть управлять по-новому. Очевидно, что требования к профессиональной компетентности руководителей в условиях кризиса возросли. От уровня их квалификации сегодня зависит гораздо больше, чем до кризиса.

Не приходится сомневаться, что бизнес изменился и никогда не станет таким, каким был до экономического кризиса. Критическим фактором выживания сегодня и успеха завтра являются результативные сотрудники и грамотное управление ими с учетом не только логической, но и эмоциональной сферы.

Список используемой литературы:

1. Андреева И. Н. Эмоциональный интеллект: исследование феномена // Вопросы психологии. 2006. № 3. С. 78 — 86.
2. Андреева И. Н. Предпосылки развития эмоционального интеллекта // Вопросы психологии. 2007. № 5. С. 57 — 65.
3. Гоулман Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ

Крылова С. Ш., старший преподаватель, Варлачева Т. Б., доцент

Томский институт бизнеса, Томский политехнический университет

Говоря о качестве образования, необходимо четко определить все используемые термины и обозначить место, которое занимает менеджмент качества в общей проблематике построения эффективных систем управления в вузах.

Международный стандарт ISO 8402 "Управление качеством и обеспечение качества - Словарь" [1] определяет понятие качества как совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворить установленные и предполагаемые потребности потребителей. В новой версии стандартов серии ISO 9000:2000 это определение несколько видоизменено: "Качество - это степень соответствия присущих объекту характеристик установленным требованиям" [2]. При этом под объектом понимается то, что может быть индивидуально описано и рассмотрено [1]. Объектом может быть, например, деятельность или процесс, продукция или результат предоставления услуги, организация или система, или некоторая их комбинация. В этом контексте, когда говорят о качестве, обычно выделяют качество результатов деятельности (процесса), качество самих процессов и качество системы или организации деятельности.

Применительно к сфере высшего образования качество результатов образовательной деятельности определяется качеством знаний и навыков выпускников вузов, их активной гражданской позицией, уровнем культуры и нравственности. Понятно, что хорошее качество результатов может быть достигнуто только при хорошем качестве образовательного процесса, которое определяется, с одной стороны, его содержанием, а с другой – его обеспеченностью ресурсами, материально-техническими, информационными и кадровыми. В то же время высокое качество образовательного процесса может быть обеспечено только качественным функционированием всей системы вуза, включая качество менеджмента на всех уровнях управления и качество организации вспомогательных процессов.

Оценкой результатов качества таких процессов обычно является степень гарантии того, что оказанная услуга, в том числе образовательная или научно-исследовательская, будет в точности соответствовать требованиям потребителя. Обеспечение же таких гарантий во всем мире связывают с наличием в организации некоторой системы менеджмента качества.

Подход к разработке и внедрению системы менеджмента качества состоит из нескольких ступеней, включающих:

- установление потребностей и ожиданий потребителей и других заинтересованных сторон;
- разработку политики и целей организации в области качества;
- установление процессов и ответственности, необходимых для достижения целей в области качества;
- определение необходимых ресурсов и их наличия для достижения целей в области качества;

- выбор индикаторов (показателей) и разработку методов для измерения результативности и эффективности каждого процесса;
- применение данных этих измерений для определения результативности и эффективности каждого процесса;
- определение средств, необходимых для предупреждения несоответствий и устранения их причин;
- разработку и применение процедур для постоянного улучшения всех процессов и системы менеджмента качества в целом.

Организация, принимающая указанный выше подход, создает уверенность в возможностях своих процессов и качестве своей продукции (результатов деятельности), а также обеспечивает основу для постоянного совершенствования. Это может привести к возрастанию удовлетворенности потребителей и других заинтересованных сторон и успеху организации.

При важности всех аспектов управления качеством образования и вне зависимости от того, в соответствии с какой моделью строится система управления качеством вуза, важно выбрать адекватные критерии оценки качества образовательной деятельности вуза. В связи с этим выделяют несколько основных факторов, определяющих качество образования и основные задачи в области качества для любого вуза [4]. Эти факторы приведены в таблице 1.

Таблица 1. **Ключевые факторы качества образования**

№ п/п	Основные факторы качества образования	Они определяют
1.	Качество содержания образования, т.е. качество ГОС ВПО и качество конкретных образовательных программ, построенных на их основе	Чему мы учим?
2.	Качество абитуриентов и студентов	Кого мы учим?
3.	Положительная мотивация обучающихся студентов	Хотят ли они хорошо учиться?
4.	Качество методического и материально-технического обеспечения образовательного процесса	Как обеспечено обучение?
5.	Качество профессорско-преподавательского состава и вспомогательного персонала	Кто учит?
6.	Положительная мотивация персонала	Хотят ли они хорошо учить?
7.	Качество технологий обучения	Как учат?
8.	Качество технологий тестирования и проверки знаний, умений и навыков студентов	Как проверяются полученные знания и навыки?
9.	Качество общего менеджмента вуза	Как управляют вузом?

Учет указанных основных факторов качества ВПО определяет успех вуза при разработке и внедрении эффективной системы управления качеством образования и, в конечном счете, долговременный успех вуза на рынке образовательных услуг и рабочей силы.

Список используемой литературы:

1. Международный стандарт ISO 8402. Управление качеством и обеспечение качества - Словарь / Пер. с англ. - 2-е издание, 1994-04-01.- 50 с.
2. ГОСТ Р стандарт ИСО 9000-2001. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.- Госстандарт России. - М.: Изд-во стандартов, 2001.- 27с.
3. Степанов С.А., Пузанков Д.В., Кутузов В.М., Рыжов Н.Г., Шестопалов М.Ю. Инновационный комплекс Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета: проблемы и перспективы развития / Журнал "Инновации", № 1-2, С.-Петербург, 2000.
4. Д. Пузанков, С. Степанов. ЛЭТИ: многоуровневая система обучения качеству. / Журнал "Стандарты и качество", № 10, 2006г. стр. 44-45.

КОНЦЕПЦИЯ И ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СТАНДАРТОВ СЕРИИ ISO 9000

Курганова Д. В., Романова А. С., Савицкая Е. В., студентки

Томский университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: sava-1991@yandex.ru

Научный руководитель: Матолыгина Н.Ю., к.ф. - м.н.

Современный уровень развития цивилизации является следствием последовательно происходящих глобальных социально-экономических революций: аграрной, промышленной и научно-технической. Научно-техническая революция имеет синтетический характер и объединяет несколько цивилизационных революций: культурную, инновационную, информационную, образовательную, качественную и др. Качественная революция отражает изменения в понятие «качество» во всех аспектах его проявления. Происходит перераспределение главных критериев экономического развития от прибыли ранее, к качеству жизни, качеству среды обитания, качеству образования, высокому уровню благосостояния и т.д. [1].

Индустриализация в начале XX века привела к разработке и внедрению национальных промышленных стандартов, выполняющих роль технического и технологического контроля качества в наиболее развитых странах Европы и Америки: UNI – в Италии, DIN – в Германии, BS – в Великобритании, AFNOR – во Франции, ASME – в США.

В результате многих уроков, полученных во время второй мировой войны, в Соединенных Штатах Америки были сформулированы и опубликованы некоторые основные принципы по стандартизации. Со временем они были выпущены в Европе как серия документов НАТО AQAP, которые в свою очередь, были снова опубликованы в виде серии документов DEF STANS Отделом закупок Министерства обороны Великобритании. В 60-х годах многие крупные компании Великобритании начали изучать эти документы с целью улучшения эффективности выпуска своей продукции. Многие из компаний опубликовали также свои документы, в которых излагались требования по обеспечению качества. В результате появилось множество различных стандартов, аудиты проводились по противоречащим друг другу требованиям, одинаковая продукция изготовлялась для различных заказчиков по различным стандартам.

В Женеве, Швейцария, существует организация, называемая Международной Организацией по Стандартизации (ISO). Она поддерживает международные эталоны для торговли и производства приблизительно 140 стран. ISO – неправительственная организация, основанная в 1947 г. ISO поддерживает разработки по стандартизации и связанным действиям в мире с целью облегчения международного обмена товарами и услугами, и развития сотрудничества в интеллектуальных, научных, технологических и экономических сферах действий. Международная организация стандартов ISO с помощью своей технической комиссии по обеспечению качества составила проект серии стандартов ISO 9000 в марте 1987 г. Эти документы ISO были выпущены при значительном влиянии Великобритании.

Международные стандарты ISO серии 9000 – это основополагающий комплекс международных документов по качеству, охватывающий всевозможные области применения. Основная концепция стандартов ISO серии 9000 заключается в определении набора требований и рекомендаций к системе управления качеством организации. Одной из главных особенностей модели ISO является универсальность требований.

Стандарты ISO разрабатывались путем анализа опыта по обеспечению и гарантии качества ведущих организаций в мире и ориентировались на всемирно известный подход к обеспечению качества – «TQM» (Total Quality Management). Если рассматривать структуру стандартов «семейства» ISO 1994 г., то основополагающими стандартами являются три стандарта: ISO 9001:94, ISO 9002:94, ISO 9003:94, которые носят название – «модели обеспечения качества». Эти модели отличаются только по объему требований, предъявляемых к жизненному циклу продукции, характерному для конкретной организации.

Работоспособность основных стандартов обеспечивается стандартами поддержки, при помощи которых выполняются функции аудита систем качества (ISO 10011.1, 10011.2, 10011.3), словарь терминов (ISO 8402) и метрологического обеспечения (ISO 10012.1 и 10012.2).

Необходимость использования единой нормативной базы для сертификации национальной продукции привела к пересмотру стандартов в области качества и гармонизации с международными стандартами ISO серии 9000. Поэтому в конце 90-х годов внутри ТК была развернута масштабная

работа над проектом ISO серии 9000 версии 2000 г. Было принято решение о замене трех стандартов качества ISO 9001 (2, 3) и стандарта ISO 9004-1 на «дуэт взаимосвязанных стандартов», один из которых нацелен на обеспечение качества, а другой – на более широкую область менеджмента качества. Таким образом, три проекта новых стандартов качества были распространены в течении 1999 года [2].

В конце 2000 г. была введена новая версия стандартов ISO 9000:2000. Вместо обилия рекомендательных стандартов остались лишь несколько, из которых самыми важными являются:

- ISO 9000:2000 «Система менеджмента качества. Основные положения и словарь».
- ISO 9001:2000 «Система менеджмента качества. Требования».
- ISO 9004:2000 «Система менеджмента качества. Руководство по осуществлению улучшений».
- ISO 19011 «Руководство по проведению аудита систем менеджмента качества и охраны окружающей среды».

Новая версия стандартов обладает следующими особенностями: стандарты являются менее предписывающими, более гибкими в применении, фундаментально изменена философия подхода к менеджменту качества – введен процессный подход, совместимость с ISO 14000, структура стандартов отчетливо выделяет принцип: «Планируй- Делай- Проверь- Корректируй».

Системной основой новой версии ИСО 9000:2000 являются восемь принципов менеджмента качества:

- а) ориентация на потребителя;
- б) лидерство руководителя;
- в) вовлечение работников;
- г) процессный подход;
- д) системный подход к менеджменту;
- е) постоянное улучшение;
- ж) принятие решений, основанное на фактах;
- и) взаимовыгодные отношения с поставщиками.

Стандарты серии ИСО 9000:2000 образуют согласованный комплекс стандартов на системы менеджмента качества, содействующий взаимопониманию в национальной и международной торговле. Эти международные стандарты могут использоваться:

- а) организациями, стремящимися добиться преимущества посредством внедрения системы менеджмента качества;
- б) организациями, стремящимися получить уверенность в том, что их заданные требования к продукции будут выполнены поставщиками;
- в) пользователями продукции;
- г) теми, кто заинтересован в едином понимании терминологии, применяемой в менеджменте качества;
- д) теми сторонами, внутренними или внешними по отношению к организации, которые оценивают систему менеджмента качества или проверяют её на соответствие требованиям ИСО 9001:2000;
- е) теми сторонами, внутренними или внешними по отношению к организации, которые консультируют или проводят обучение системам менеджмента качества, соответствующим данной организации;
- ж) разработчикам соответствующих стандартов.

Эволюция стандартов по менеджменту и обеспечению качества тесно связана с эволюцией культуры качества. В определенном смысле Россия была страной, которая в наиболее полной степени воплотила в своей экономической и социальной структуре принципы индустриальной эпохи. Перестроить на макро и микро уровне отечественные деловые и социальные системы, корпорации, регионы, города и страну в целом для эффективной конкуренции мы можем только в том случае, если исходно будем ставить перед собой задачу не просто приближения к лидерам сегодняшнего времени, но и задачу их опережения.

Список используемой литературы:

1. Минько Э.В., Минько А.Э., Смирнов В.П. Качество и конкурентоспособность продукции и процессов: Учебное пособие / СПб: СПбГУАП, 2005 – 240 с.
2. Степанов С.А., Щербаков А.Ю., Яценко В.В. Система менеджмента качества. СПб: Изд-во. СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2003 – 64 с.

3. Копнов В.А. Стратегический менеджмент качества. Методические указания по эффективному построению системы менеджмента качества // Технологии качества жизни. – 2003. – Т. 3. – № 3-4. – с. 69-89.

ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕХАНИЗМОВ РАЗВИТИЯ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Матафонов М. А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: matmix@sibmail.com

Научный руководитель: Древаль А. Н., канд. тех. наук, доцент

В России в последние годы основным направлением банковской системы является наращивание капитала и укрупнение банков. Однако мировой кризис банковской системы доказал необходимость применения инновационных подходов и технологий для обеспечения конкурентоспособности российских банков в условиях глобализации.

Российский рынок банковских услуг в условиях финансовой глобализации проходит стадию ускоренного формирования организационного капитала на основе участия инновационных инструментов в модернизации банковской деятельности, направленной на формирование конкурентных преимуществ национальных финансово-кредитных ресурсов.

История развития инноваций в банковской сфере берет начало с 90-х годов.[4]

1994 год - “Быстрые расчеты”: банк становится обладателем самой развитой на Урале сети корреспондентских счетов и одним из лидеров в скорости проведения платежей;

1995 год – разработана одна из первых в регионе система удаленного управления расчетным счетом “Клиент-банк”;

1996 год – один из первых в России, банк “Северная казна” внедрил собственную микропроцессорную карту;

1999 год – третьими в России банк создал систему удаленного управления счетом через Интернет

2000 год – сайт банка занял 3 место в рейтинге сайтов крупнейших Российских банков, составленный компанией “Интернет Маркетинг”;

2002 год – создан до сих пор единственный на Урале банковский сертификационный центр ЭЦП;

2003 год – банк приступил к эмиссии микропроцессорных карт VISA VSDC Electron/Classic.

Со временем солидный список инноваций позволил банку занять лидирующие позиции в регионе именно за счет того, что новые технологии позволяли качественно обслуживать большее число клиентов. Но, как известно, рост и увеличение в размерах неизбежно ведет к ухудшению управляемости бизнеса, а традиционный подход по ужесточению контроля – к росту бюрократического аппарата. Акционеры банка не воспользовались этим решением, а напротив, начали бороться с ростом численности персонала.

Процесс быстрого и массового распространения инновационных технологий позволил не только ускорить расчеты и повысить качество банковского обслуживания клиентов, но и внедрить новые формы обслуживания и инновационные виды банковских продуктов, а также усовершенствовать организацию работы и управления банком, прогнозирования и планирования.

По данным Международного экономического форума 2007 года, самый высокий рейтинг в мире по применению информационных технологий в экономическом развитии, в том числе и на рынке финансовых услуг имеют Финляндия, США, Тайвань, Сингапур и Япония. Страны с наиболее высокой инновационной активностью, имеют наибольший доход на душу населения. Российская финансово-банковская система имеет значительный разрыв по уровню информатизации и внедрению инновационных технологий развития.[1]

Банковский мир серьезно изменился в результате волны слияний и поглощений, прокатившиеся в 1980-1990-е гг. Сегодня чтобы быть «серьезным» банком, ему необходимо быть крупным игроком на глобальном финансовом рынке. Для этого банк должен физически присутствовать одновременно в нескольких местах, чтобы не только обслуживать частных лиц, но и вести инвестиционный бизнес и выполнять другие функции. Глобальные мегабанки возможно продолжат слияния и будут

укрупняться ещё в ближайшее десятилетие. Эта тенденция останется ведущей до тех пор, пока волна «инновационных внедрений» не сметёт их.

Уже сегодня создаются банки, которые будут иметь наибольшее влияние на финансовых рынках мира. По сравнению с современными мегабанками банки будущего будут значительно меньше по своим размерам. Это будут мелкие кредитные институты, имеющие значительно меньше сотрудников. Тем не менее эти микробанки будут глобальными игроками на рынке, имея лишь небольшие офисы и подчиняясь в своей деятельности законодательствам сразу нескольких стран. Они смогут выполнять широкий спектр банковских операций и услуг практически из любой точки земного шара, существуя практически полностью в киберпространстве – это так называемые виртуальные банки для обслуживания виртуального мира.

Преимущества основных инновационных банковских технологий и продуктов для развития национальной банковской системы заключаются в следующем:

1) Электронные денежные расчеты позволяют увеличить объем привлеченных средств и получить комиссионный доход со всех операций с пластиковыми картами. Все это приводит к вытеснению из платежного оборота не только наличных денег, но и чеков. Безналичные расчеты прочно закрепились на рынке банковских услуг и уже не рассматриваются как инновационные инструменты.

2) Банкоматы и автоматы – кассиры, освободили банковских работников от оказания более специализированной услуги: сократили затраты на обслуживание населения, круглосуточное обслуживание.

3) Дистанционное банковское обслуживание клиентов – клиент – банк, телефон – банкинг позволило повысить скорость банковских операций, создать систему оперативной информационной поддержки клиентов и получение комиссионного дохода банками.

4) Наиболее инновационной технологией в банковском деле является технология, которая в финансовой научной литературе получила название On-Line banking – e – banking – Internet banking (IB) и определена как предоставление банковских услуг через электронные каналы передачи информации, в том числе через интернет.

Преимущества IB очевидны. Клиенты, пользующиеся услугами онлайн, могут существенно экономить время, поскольку отпала необходимость посещать банк лично для совершения какой-либо операции по счету. Сами же счета становятся доступными 24 часа в сутки: в любой момент их можно проконтролировать и совершить финансовую операцию (купить/продать валюту или ценные бумаги, исходя из текущей ситуации на финансовых рынках). Кроме того, системы IB очень удобны и для отслеживания операции с банковскими карточками – любое списание средств тут же отражается в выписках по счетам, что способствует повышению степени контроля со стороны клиента.

Для банка переход в интернет – пространство означает, что значительно сокращаются затраты, связанные с арендой и содержанием помещений, сама необходимость в которых при дистанционном обслуживании исчезает. За счет автоматизации процесса управления банковскими счетами существенно уменьшается численность необходимого персонала, а значит, и расходы на заработную плату.

Идея использования преимуществ IB в конкурентной борьбе на рынке финансовых услуг привела к появлению полностью «сетевых» банков, которые зачастую не имеют ни одного физического офиса, кроме юридического. Первый такой банк – Security First Network Bank – открылся в Интернете 18 октября 1995 г. За первые полтора года существования средний прирост его капитала составлял 20% в месяц, активы выросли до 40 млн. долл., было открыто 10 тыс. клиентских счетов. [2]

В России в последние годы банки стали активнее внедрять инновационные технологии, так как конкуренция иностранных банков возрастает и постепенно начинает их вытеснять. По словам Виктора Орловского, старшего вице-президента блока информационных технологий Сбербанка России, сбербанк планирует в ближайшей перспективе предоставлять услуги через электронные каналы. «Мы максимально упростили процедуру доступа к этой услуге – любой держатель карточки Сбербанка может получить доступ к системе интернет-банкинга не только в офисе банка, но и через банкомат, мобильный телефон или контакт-центр Сбербанка. Мы продолжаем развивать систему мобильного банкинга, сегодня ею уже пользуются свыше 9 млн клиентов, а число сервисов, доступных через этот канал, непрерывно растет». [3] Большое внимание уделяется развитию сети устройств самообслуживания, причем здесь происходит не только рост парка техники, но и важные качественные изменения -- расширяется спектр услуг, улучшаются пользовательские интерфейсы. Этот канал особенно важен, так как и позволяет обслуживать держателей карточек других банков.

Кроме того, Сбербанк ставит целью создание унифицированной системы банковского обслуживания, позволяющей предоставлять весь комплекс банковских услуг через любые доступные его клиентам каналы.

В заключении, для того, чтобы банку быть конкурентноспособным и стабильным на рынке в условиях финансовой глобализации, необходимо эффективно использовать инновационные технологии.

Список используемой литературы:

1. Рейтинги международного экономического форума. <http://www.world-economic-forum.ru>
2. Колкарева Э.Н., Симонянц Н.Н. Инновационные методы и инструменты развития банковской системы с учетом тенденций формирования глобального финансового рынка // Инновации. – 2009.- № 12. – С. 68-74
3. Орловский В. Грань между практикой и будущим тонка. – Электронный ресурс. - <http://www.banktech.ru/>
4. Фролов В., Ватолин А. Инновации как способ развития банковского бизнеса. – Электронный ресурс. -<http://www.innovbusiness.ru/content/document>

ОТРАЖЕНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ ГЕНЕРАЦИИ, РАСПРОСТРАНЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗНАНИЙ В СТАТИСТИКЕ ИННОВАЦИЙ

Монастырная Е. Е., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: EEMON@sibmail.com

Научный руководитель: Чистякова Н. О., к.э.н, доцент

В современной России актуальным является формирование и развитие институтов обеспечивающих построение инновационной экономики, экономики, основанной на знаниях.

Целью настоящей работы является выделение институтов, обеспечивающих процесс генерации, распространения и использования знаний и их отражение в статистике инноваций.

В конце XIX века в Западной Европе в противопоставление классической школе зародилось новое направление экономической мысли, институционализм. Главное отличие этого направления от классической политэкономии составляло кумулятивное описание сущности и движущих сил общественного развития.

В конце XX века институциональное направление получило свое развитие в трудах наиболее последовательных критиков неоклассической теории экономического роста и получило название – неoinституционализм. Основными направлениями экономических исследований неoinституционалистов являются: транзакционная экономика, права собственности, контрактный подход, ограниченная рациональность и оппортунистическое поведение индивидов. Критике подвергаются основные постулаты главенствующей теории.

1. Предпочтения индивидов стабильны.
2. Индивиды осуществляют выбор рационально.
3. Равновесие на рынке существует всегда.

Одним из самых известных ученых-институционалистов XX века является лауреат Нобелевской премии Дуглас Норт. В своей работе «Институты, институциональные изменения и функционирование экономики» Норт представил некоторые положения, позволяющие включить институциональный анализ в теорию экономики.[1]

По мысли Нортона, институты – «правила игры» в обществе, созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми. *Следует разделять формально писанные правила и обычно неписанные кодексы поведения.* Главное их различие состоит в том, что формальные правила можно быстро менять, путем принятия юридических или политических решений, неформальные ограничения гораздо глубже, и менее восприимчивы к субъективным, сознателным человеческим решениям. Возникая как средство координации устойчиво повторяющихся форм человеческого взаимодействия, неформальные ограничения являются:

- 1) продолжением, развитием и модификацией формальных правил;
- 2) социально санкционированными нормами поведения;
- 3) внутренне обязательными для человека стандартами поведения.

Существенно важным является разделение институтов и организаций. Организация – это группа людей, объединенных стремлением достичь общей цели, т.е. они создаются для решения определенных задач. При этом организационно-правовые формы создания организаций являются институтами. Кроме того, в совокупность формализованных институтов входят нормативно-правовые акты различного уровня.

В данной работе мы будем исходить из классического определения Д. Норта:

Институты – это *правила, механизмы, обеспечивающие их выполнение, и нормы поведения, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между людьми* [1].

В современной социально-экономической системе, в условиях рыночных отношений люди выступают, как правило, в роли экономических субъектов. Исторически сформировалась институциональная среда как совокупность экономических закономерностей, формализованных норм и неформальных правил взаимодействия субъектов экономики. Следовательно, с целью применения приемов институционального анализа экономических процессов необходимо расширить определение институтов, данное Д. Нортом.

Институты – *правила, механизмы, обеспечивающие их выполнение, и нормы функционирования, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между субъектами в социально-экономической системе.*

Опыт стран, лидеров мировой экономики, показывает, что в первую очередь знания определяют долгосрочные конкурентные преимущества, как отдельных производств, так и национальных экономик в целом. Сложилось видение экономики, основанной на знаниях как системы институциональных сфер генерации, распространения, использования знаний. Эффективность процесса превращения «чистого» знания в готовый продукт зависит от того, насколько развито взаимодействие институтов и организаций этих сфер. Связующим звеном между знанием и производством является процесс трансфера технологий. На рисунке изображена инновационная цепочка как последовательность генерации, распространения и использования знаний и соответствующие ей функции и результаты деятельности. (Рисунок 1)

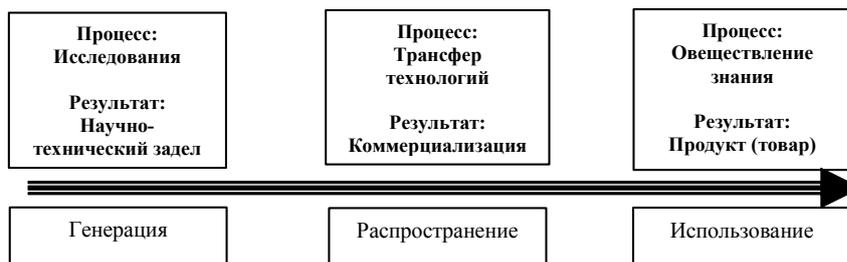


Рисунок 1 – Взаимодействие институциональных сфер генерации, распространения и использования знаний. Процессы и результаты реализации инновационной цепочки.

В условиях рыночной экономики каждое звено этой цепочки осуществляет соответствующую деятельность с целью получения прибыли. Таким образом, коммерциализация может происходить на каждом этапе этой последовательности. Товаром может быть само знание (объекты интеллектуальной собственности (ОИС): патенты, лицензии, ноу-хау), бизнес на ранних стадиях (опытные образцы, малосерийное производство) с целью включения его в крупный бизнес, и, наконец, серийное производство и вывод готового товара на рынок в значительных масштабах.

В современной российской экономической науке существует достаточно много определений терминов трансфера и коммерциализации. Эти понятия близки, но не идентичны. В настоящей статье мы будем учитывать их различие в соответствии с работой [2].

1. *коммерциализация технологии предполагает обязательное получение прибыли и не обязательно связано с подключением третьих лиц (кроме источника технологии и конечного пользователя);*

2. *трансфер технологии предполагает обязательную передачу технологии реципиенту, который и осуществляет ее промышленное освоение, но это не обязательно связано с извлечением прибыли как источником технологии, так и ее реципиентом.*

Выделим основные институты и организации институциональных сфер инновационной цепочки. (Таблица 1)

В данной работе был осуществлен анализ основных институтов и организаций, используемых в инновационной цепочке. Для подтверждения адекватности выдвинутой научной гипотезы, необходимо использовать количественные данные, собранные через инструментарий статистических наблюдений.

В докладе приведены результаты анализа данных европейской статистики [3] и региональных статистических наблюдений инновационной деятельности организаций Томской области в 2006-2008 гг. [4] [5].

Современная европейская и российская статистика инноваций отражают институциональные процессы взаимодействия институтов и организаций в сферах генерации, распространения и использования знаний и могут быть использованы для анализа интенсивности процессов взаимодействия.

Таблица 1.

	Генерация	Распространение	Использование
Институты	Наука как институт познания	Формализованные ОИС	Государство
	Законы о науке и научно-технической деятельности	Законы об интеллектуальной собственности	Законы о качестве продукции и правилах ее обращения
	Структуры управления и регулирования науки	Инфраструктура, содействующая распространению знаний	Рынок конечной продукции
	Образование (познание накопленного опыта)	Законодательство, регулирующее работу инфраструктуры	
		Рынок технологий	
		Финансовые институты	
		Коммерческие организации, некоммерческие организации	
Организации	Университеты	Конструкторские бюро	Государственные предприятия и структуры
	Научно-исследовательские институты	Консалтинговые фирмы	Частные предприятия
	Фирмы, занимающиеся исследованиями и разработками	Библиотеки	Муниципальные предприятия
	Индивидуальные исследователи	Базы данных	Некоммерческие предприятия
		Наукограды	Объединения организаций
		Технопарки	
		Бизнес-инкубаторы	
	И т.д.		

Список используемой литературы:

1. Норт Д. Институты и экономический рост: историческое введение/Д. Норт. – Изд-во: М.,1993. – Вып.2., С. 212
2. Титов В.В. Трансфер технологий// Учебное пособие. – Режим доступа: [http://www.sbras.nsc.ru/np/vyp2007/kn01.htm], (дата обращения: 20.03.2010)
3. Science, technology and innovation in Europe//EUROSTAT statistical books. – Printed: European Communities, 2008. – P. 243
4. РОССТАТ Сведения об инновационной деятельности организаций Томской области за 2006, 2007гг.
5. РОССТАТ Инновационный сектор Томской области за 2008 г.

НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА РОЛЬ ФИНАНСОВОГО ДИРЕКТОРА В КОРПОРАЦИИ: РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Павлова О. В., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: olga_pavlova@inbox.ru

Научный руководитель: Спицын В. В., доцент

Современный экономический мир переживает «посткризисное» время. Через год после обострения кризисной ситуации в России можно сделать вывод о том, что помогло выжить корпорации, а что - способствовало банкротству.

Спустя год отечественная экономика стала «поправляться», наметился экономический рост. Стратегией государства стало инновационное развитие России, превращение страны с сырьевой экономикой в мощную державу с высокой долей объема инновационных продуктов в общем объеме ВВП. Теперь большое внимание уделяется человеческим ресурсам. Однако новаторство заключается не только в новых видах продукции, но и в совершенно новых формах организационных структур, типов взаимосвязей и развития интеллектуальной составляющей кадров.

В эпоху интенсивного развития целесообразно формирование нового образа финансового директора, обладающего рядом специфических черт, необходимых для эффективного финансового управления.

По проведенным опросам Института социологии РАН, где были собраны данные у 190 финансовых директоров в сентябре 2009 года, 25% финансовых менеджеров находятся в возрасте 35–39 лет, 10 % - не достигли и 30 лет. После кризиса финансовые менеджеры женского пола стали составлять 75 %, в отличие от 25 % мужчин в этой должности. Тогда как в докризисное время наблюдалось равенство полов. Также исследователи выявили тенденции к изменению приоритетов в задачах финдиректоров. В трудные времена одной из главных функций стало управление денежными потоками (по заявлению 52 % опрошенных), а 27 % ответили - финансовый анализ, организация и 21 % респондентов решили, что учет и подготовка отчетности должны быть на первом месте [2].

Можно выделить основные, черты, которыми обладает российский финансовый менеджер:

- Стереотипы мышления.
- Отсутствие склонности к риску.
- Невысокий уровень аналитических способностей.
- Низкий уровень финансовой и математической грамотности.
- Переоценка собственных способностей.

Поэтому необходимо создание программы по формированию в финансовой среде высокопрофессиональных специалистов с задатками управленца. Но как же превратить отечественных финансистов в «акул бизнеса»? Ответ на данный вопрос можно представить в виде моделей как со стороны предприятий, так и с позиции собственного развития финансистов.

Первая модель объясняет алгоритм действий организации для привлечения необходимых кандидатов. При определенных требованиях к соискателям, предприятие подбирает кадры с помощью определения потребности в персонале, привлечения кадров, просмотра резюме, проведение тестов на выявление аналитических способностей и собеседование с целью установления моральных ценностей, необходимых для работы в организации.

Данная модель позволит организации создать свой резервный фонд финансовых директоров. При этом существует возможность замены одного специалиста на другого путем «взращивания» грамотных финансовых руководителей с начала их карьерного пути на предприятии. Конкуренция добавит финансовому директору больше стимулов для развития, а кандидатам на должность – больше мотиваций.

Однако недостаточно действий только со стороны организации. Соискателю также необходимо потрудиться, чтобы получить данную должность. На начальном пути своего становления одним из важных шагов является получение финансового образования. Соединение опыта и знаний превращают среднестатистического работника в профессионала. Появление в сотруднике черт специалиста содействует возникновению способности принимать решения. Самостоятельность в действиях

и ответственность за них достаются «в награду» финансисту за его профессиональные качества. Теперь он не просто специалист, но и руководитель своих решений и решений подчиненных. Вследствие этого возникает стремление к риску как к необходимому компоненту управления. Разумный риск подтверждается профессионализмом и умением анализировать ситуацию. Инновации в решениях появляются при рациональной рискованности финансового руководителя. Знание финансового состояния предприятия, появление умения прогнозировать за счет опыта и знаний позволяют финансовому руководителю разрабатывать новые идеи и проекты, соизмеримые с финансовыми ресурсами предприятия. Таким образом, образуется новый тип финансового директора, сформированного путем последовательного развития как интеллектуальной составляющей человека, так и психологической:

- Финансовое образование
- Опыт работы в финансовом отделе
- Приобретение профессиональных качеств
- Появление компетенции
- Формирование в себе умения принимать решения
- Воспитание в себе склонности к разумному риску
- Появление креативности и инноваций
- Образование финансового директора-новатора

Симбиоз данных моделей позволяет разработать третью модель финансового директора, которая определяет его роли как новатора, специалиста, стратега, предсказателя, дипломата, контролера и управленца.

1. Финансовый директор – новатор. Новшества в отечественной финансовой службе, это не только применение международных стандартов финансовой отчетности, но скорее разработка эффективных методов управления дебиторской задолженностью, инструменты умелого управления ресурсами предприятия, создание особой творческой атмосферы даже в таком, казалось бы, бюрократическом элементе организации.

2. Финансовый директор – специалист. Всегда необходимо быть на десять ступеней выше своих подчиненных по уровню своего образования и опыта.

3. Финансовый директор - стратег. Одной из главных функций является умение вовремя распознать проблемы предприятия, разработать «лечебные латы» и применить их с наименьшими потерями для организации.

4. Финансовый менеджер – предсказатель предвосхищает финансовое будущее предприятия. Современный финансовый директор черпает информацию из внешней среды, исследует рынки и следит за обратной связью.

5. Финансовый директор - дипломат. Прошли те времена, когда финдиректор был только молчаливым счетоводом. Сейчас он является представителем своей организации, публичной личностью, которую обсуждают СМИ и конкурирующие организации. Он должен выглядеть респектабельно, быть харизматичным и коммуникабельным.

6. Финансовый директор – управленец. После финансового кризиса многие руководители убедились в том, что без эффективного финансового менеджмента управлять предприятием в столь сложный и непредсказуемый период невозможно. Такие качества как жесткость, решительность, умение ставить и решать задачи, способность к разумному риску, оптимизм стали решающими в антикризисной политике предприятий.

7. Финансовый директор - контролер. Контроль над распределением ресурсов предприятия является важнейшей функцией. Так, крупнейший издательский дом «HFS/ ИнтерМедиаГруп» в целях повышения уровня субординации между дочерними компаниями сформировал эффективный внутренний аудит, который заключался в разработке новых методов корпоративного управления [2].

Современный финансовый директор работает в условиях непредсказуемости и динамичности рынка, высокой конкурентоспособности, роста дебиторской задолженности и «заморозки» многих инвестиционных проектов. Чтобы избежать банкротства компании, достичь ее устойчивого положения и высоких показателей, финансовому директору необходимо развивать в себе навыки взаимодействия с людьми, повышать свой профессиональный уровень, развивать свои способности, научиться прогнозировать и отстаивать свое мнение, что способствует развитию умения принимать мудрые решения и рисковать с той долей, которая просчитана и продумана несколько десятков раз. Кроме того, такой финансовый руководитель должен собрать вокруг себя талантливых финансистов с целью превращения финансового отдела в эффективный инструмент повышения стоимости корпорации.

Список используемой литературы:

1. Логинова, Ю. СФО: заместитель генерального директора по экономике и финансам/Ю. Логинова//Справочник по управлению персоналом. – 2009.-№1.-С.110-102.
2. [Электронный ресурс]. URL: www.fd.ru
3. Ващенко, Т. В., Лисицына, Е. В. Поведенческие финансы, влияющие на процесс принятия финансовых решений хозяйствующими субъектами российского рынка/ Т. В. Ващенко, Е. В. Лисицына/ Финансовый менеджмент. – 2008. - №2.-С. 107-125.
4. [Электронный ресурс]. URL: www.sf-online.ru

АНАЛИЗ ПРИВЛЕЧЕННЫХ СРЕДСТВ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РОССИИ

Пасхина Т. О. студент, Алферова Л. А., доцент

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники
E-mail: muma.ru

Ресурсы, которыми располагает банк в своей деятельности, складываются, как известно, из собственных и привлеченных средств. Ресурсы коммерческих банков страны за год на первое января 2009 года выросли с 19087 млрд. руб. до 27263,5 млрд. руб., причем рост отмечается по всем составляющим. Однако, несмотря на рост всех элементов ресурсов в динамике, структура ресурсов изменилась (таблица 1)[1].

Таблица 1 - Структура ресурсов коммерческих банков РФ на 01.01. 2008 г. и на 01.01.2009 г., %

Ресурсы	01.01.08	01.01.09	Абсолютное изменение
Собственные средства (капитал)	13,99	13,98	- 0,01
Кредиты, депозиты Центрального банка РФ	0,18	13,40	+ 13,22
Корреспондентские счета банков	1,02	1,27	+ 0,25
Кредиты, депозиты и иные средства, полученные от других банков	14,71	13,35	- 1,36
Средства клиентов	63,86	53,85	- 10,01
Долговые обязательства	6,24	4,15	- 2,09
Итого	100	100	

Как видно из данных таблицы, при неизменном составе ресурсов коммерческих банков, в ее структуре произошли следующие изменения, вызванные мировым финансовым кризисом, оказавшим влияние на банковскую систему России:

- а) существенно сократилась доля денежных средств клиентов – с 63,86% до 53,85%;
- б) уменьшился удельный вес кредитов, депозитов и иных средств, полученных от других банков с 14,71% до 13,35%;
- в) снизилась на 2,09 % доля долговых обязательств;
- г) незначительно сократился удельный вес собственных средств банков.

Сокращение доли вышеназванных элементов было компенсировано существенным ростом удельного веса денежных средств, заимствованных у Центрального банка РФ и положенных на счет (абсолютный прирост – 13,22%), а также незначительным увеличением средств, находящихся на корреспондентских счетах.

Основную часть привлеченных ресурсов коммерческих банков составляют депозиты, т.е. денежные средства, внесенные в банк клиентами. Привлеченные средства формируются при помощи следующих банковских операций:

- открытие и ведение счетов юридических лиц, в том числе банков- корреспондентов;
- привлечение во вклады денежных средств физических лиц;
- выпуск банком собственных долговых обязательств.

По степени надежности для размещения в банковские активы, привлеченные средства распределяются в следующей последовательности:

- депозиты юридических лиц, средства, привлеченные под векселя и депозитные сертификаты;
- срочные вклады физических лиц, средства, привлеченные под сберегательные сертификаты;
- вклады до востребования физических лиц, остатки на счетах для расчетов по банковским (пластиковым) картам, остатки на расчетных (текущих валютных) счетах юридического лица, на корреспондентских счетах банков-корреспондентов.

По степени ликвидности они расположены в данном перечне в обратной последовательности.

Основной ресурсной базы, как показывают данные, приведенные в таблице 1, являются денежные средства клиентов (депозиты), входящие в состав привлеченных средств, которые покрывали около 54% – 64% всей потребности в денежных ресурсах для осуществления активных операций в анализируемый период.

Динамика изменений средств юридических и физических лиц на 01.01.2008 г. и на 01.01.2009 г., представлена в таблице 2. Из данных таблицы видно, что при росте средств клиентов на 20,44%, более быстро прирастали остатки денежных средств, находящиеся на счетах юридических лиц (прирост составил 24,71%). Эта тенденция наблюдалась, как в анализируемом году, так и в прошедшие три года. Отставание темпов прироста денежных средств физических лиц от темпа прироста юридических лиц аналитики связывают с ростом реальных доходов, с насыщением потребительского спроса и усилением вовлеченности населения сберегательный процесс, а также с освоением альтернативных направлений вложений свободных денежных средств, в частности, в паевые инвестиционные фонды и акции крупных компаний.

Таблица 2 – Изменение денежных средств юридических и физических лиц на депозитных счетах коммерческих банков России

Вид привлечения	01.01.08	01.01.09	Темп роста, %
Средства клиентов млрд. руб.	12190,0	14681,6	120,44
В том числе:			
Средства на счетах физических лиц	5219,3	5988,4	114,74
- из них: вклады физических лиц	5136,8	5907	114,99
Удельный вес, %	42,82	40,79	
Средства, привлеченные от предприятий, организаций	6970,7	8693,2	124,71
Удельный вес, %	57,18	59,21	103,55

Выше перечисленные факторы оказали влияние не только на темпы роста денежных средств населения на счетах в банках, но и на долю средств населения, которая уменьшилась с 42,82% до 40,79%.

Анализируя удельные веса различных видов депозитов по срокам размещения на 01.01.2009, можно сделать следующие выводы. Основную долю занимают среднесрочные депозиты на срок от 1 до 3 лет. Это обусловлено более высокими процентными ставками, предлагаемыми банками в сравнении, например, с краткосрочными депозитами или депозитами до востребования. Депозиты свыше 3 лет составляют невысокую долю (7,88%) вследствие того, что юридические лица не в состоянии отвлекать средства из оборота на столь длительный срок.

Успешное развитие банковского сектора невозможно без создания устойчивой среднесрочной и долгосрочной ресурсной базы. Ключевым фактором решения данной стратегической задачи является увеличение вкладов, как населения, так и юридических лиц. Предпосылками увеличения вкладов в банках являются:

- рост реальных доходов основных субъектов;
- укрепление устойчивости кредитных организаций и банковского сектора в целом;
- совершенствование правовых основ защиты интересов кредиторов и вкладчиков;
- рост доверия клиентов и вкладчиков к финансовым посредникам;
- расширение состава банковских продуктов, используемых для привлечения средств.

До 2008 г. российский рынок банковских вкладов демонстрировал положительные результаты – рост объема средств населения в банках в сочетании с высоким ежегодным темпом прироста. При этом если рассматривать средства физических лиц в общем объеме ВВП и денежных доходах населения, то на 01.01.2008 они достигли 15,6% и 24,4% соответственно.

Разразившийся в середине 2007 года глобальный финансовый кризис нарушил поступательное развитие рынка депозитов не только физических лиц, но и юридических лиц. В 2008 году впервые за

последние четыре года рынок испытал существенный отток средств организаций. Отсутствие прибыли и полноценной выручки за вторую половину 2008 года и за 2009 год сказалось на объемах востребованности депозитных операций.

Обострение в условиях кризиса ранее не полностью решенных проблем российской банковской системы привело к росту вероятности реализации системных банковских рисков. К числу основных проблем российской банковской системы, в первую очередь, можно отнести [15]:

- высокую концентрацию активов в небольшой по численности группе банков;
- снижение темпов прироста привлеченных кредитными организациями депозитов населения и средств организаций;
- несбалансированность структуры депозитных портфелей коммерческих банков;
- и другие.

Меры Правительства по преодолению кризиса в банковской сфере улучшили ситуацию в банковском секторе, но пока еще не смогли в полной мере преодолеть негативные тенденции 2009 года.

Список используемой литературы:

1. Панов Д.В. Российский банковский сектор: современное состояние и обеспечение финансовой стабильности // Банковские услуги. - 2008. - №7.
2. Галанов С.С. Кризис, банки и реальный сектор экономики в современных условиях // Деньги и кредит 2009.– № 11.

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Петухов О. Н., доцент

Томский политехнический университет

E-mail: petukhov2007@rambler.ru

Разработка стратегии позволяет предприятию успешно развиваться, определять наиболее перспективные направления развития. Направления, связанные с увеличением реализации продукции от одних видов деятельности и консервацией других видов деятельности, реконструкцией существующих производственных мощностей.

При разработке стратегии необходимо учитывать гибкость стратегии, чтобы была возможность реагировать на изменения рынка, на котором работает предприятие, а также экономическую ситуацию в стране и в мире.

Одно из свойств, стратегии заключается в том, что это правило для принятия решения, которым пользуются в работе предприятия, в случае не декларативности стратегии [1].

Одно из перспективных стратегий является маркетинговая стратегия, которая позволяет отслеживать объем реализации и загрузки производственных мощностей.

Развитие предприятие определяется рынком, на котором работает предприятие, и товаром с которым предприятие выходит на данный рынок. Стратегия роста предприятия и развития может быть связана с увеличением доли рынка, выходом на новые рынки, возврат на старые рынки, увеличение выпуска продукции и диверсификация (расширение ассортимента продукции и осуществление новых видов деятельности) [2].

Любая компания — от IBM до небольшой строительной фирмы с «непрозрачной структурой бенефициариев» — нуждается в прогнозах как основе для долгосрочной стратегии [3].

На предприятии начинается работа со стратегии и стратегией заканчивается. М. Портер приводит 10 элементов необходимых для разработки стратегии:

1. Не стремитесь быть первыми, будьте уникальными.
2. Ваша главная цель – высокая отдача на инвестиции.
3. Индустрия – основа стратегического анализа.
4. Не бойтесь идти на компромиссы.
5. Стратегия должна быть успешна в каждом из своих звеньев.
6. Стратегия должна быть постоянной.
7. Выберите свой сегмент.
8. Стратегия должна затрагивать всех членов организации, включая менеджмент.

Роль главы компании в разработке и реализации стратегии сводится к следующим функциям: постановка вопросов, ответы на которые должны быть отражены в стратегическом плане; выбор участников разработки стратегии; личное участие на ранних этапах развития стратегии в каждом бизнес-подразделении компании; посвящение совета директоров в основные стратегические планы компании; привлечение внешних консультантов.

9. Стратегией не являются: цели; видение; реструктуризация; слияния и поглощения; альянсы и партнерства; технологии; инновации; аутсорсинг; обучение.

10. Стратегия – это: уникальное ценностное предложение; отличающаяся от конкурентов цепочка создания ценности; четкие компромиссы и определение того, что компания не будет делать; действия, которые сочетаются друг с другом и взаимно усиливают эффект; постоянство позиционирования [4].

Выявляют 5 относительно независимых и тесно связанных друг с другом функций управления:

- 1) принятие решения;
- 2) организация;
- 3) регулирование или контроль сверху;
- 4) учет;
- 5) обратная связь (контроль снизу).

Направленность деятельности организации на достижение искомого результата придает ей целеустремленный характер и требует разработки стратегии.

«Кто когда-нибудь занимался разработкой стратегии компании, знает, что решить эту задачу, руководствуясь правилами, написанными в книгах по менеджменту, невозможно. Иначе каждая компания имела бы «победную» стратегию. В книгах и статьях можно найти некоторые полезные подходы и методы, но свой путь нужно искать самому. При этом нужно понимать, что конечного пункта на этом пути нет. Стратегический план теряет свою ценность сразу после его утверждения. С этого момента нужно двигаться дальше, выясняя, что изменилось в нашем окружении, что мы не увидели или не смогли осмыслить. Это похоже на бесконечный танец. Как ехидно заметил Рассел Акофф, «планирование корпорации напоминает ритуальный танец дождя: он не влияет на погоду, но его участникам кажется, что влияет»[5].

С точки зрения практической работы предприятия стратегия – это план действий, направленный на реализацию видения перспектив развития бизнеса, страны, отрасли, субъекта.

После того как проведен ситуационный анализ отрасли, анализируется своя компания (как правило, это происходит параллельно). Далее следует разработка альтернатив.

План разработки стратегии может включать следующие этапы:

- Разработка кратких стратегических концепций для каждой бизнес-единицы.
- Разработка первого варианта корпоративной стратегии (формирование портфеля бизнесов, определение принципов и структуры управления портфелем).
- Разработка детальных стратегий бизнес-единиц для наиболее важных направлений бизнеса.
- Уточнение корпоративной стратегии с учетом разработанных стратегий бизнес-единиц.
- Разработка детального плана реализации стратегии.
- Разработка предварительных стратегических концепций позволит сформировать оптимальный портфель бизнесов и определить приоритеты корпоративного уровня в кратчайшие сроки. В результате детальные стратегии будут разработаны только для приоритетных бизнес-единиц, что позволит существенно сократить затраты и повысить качество принимаемых решений.

После того, как разработана стратегия, менеджеры разрабатывают операционные планы продаж, производства, закупок, найма персонала, инвестиций и т.д. Затем определяются планы, бюджеты, производятся необходимые организационные изменения, формируется система контрольных показателей [6].

Планы, многие российские предприятия вследствие неустойчивости внешней среды разрабатывают упрощенные, главным образом текущие, планы. В качестве планируемых показателей используется следующий перечень [7]:

- номенклатура и объем выпускаемой продукции в натуральном выражении;
- объем реализации (продаж) продукции (услуг);
- себестоимость единицы продукции;
- прибыль;

- численность персонала по категориям;
- фонд оплаты труда и средний уровень заработной платы;
- запасы материалов, незавершенного производства и готовой продукции на складе;
- размер оборотных средств по группам;
- объем капитальных вложений по направлениям;
- отдельные мероприятия по новой технике и технологии;
- прочие показатели.

Список используемой литературы:

1. Гусаков А. Фрагмент книги "Ясная стратегия бизнеса", Издательство Вершина, 2009 г. Материалы сайта «Портал iTeam. Технологии корпоративного управления». – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_17/article_3928/, вход свободный.
2. Бутенко О. журнал «&СТРАТЕГИИ» Материалы сайта «Портал iTeam. Технологии корпоративного управления». – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_17/article_3801/, вход свободный.
3. Попов А. Что значит управлять предприятием. Материалы сайта «Портал iTeam. Технологии корпоративного управления». – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_17/article_3681/, вход свободный.
4. 10 кирпичей, из которых можно построить стратегию Материалы сайта «Портал iTeam. Технологии корпоративного управления». – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_17/article_3112/, вход свободный.
5. Кочнев А. Материалы сайта «Портал iTeam. Технологии корпоративного управления». – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_17/article_3385/, вход свободный.
6. Идрисов А. Многие менеджеры считают, что стратегия у них есть, потому что она есть у них в голове Материалы сайта «Портал iTeam. Технологии корпоративного управления». – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_17/article_3011/, вход свободный.
7. Девяткин О. В. Интервалы планирования: связь долгосрочного, текущего и оперативного планирования Материалы сайта «Портал iTeam. Технологии корпоративного управления». – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_17/article_3898/, вход свободный.

ОТКРЫТЫЕ ИННОВАЦИИ: РОЛЬ В ДОСТИЖЕНИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Савостина О. А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: freakolife@mail.ru

Научный руководитель: Спицын В. В., доцент

Наиболее полно категория открытой инновации рассмотрена в книге Генри Чесбро, где традиционная или закрытая инновация противопоставляется открытой. Согласно Г. Чесбро в парадигме закрытых (или внутренних) инноваций, действующей на протяжении большей части XX века процветание компаний достигалось на основании собственных (внутренних) результатов исследований и разработок и их реализации по периодически повторяющемуся замкнутому циклу. В нем, благодаря финансированию компаниями внутренних НИОКР, создавались открытия прорывного уровня и на их основании реализовывались новые продукты с новыми свойствами, что обеспечивало высокие объемы продаж и прибыли. Успех на рынке позволял далее вновь вкладывать средства в исследования и разработки и вновь получать и реализовывать следующее поколение новых собственных научно-технических достижений. В случае неудачных инноваций компания не только могла потерять свои позиции на рынках, но и в худшем случае прекратить свою деятельность. При этом весь инновационный процесс проходит в ограниченных рамках компании, право интеллектуальной собственности служит для защиты инноваций во внешней среде. В тоже время многие достижения могли быть своевременно не реализованными, теряя свою коммерческую привлекательность, и даже складываться на полках [1].

В последние 15-20 лет отмечается усиление влияния ряда факторов на деятельность традиционных инновационных компаний. К ним относятся повышение мобильности специалистов и пере-

манывание работников, которые могут полученный багаж знаний использовать в своих интересах в иных малых и средних инновационных фирмах, расширение условий использования венчурного капитала в start-up технологических компаниях для коммерциализации результатов исследований и разработок, выкуп акций фирмы заинтересованными предприятиями, потребность поиска средств для поддержки своих исследований и разработок, и увеличивающееся число предприятий и посредников, специализирующихся на трансфере систематизированных знаний. Упомянутые факторы способствуют также неконтролируемому выходу прорывных результатов компании либо их составляющих во внешнюю среду и использования их другими фирмами, которые и получают высокую прибыль. Как следствие модель закрытых инноваций претерпевает нарушения и не выполняет свои функции, поскольку с одной стороны в компаниях, вложивших средства в НИОКР снижаются прибыли, что ограничивает их вложения в последующие исследования и разработки, а с другой - так называемые другие фирмы не инвестируют средства в фундаментальные исследования.

Г. Чесбро определяет открытые инновации- как “ценные идеи, которые могут поступать как из самой компании, так и извне и могут оказываться на рынке в результате как действий самой компании, так и других структур”, а парадигму (модель) открытых инноваций как инновационную политику и инновационную деятельность компании, в которой “могут и должны наряду с собственными использоваться и внешние идеи, а также применяться “внутренние “ и “внешние“ способы выходов на рынок со своими более совершенными технологиями” [2].

Можно выделить два ключевых фактора для перехода к открытым инновациям [1]:

1. Нарастающая глобальная конкуренция спрессовывает время выхода на рынки, вынуждая компании ускорять инновационный процесс и быстрее развивать коммерчески жизнеспособные продукты и услуги.

2. Растущая сложность и мультидисциплинарный характер инновации делают их дороже и рискованней. Всё больше компаний теряет возможность осуществлять инновации из-за того, что в рамках отдельной организации слишком дорого добывать и поддерживать все необходимые знания о технологиях и новых рынках.

Процесс открытых инноваций может осуществляться в пяти основных формах [1]: привнесение знаний извне; передача знаний; партнерство; венчуры; инновации по инициативе пользователей.

На практике компании сочетают различные стратегии в зависимости от особенностей конкретного рынка, технологии и других обстоятельств.

Процесс привнесения извне создает новые коммерческие возможности путем использования и интеграции внешних знаний клиентов, поставщиков, исследовательских организаций и конкурентов. Он может осуществляться посредством закупки лицензий, привлечения внешних инновационных компаний, приобретения специализированных поставщиков либо сделок с ними в рамках цепочки создания стоимости. В данном случае процесс открытых инноваций концентрируется на повышении эффективности инновационной деятельности в отдельной фирме. Подобный тип открытых инноваций по своей природе более иерархичен и нацелен на коммерческое использование полученных извне технологий.

Процесс передачи знаний во внешнюю среду в основном мотивируется стремлением увеличить отдачу от внутренних технологических разработок за счет поиска новых сфер их применения и доведения имеющихся знаний до тех рынков, где они могут быть востребованы. Это может достигаться путем продажи либо лицензирования интеллектуальной собственности, вступления в межотраслевые альянсы или создания новых филиалов на быстро развивающихся рынках в сотрудничестве с местными поставщиками. Такой вариант открытых инноваций нацелен на получение выгоды от использования собственных технологий, для него более характерна горизонтальная организация.

Партнерство сочетает описанные выше подходы благодаря кооперации в рамках стратегических альянсов по совместной разработке новых технологий, продуктов, услуг и рынков. В этой модели участники инновационного процесса сотрудничают в альянсах и сетях, внося в них взаимодополняющие знания. Отношения между партнерами обычно носят равноправный характер. Как правило, данный тип открытых инноваций не просто соответствует взаимным договоренностям о выгодах, доступе к интеллектуальной собственности и ее использовании, но сильно зависит от доверия между сторонами. Подобная форма открытых инноваций характерна для кооперации в исследовательской деятельности. Чаще всего партнерство возникает при стандартизации технологической траектории или при совместной разработке родовых технологий для новых приложений.

Венчурный бизнес предполагает инвестирование корпорациями в небольшие перспективные компании-стартапы для изучения развивающихся рынков и принципиально новых технологий. Основная цель состоит в приучении внутренних и внешних преимуществ через развитие стратегическо-

го сотрудничества со стартапами и инновационными компаниями, создающими или внедряющими новые технологии.

Инновации по инициативе пользователей. Три обсуждавшихся выше типа открытых инноваций осуществляются, как правило, по инициативе компаний, получающих выгоды от продажи новых продуктов и услуг. Однако любой успешный инновационный процесс требует участия клиентов, чтобы с большей вероятностью удовлетворять нужды и вызывать желание приобретать новые продукты (товары и услуги). Рыночный спрос на новинки и доступ к новым рынкам и знаниям – наиболее важные факторы, влияющие на уровень инвестиций в исследование и разработку. Ранее вовлечение пользователей в инновационный процесс снижает риски, поскольку разработчики получают механизм обратной связи и возможность обучения: это позволяет им опираться на знания пользователей при создании новых продуктов.

По общему мнению исследователей, «концепции, используемые в теории открытых инноваций, не являются принципиально новыми. Напротив, взаимосвязи используемых концепций можно отследить по нескольким направлениям, описываемым в литературе». Теория открытых инноваций не только соотносится с теориями рационального распределения ресурсов, эффективности, операционных издержек и операционной прибыли, бизнес-стратегии, но и опирается на существующую практику менеджмента. Многие компании уже функционируют на принципах открытых инноваций, сами того не осознавая [3]. Однако, понятие «открытые инновации», введенное Генри Чесбро, не просто очередное «популярное словечко» с коротким жизненным циклом или новая технология типа «тотального менеджмента качества», «реинжиниринга бизнес-процессов» или «популярная литература» типа «как повысить эффективность инновационной деятельности в компании». Теория Чесбро – это не очередное вложение в НИОКР или изменение качества инновационных затрат. Его труды – это обобщение назревших перемен. Все о чем говорит Чесбро – это уже существующая практика, на которую важно обратить внимание. Его теория не требует внесения кардинальных перемен и структурных изменений в управление компаниями. Многие компании уже функционируют на принципах открытых инноваций, сами того не осознавая. Отсюда, Чесбро и его соавторы стремятся лишь показать обозначившиеся мировые тенденции с тем, чтобы в дальнейшем развитие в области инновационного менеджмента проходило более системно, с учетом концепции, которая строится согласно принципам эволюционного развития международного экономического окружения [4].

Список используемой литературы:

1. Т. Гроссфелд, Т. Дж. А. Роландт. Логика открытых инноваций: создание стоимости путем объединения сетей и знаний//Форсайт. – 2008. - №1. – С.24
2. http://uiis.com.ua/conf_54/
3. Н. И. Герасимова. «Инновационное взаимодействие» как принцип реализации открытых инноваций//Инновации. – 2009. - №11. – С.96
4. А. А. Трофилова. Парадигма современного инновационного менеджмента//Инновации. – 2008. - №1.

АНАЛИЗ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ ЧИТИНСКОГО ОСБ РФ

Сандракеева Л. А. студент, Алферова Л. А., доцент

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

В последние годы до финансово-экономического кризиса наиболее динамично развивающимся направлением кредитной деятельности банков было потребительское кредитование, однако сейчас отмечается замедление темпов его роста. Так, если на 01.11.2007 года доля кредитов, представленных населению в активах банковской системы страны составляла 17,8%, то затем удельный вес кредитов, выданных населению, стал сокращаться, и их доля снизилась до 14,6% на 01.04. 2009 года [1].

На сокращении объемов кредитования, как известно, сказался финансово-экономический кризис, затронувший как производственную и финансовую, так и социальную сферы страны. По данным ВЦИОМ, 85% россиян в первые месяцы рецессии ощутили резкий рост потребительских цен, еще 56% – столкнулись с уменьшением доходов. Наиболее болезненным стало падение реальных доходов. В I квартале 2009 года они понизились, с поправкой на инфляцию, на 2,3% составив 15280 руб. в месяц. Средняя заработная плата (17740 руб.) сократилась на 5,7%[2]. Сокращение денежных доходов

привело одновременно к нескольким процессам: во-первых, к снятию денежных средств с банковских счетов у одной группы лиц для осуществления покупок в привычных для них объемах и удовлетворения своих прежних потребностей; во-вторых, к усилению тенденции хранения денег в домашних условиях; в-третьих, к росту задолженности населения перед банками у тех групп населения, которые стали получать более низкие доходы, или оказались без работы в связи с сокращением производства товаров и услуг и падением потребительского спроса.

Острый недостаток оборотных средств, спад производства из-за сокращения сбыта готовой продукции поставили собственников предприятий перед необходимостью урезать тарифную часть фонда заработной платы, что не могло не отразиться на доходах, как предприятия, так и его работников.

Все это не могло не сказаться на деятельности банков. С одной стороны, в банковской сфере произошла централизация ресурсов. На 1 апреля 2009 года из 1108 банков 30 крупнейших банков концентрировали 74,3% всех банковских активов, в то время как на 1 января на первые тридцать банков приходилось 72,7%[3].

С другой стороны, сокращение ресурсной базы отразилось на объемах активных операций банков и, в частности, на объемах розничного кредитования (таблица 1).

Таблица 1 – Кредиты населению в активах банковской системы страны (на конец месяца), в % к итогу

Показатели	Период времени				
	31.03.08	30.06.08	30.09.08	31.12.08	31.01.09
Активы, млрд руб.	21323	23059	24572	28022	29757
В том числе, кредиты населению, %	16,4	17,0	17,8	15,5	14,6

Данные таблицы показывают, что при имеющемся росте активов в денежном выражении, доля кредитов, выданных населению, имела тенденцию к снижению, начиная с конца сентября 2008 года. Разумеется, состояние кредитования отражает состояние экономики и те проблемы, которые возникают в процессе хозяйствования.

Дефицит денег в условиях кризиса стали испытывать все субъекты экономики. Угроза банкротства российских банков побудила Банк России изменить некоторые условия для пополнения ликвидности (снижение нормативов обязательных резервов, расширение перечня активов, принимаемых в залог при рефинансировании). Несмотря на принимаемые меры, кредитные риски стали расти, что в первую очередь связано с качеством кредитных портфелей юридических и физических лиц.

Кредитный портфель – это состав кредитов по удельному весу, входящих в данный объект размещения денежных средств банка. Кредитный портфель может иметь различную структуру в зависимости от признака, лежащего в основе его классификации.

В разрезе заемщиков кредитный портфель подразделяют на кредиты, выданные кредитным организациям, на кредиты, выданные коммерческим организациям, и на кредиты, выданные населению. До кризиса, в условиях роста платежеспособного спроса населения, доля кредитов, предоставляемых физическим лицам, имела тенденцию к росту.

Потребительский портфель состоит из кредитов, выдаваемых на неотложные нужды, кредитов на покупку, строительство и реконструкцию жилья, кредитов на покупку автотранспортных средств, кредитов на образование.

Помесячная динамика темпов роста кредитного портфеля физических лиц (КПФЛ) Читинского отделения Сбербанка России представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика кредитного портфеля Читинского ОСБ № 8600 по месяцам 2008 г.

	01.01.2008	01.02.2008	01.03.2008	01.04.2008	01.05.2008	01.06.2008
Темп роста КПФЛ,%	-	99	103	107	111	114
	01.07.2008	01.08.2008	01.09.2008	01.10.2008	01.11.2008	01.12.2008
Темп роста КПФЛ,%	125	129	133	136	138	137

Как видно из данных таблицы, объем кредитного портфеля физических лиц возрастал из месяца в месяц. Рост кредитного портфеля на 36% по итогам года свидетельствует о том, что у банка есть ресурсы для его предоставления, которые получены, как за счет привлечения денежных средств населения, так и благодаря государственной поддержке Сбербанка России.

Обострение ситуации на мировом рынке финансовых ресурсов сказалась на деятельности Читинского ОСБ № 8600 только в четвертом квартале 2008 года – обозначилось замедление темпов роста кредитного портфеля, следствием чего стало его падение к концу года на 2 %.

При росте объема выданных кредитов в 2008 году по сравнению с предыдущим годом, количество предоставленных кредитов сократилось на 4,55%. Это обусловлено увеличением среднего размера кредита в 2008 году, что, в свою очередь, связано с ростом объемов предоставления кредитов в рамках жилищных программ и увеличением стоимости объектов имущества на рынке недвижимости.

Анализ выполнения планового задания по остаткам срочной ссудной задолженности физических лиц на 01.01.2009 года по подразделениям Читинского отделения, показал, что он выполнен на 97%, что свидетельствует о том, что работники банка проводят мониторинг кредитования физических лиц. Несмотря на систематическую работу с заемщиками, ужесточения требований к заемщикам при выдаче кредитов, влияние рецессии сказалось на качестве кредитного портфеля, от структуры и качества которого в значительной степени зависит устойчивость банка, его репутация, его финансовый успех. Поэтому во всех подразделениях банка ведется контроль за качеством ссуд, находящихся в портфеле по видам ссуд, проводится независимая экспертиза и выявление случаев отклонения от принятых стандартов и целей кредитной политики банка.

В зависимости от качества обслуживания заемщиком долга ссуды относятся в одну из трех категорий: хорошее, среднее, неудовлетворительное обслуживание долга.

Основными критериями оценки качества обслуживания долга являются: своевременность осуществления платежей по основному долгу и процентам и срок просрочки; отсутствие/наличие реструктуризации задолженности; финансовое положение заемщика на протяжении последнего завершенного и текущего года.

Определение категории качества ссуды в отсутствие иных существенных факторов, используемых при классификации ссуды, осуществляется с применением профессионального суждения на основе комбинации двух классификационных критериев: финансовое положение заемщика и качество обслуживания им долга.

Расчет темпов прироста просроченной задолженности по кредитам физических лиц показал, что они существенно опережали темпы прироста срочной ссудной задолженности. В результате удельный вес просроченной задолженности в кредитном портфеле Читинского отделения увеличился с 0,29% на 01.01.2008 года до 0,43% на 01.01.2009 года. Данная тенденция продолжалась и в первом квартале 2009 года. Для повышения качества кредитного портфеля в банке осуществлялись следующие мероприятия: создание двух Центров ипотечного кредитования; создание двух Кредитных комитетов для улучшения качества обслуживания заемщиков; совершенствование технологии «скоринг-системы»; повышение квалификации специалистов кредитных отделов и отделов маркетинга; реструктуризация задолженности со сроком просрочки 60 дней и более.

Под реструктуризацией задолженности понимается изменение на основании соглашений с заемщиком существенных условий первоначального договора в сторону, более благоприятную для заемщика. К таким изменениям, в частности, относятся увеличение сроков возврата основного долга, снижение процентной ставки (за исключением снижения процентной ставки в соответствии с условиями договора), увеличение суммы основного долга, изменение графика уплаты процентов по ссуде, порядка расчета процентной ставки.

Список используемой литературы:

1. Банковская система: основные тенденции//Экономическое развитие России, 2009. Том 16. № 6. с.15.
2. Ракоти В. Проблемы личных доходов и расходов в условиях кризиса//Человек и труд, 2009. №11. с.20.

ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОТРАСЛЬЮ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Саулина О. В., студент

Томский политехнический университет

E-mail: osaulina@yandex.ru

Научный руководитель: Черепанова Н. В., доцент

Проблема управления является актуальной и одной из важнейших в процессе деятельности любой организации. Особенно остро данная проблема встала в России в связи с переходом к рыночной экономике, что естественно повлекло за собой выработку и развитие отличной от прежней тактики управления, так как ранее существующая в условиях плановой экономики система, тактика управления попросту была неэффективна и неадекватна сложившимся рыночным условиям. Естественно также и то, что последствия данного перехода отразились на всех отраслях хозяйства, экономики страны. Безусловно, данная проблема не обошла стороной такую сложную социальную сферу как здравоохранение, которая, в свою очередь, оказывает несоизмеримо важное влияние на развитие других сфер жизни. Здравоохранение является составной частью национальной культуры и имеет отношение ко всему обществу в целом. Нужно сказать, за последнее время объем ресурсов, требуемых на нужды здравоохранения, вырос в немалой степени. Новейшие исследования, открытия и разработки ученых дают теперь возможность более точно ставить диагноз, осуществлять лечение в тех областях, где медицинская наука ранее была бессильной. Все это означает, что сейчас можно вылечить гораздо большее число пациентов. В то же время, теперь требуется большее выделение ресурсов на нужды здравоохранения и повышение эффективности их использования. Однако, в большинстве стран мира, Россия не является исключением, ресурсы здравоохранения ограничены, следовательно, и неспособны в полном объеме удовлетворить растущий спрос.

Итак, учреждение здравоохранения – это сложная социально-экономическая система, располагающая материальными, денежными, трудовыми ресурсами, прерогативой которой является удовлетворение потребностей в медицинских услугах. Управление здравоохранением означает осуществление определенного типа взаимосвязанных действий по формированию и использованию ресурсов для достижения поставленных целей. Важно отметить, несмотря на существование рыночной экономики, чтобы достигнуть эффективного управления в сфере оказания медицинских услуг необходимо учитывать не только рыночные механизмы, но и миссию государства в этой сфере.

Поэтому задачами данной статьи является: во-первых, рассмотреть роль государства в управлении системой здравоохранения, во-вторых, определить назначение рынка в управлении здравоохранением, в-третьих, установить, должно ли быть взаимодействие в управлении здравоохранением между рынком и государством.

Сначала рассмотрим ключевые тенденции реформ здравоохранения с переходом от плановой экономики к рыночной (рис.1) [4]:

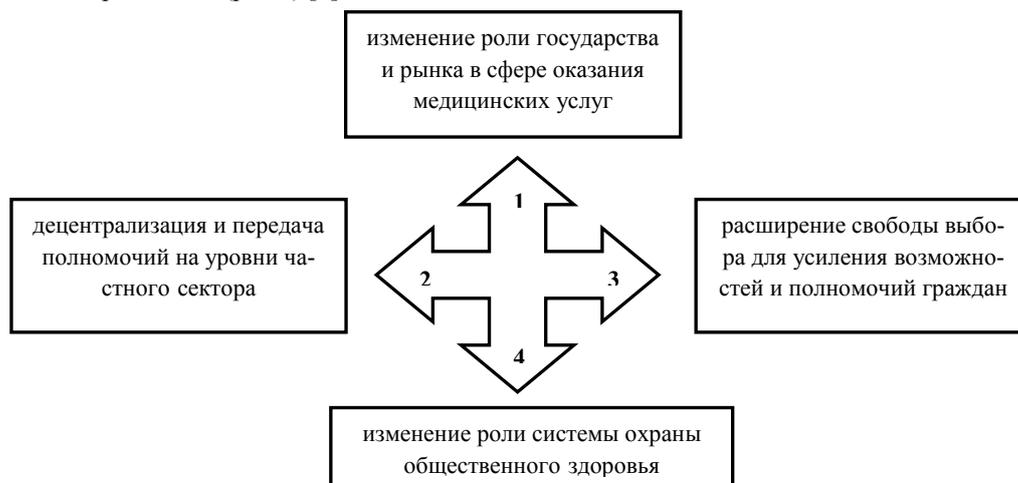


Рис. 1 Ключевые тенденции реформ здравоохранения

Реформы	Пояснение
изменение роли государства и рынка в сфере оказания медицинских услуг	государственное регулирование в системе здравоохранения должно включать новые механизмы, ориентированные на рынок и основанные на использовании соответствующих стимулов, а не командно-контрольные меры
децентрализация и передача полномочий на уровне частного сектора (а не государственного)	изучение маркетинговой среды, изучение потребительских рынков, сегментации рынка, <i>установление цен на услуги</i> , продвижение услуг до потребителя осуществляется частным сектором
расширение свободы выбора для усиления возможностей и полномочий граждан	в качестве рыночного механизма регулирования рынка медицинских услуг часто используется предоставление пациентам права выбирать своих врачей общей практики, врачей специалистов, больницы и/или своего больничного врача, страховщика
изменение роли системы охраны общественного здоровья	сокращение стационарной помощи, ее замена на амбулаторно-поликлиническую, улучшение качества медицинской помощи за счет усиления контроля качества (числа проведенных экспертиз), <i>внедрение персонифицированного учета объемов оказанной медицинской помощи</i> , формирование единого информационного пространства в системе управления здравоохранением, объединяющего органы управления здравоохранением, медицинские учреждения, страховщиков

Несмотря на то, что большинство стран стремятся все-таки в идеале к приведению управления сферой медицинских услуг к рыночным механизмам, но сохранилась и преимущественно государственная система здравоохранения.

Ярким примером этому является управление здравоохранением в Великобритании, которое выступает в качестве направления социальной политики государства. То есть главным образом, влияние и контроль над деятельностью медицинских и страховых организаций осуществляет государство. Опыт организации такой системы управления здравоохранением Великобритании свидетельствует, в принципе, о достаточно высокой эффективности и доступности оказания медицинских услуг при сравнительно низких затратах. Финансирование осуществляется из средств государственного бюджета и распределяется сверху вниз по управленческой вертикали. С одной стороны, централизованное финансирование препятствует росту стоимости лечения. Но с другой стороны, есть недостаток бюджетного финансирования здравоохранения, который является очень существенным. Это тяготение, тенденция к монополизму, как следствие игнорирование прав пациентов: отсутствие возможности выбора врача, лечебного учреждения. Таким образом, из-за диктата, то есть, или, навязывания своих условий пациентам в монополистической структуре просто неизбежно снижается качества медицинских услуг. Следовательно, для потребителей, пользователей услуг здравоохранения отсутствует малейшая возможность осуществления контроля за деятельностью медицинских учреждений [1].

Кроме того, существует такая система, которая основана на преимущественном господстве частной медицины и добровольного частного медицинского страхования. Трудно назвать, помимо США, страны, где в управлении здравоохранением используется данная система.

Несмотря на то, что децентрализация считается эффективным способом улучшения медицинского обслуживания, обеспечения более оптимального распределения ресурсов с учетом потребностей пациентов, вовлечения населения в процесс определения приоритетов, а также уменьшения различий в состоянии здоровья населения, но излишняя децентрализация имеет негативные последствия: дробление служб, ослабление центральных органов управления здравоохранением, неравенство в потреблении медицинской помощи, политические манипуляции в пользу определенных заинтересованных групп [5].

Таким образом, подводя некоторый итог всего вышесказанного, нужно сказать, что использование рыночных механизмов как в практике управления здравоохранением, так и другими отраслями хозяйства, может быть состоятельным и успешным только тогда, когда управление основывается на

тщательном мониторинге и оценке результатов, а также на четких нормах и стандартах, разработанных для всех участников рынка.

Существуют такие сферы, в которых определенные функции управления, выполнение принятия решений не следует децентрализовать:

- разработка и введение основополагающих принципов политики в области здравоохранения;
- принятие стратегических решений относительно развития людских ресурсов;
- меры регулирования, касающиеся обеспечения безопасности населения;
- мониторинг, оценка и анализ состояния здоровья населения, а также функционирования служб здравоохранения [2,3].

Итак, целью данной статьи являлось определение того, должно ли существовать взаимодействие в управлении здравоохранением между рынком и государством. Без сомнения, взаимодействие должно быть: необходимо достигнуть определенного, наиболее рационального сочетания и механизмов централизации и механизмов децентрализации, которое позволило бы обеспечить максимальную медицинскую, социальную и экономическую эффективность.

Список использованной литературы

1. Анифоров А. С. Научные основы совершенствования системы управления здравоохранением: автореферат диссертации. – Санкт-Петербург, 2008 – 45 с.
2. Вила Б. Модель управления здравоохранением с использованием частно-государственного партнерства// Менеджер здравоохранения. – 2009.-№2-с.35-42
3. Кривошеев Г.Г. Обоснование необходимости государственного управления здравоохранением на современном этапе// Проблемы управления здравоохранением. – 2009. - №11. – с.8-12
4. Татарский А.П. Основные подходы к реформированию здравоохранения// Проблемы управления здравоохранением. – 2008. - №7 – с.10-12
5. Шведова Н. А. Управление здравоохранением: американская модель//США: ЭПИ. – 2007. - №12. – с.28-36

ИДЕИ ПСИХОАНАЛИЗА В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ

Руди И. А., Серикова Г. Н.

Томский политехнический университет

E-mail: gnsarikova@mail.ru

Научный руководитель: Серикова Г. Н., доцент

Слово «реклама» происходит от латинского *reclamo* – «громко кричать». Первоначально это слово подразумевало желание криком привлечь внимание, снабдить информацией, сообщить новость, в том числе и о продаже каких-то товаров. В свое время известный газетный магнат лорд Томсон говорил «Реклама – не приправа к бизнесу, а жизненно важная часть нашей экономики». Ему вторит американский социолог Вэнс Паккард: «Без рекламы американская экономика развалилась бы через 15 секунд».

Реклама – явление социально-психологическое. Она всегда адресована конкретному потребителю, без знания психологии которого не может выстраиваться рекламная кампания. Это истина, которая уже давно стала бизнесом наших западных коллег, где в штат любого рекламного агентства обязательно входит психолог, специализирующийся на рекламе. Именно он оценивает конечный рекламный продукт, дает рекомендации по его внедрению. Методы, которые он использует в своей работе, могут быть различными, но они обязательно базируются на какой-то определенной теории. К примеру, на психоанализе – одном из самых популярных направлений психологии.

Психоанализ нередко называют «психологией доктора Фрейда». Созданная им в начале XX в. теория классического психоанализа пережила в середине и конце уходящего столетия большой бум на Западе. Влияние психоанализа на все сферы жизни человека — политику, образование, СМИ, в том числе на рекламу — огромно. В свое время без него не обходилась ни одна широкомасштабная рекламная кампания. До сих пор многие рекламные агентства используют идеи Фрейда в своей работе. И не безуспешно.

В России психоанализ получил широкую известность лишь десять лет назад. Тем не менее он до сих пор остается своего рода модным направлением для избранных.

Теория. Фрейд предложил свое видение природы человеческой души. Человек – это айсберг, где лишь видимая часть его может быть названа сознанием, а все, что скрыто под ним, – есть суть «бессознательное» («Ид»), которое на самом деле и движет поведением человека. Фрейд придавал огромное значение бессознательному в человеке – его потребностям и мотивам. Среди них ведущим, по мнению психолога, является либидо – сексуальная энергия.

Сознание представлено двумя составляющими: «Я», которое подчинено принципу реальности, и «сверх-Я» – принципу долга. «Сверх-Я» – высшая инстанция в человеке: его мораль, религия, культура. Извечная проблема по Фрейду – конфликт между бессознательным «Ид», подчиненным принципу удовольствия, и высокими требованиями, предъявляемыми «сверх-Я». Отсюда — постоянное чувство вины, которое испытывает человек [1].

Все эти идеи были по-своему восприняты коммерсантами. В психоанализе они усмотрели большую экономическую выгоду и стали активно его эксплуатировать. Правда, на то были свои причины.

Психоанализ в практике. В ситуации экономической депрессии, которую испытывали США и другие европейские страны в середине XX в., идеи Фрейда прозвучали как никогда актуально. Население неохотно расставалось с собственными денежными средствами. И при постоянном увеличении товаров возникла опасность перенасыщения рынка. Тогда-то рекламисты и обратились к психоанализу в попытке найти более эффективные средства для сбыта своих товаров.

Слово «бессознательное» стало девизом и содержанием нового направления в рекламе. Появились и новые специалисты, которые стали называть себя «аналитиками мотивов», или «исследователями мотивов». Их задачей было — узнать, что побуждает людей делать тот или иной выбор. В своих исследованиях они начали использовать средства, предназначенные постичь области бессознательного или подсознательного. Так, более углубленными наблюдениями «исследователей мотивов» было установлено, что люди часто не знают, чего хотят, и вовсе не расположены откровенно делиться своими симпатиями и антипатиями. Однако их поведение приобретает смысл, если рассмотреть его с точки зрения их потребностей, целей и побуждений.

Образ в рекламе. Идея о том, что надо продавать не товар, а человеческую потребность в виде образа, появилась под воздействием психоанализа. А известная фраза Д. Огилви, что «люди покупают не ланолин, а надежду, не апельсины, а жизненную силу, не автомобили, а престиж», стала своего рода слоганом психоаналитиков, работающих в области рекламы.

По мнению доктора Лихтера, одного из ведущих специалистов тех лет, к приобретению товара побуждают чувства, тающиеся в глубинах мозга, и именно их надо мобилизовывать при помощи рекламы. Отсюда главная задача рекламы — создать в умах потребителей такие образы товаров, которые в условиях жесткой конкуренции побуждали бы их приобрести рекламируемое. Это особенно актуально сегодня, когда многие товары стандартизированы.

В практике мировой рекламы были случаи, когда благодаря профессиональной работе психологов представление о товаре у потребителя, изначально негативное, было преобразовано в позитивное. Так было, например, с черносливом, пользовавшимся в свое время очень низким спросом. Исследования показали, что чернослив ассоциируется с понятиями «старая дева», «высушенный», «родительский авторитет» (детей заставляют есть чернослив), «пансион» (им кормят в бедных пансионах), а также со скупостью. Черный цвет ягод воспринимался как неприятный. Сильно подавляли слабительные свойства чернослива и ассоциации его с расстройством кишечника. После ряда исследований решено было подчеркивать в рекламе совсем другие свойства чернослива. Он стал «новым чудесным плодом», способствующим здоровью, бодрости и хорошему настроению. Вместо четырех черных ягод, плавающих в какой-то темной жидкости (на старой рекламе), чернослив стали показывать в пестрой яркой посуде или на фоне белоснежной сырковой массы. Рядом изображали играющих детей, а затем жизнерадостных спортсменов. В результате чернослив приобрел такую популярность, что когда через некоторое время упали спрос и цены на многие сельскохозяйственные продукты, цены и спрос на чернослив продолжали расти.

Причиной антипатии к быстрорастворимому кофе у потребителя оказалась ассоциация с ленивой хозяйкой, не желающей готовить кофе. Отрицательное отношение было преодолено, когда вместо таких свойств, как «эффективный», «быстрый», «экономный» и т. п., стали подчеркивать в рекламе свойства кофе как изысканного продукта и показывать, как его подают в элитных местах.

Чай воспринимался населением как напиток азиатов, изнеженных мужчин и светских дам. Именно поэтому его не признавали. Отношение изменилось, когда его стали рекламировать как сильный и мужской напиток. Через два года после введения новой рекламы спрос на него увеличился на 13%, а в районах усиленной рекламы — на 25%.

Дурной славой также пользовался и маргарин: женщины считали его жирным, больше похожим на сало и не брали его. Во время специально организованного опыта каждой из присутствовавших женщин дали по два кусочка — желтый (маргарин) и белый (масло) — и попросили описать их. Более 95% женщин приняли маргарин за масло, а масло за маргарин. После этого стали выпускать маргарин желтого цвета и описывать в рекламе не его экономичность и сходство с маслом, а пригодность в хозяйстве.

Правильный акцент. Однако есть и другие примеры так называемой «неудачной рекламы», когда преуспевающая компания, уверенная в качестве собственного продукта, решает сама без помощи специалистов, изменить свой имидж. И зачастую это не совпадает с мнением и ассоциациями потребителей.

Одна пивоваренная фирма, продукция которой пользовалась большим успехом, решила сделать ее еще более привлекательной и стала изображать на своей рекламе мужчин в смокингах и охотничьих костюмах. Эти «интеллигенты» явно не понравились традиционным потребителям — рабочим, мелким служащим, и сбыт пива резко сократился. Пришлось, по совету психологов, искать для рекламы других героев — простых и энергичных «из народа».

Желая показать прочность чемоданов из стекловолокна, одна фирма изобразила на рекламе чемодан, выпавший из самолета и оставшийся невредимым. Это сильно напугало читателей рекламы, так как, по их мнению, это означало, что чемодан может пережить воздушную катастрофу, а они — нет.

Реклама супа с отрывным купоном, дававшим право на премию — нейлоновые чулки, сильно обидела хозяек, заявивших, что ногам не место в супе.

Производители сока подчеркивали низкую калорийность своего напитка с целью привлечь потребителей, боящихся располнеть. Это привело к падению спроса. Специальное исследование показало, что низкая калорийность ассоциируется с болезнью, самоограничением, диетой и другими непривлекательными понятиями.

Во всех примерах потребовалось немало усилий психологов для того, чтобы избавить рекламу от вредных ассоциаций. Этого можно было избежать, если бы изначально текст рекламы проверялся на свободные ассоциации.

Работа со сновидениями. Работа со сновидениями — еще одно нововведение, ставшее атрибутом рекламных кампаний благодаря Фрейду. Как утверждал ученый, понятие «бессознательное» можно через сны: именно в них лежит ключ к разгадке человека.

Рекламисты живо схватились за эту идею. Широкую известность в свое время получила реклама бюстгальтеров одной западной фирмы с изображением женщины в одной этой принадлежности туалета, бродящей среди толпы нормально одетых людей. Надпись гласила: «Мне приснилось, что в новом бюстгальтере я остановила уличное движение». Подобные сны стали изображаться и в других рекламках, а одна фирма даже объявила 10 тыс. долларов премии за лучший сон. Чем и прославилась.

Учет половых различий. Мотивы различий между полами использовались в рекламе эмпирически задолго до появления психоанализа, но учение Фрейда побудило по-иному посмотреть на это дело.

В середине 50-х годов появилось свыше 250 новых марок парфюмерных и косметических изделий, но их нельзя было рекламировать по-старому, потому что грубый сексуальный мотив уже не действовал. И тогда психологи предложили новое решение — делать акцент на поэзии, фантазии отношений между полами, на капризе и т.п.

Психоаналитики выяснили, что в середине XX в. мужчины и женщины обнаружили сильную потребность сохранить отличительные свойства своего пола. И соответственно этому стали строить рекламу предметов, предназначенных для мужчин и женщин, делая в одних случаях акцент на мужественности, в другой — на женственности. Оказалось также, что у мужчин и женщин существуют различные мотивы покупки одних и тех же товаров. Так, наблюдения над женщинами-покупательницами в супермаркетах показали, что покупки ими часто совершаются не по заранее составленному перечню, а импульсивно, под влиянием обилия товаров. Большую роль при этом играют внешний вид товара, его запах, цвет. Маринады, фруктовые компоты в стеклянных банках, конфеты, пирожные, закуски составляют более 90% таких импульсных покупок. Ученый Дж. Викари даже взялся исследовать это влияние и в качестве физиологического показателя выбрал количество мигания глаз покупательниц при помощи скрытой камеры. Викари установил, что во время отбора товаров число миганий у женщин падает до 14 в минуту, что можно сравнить с состоянием транса. Женщины как бы загипнотизированы окружающим их доступным изобилием, они не замечают своих знакомых, не здороваются с ними, спотыкаются о ящики, не видят камеры, щелкающей на близком

расстоянии. Однако когда, наполнив свои тележки, направляются к контрольному прилавку, картина меняется: число миганий увеличивается у них до 25 в минуту, а при звуке аппарата, выбивающего чек, и при голосе кассира, называющего сумму, даже до 45 в минуту. Во многих случаях оказывалось, что у покупательниц не хватало денег, чтобы расплатиться за «импульсивные» покупки.

Замечено, что женщины, направляясь за покупками, часто оставляют очки дома. В связи с этим наблюдением менеджеры стали раскладывать товар на уровне глаз, а особенно соблазнительные товары — на видном изолированном месте и в большом количестве, что называется навалом, так как изобилие сильно привлекает покупателей. И еще маленькая «психологическая» хитрость — в некоторых магазинах, наряду с тележками для взрослых, имеются также и маленькие тележки для детей. Малыши набирают в них то, что им нравится, а затем, нередко со спорами и пререканиями, заставляют родителей платить.

Благодаря исследованиям психоаналитиков стали прибегать к еще более яркой и привлекательной упаковке. При этом обнаружилось, что женщин сильнее всего гипнотизируют желтый и красный цвета, а мужчин — синий. Появилась упаковка, изображающая соблазнительные процессы приготовления пищи и как будто вызывающая желание завершить такие процессы. Рекламные работники додумались даже до говорящей упаковки, начинающей тихую беседу о товаре, когда берешь его в руки.

Таким образом, бессознательная сфера человека – излюбленная мишень воздействия создателей рекламы. Инстинктивные ассоциации – самый короткий путь к сердцу человека. Реклама, чтобы быть успешной должна поднимать обнаруженные психоанализом подсознательные состояния до уровня сознания.

Список используемой литературы:

1. Фрейд З. «Я и «Оно» // «Я» и «Оно». Труды разных лет. / Пер. с нем. Кн. 1. М., 2001.
2. Паккард Б. О психоанализе в рекламе // Бизнес для всех. –1994.– №27. – С. 61–66.

ГЭМБЛИНГ В АСПЕКТЕ КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Серикова Г. Н., Сериков А. Л.

Томский политехнический университет

E-mail: gnsarikova@mail.ru

Обеспечение безопасности является одной из важнейших проблем любого предприятия. Наиболее опасными и распространенными являются "преступления" со стороны менеджеров и работников компаний. Сотрудник предприятия может найти доступ к активам предприятия, преодолеть систему охраны объекта, защиту баз данных, добыть нужную информацию и затруднить выявление случившегося.

Целью управления персоналом в системе безопасности предприятия является устранение риска и угроз со стороны сотрудников. Кадровая безопасность является одной из составляющих безопасности (наряду с другими – финансовой, силовой, информационной, технико-технологической, правовой, экологической).

Кадровой безопасностью занимается не только служба безопасности, но и служба персонала. Вся деятельность служб персонала может быть разложена на этапы (поиск, отбор, прием, адаптация и т.д. вплоть до увольнения и далее) и на каждом этапе присутствует масса вопросов безопасности, решаемых именно сотрудниками службы персонала. Любое действие менеджера по персоналу на любом этапе – это либо усиление, либо ослабление безопасности компании по главной ее составляющей – кадрам.

Статистика служб безопасности говорит о том, что 50% работников готовы нарушить закон, если есть уверенность в безнаказанности или ждет мягкое взыскание, а 20% готовы нарушить закон при любых обстоятельствах. В жизни каждого человека происходят разные неприятные события, которые могут повлиять на его лояльность к фирме, где он работает. Тяжелая болезнь детей, родственников, неоплаченные долги, обязательства могут подвигнуть работника на отчаянные поступки. Судебная практика показывает, что 9 из 10 краж внутри фирмы совершают сами работники, хорошо знающие ее слабые места [1].

Важный аспект кадровой работы – это так называемые “группы риска”. Для любого предприятия крайне нежелательно присутствие в коллективе — на производстве и в органах управления — работников, которые входят или потенциально могут войти в ту или иную группу риска.

Одна из важных групп риска – зависимости или аддикции. Аддиктивное поведение связано с желанием человека уйти от реальности путем изменения состояния своего сознания. Аддиктивная личность в своих попытках ищет свой универсальный, но односторонний способ выживания – уход от проблем. Естественные адаптационные возможности аддикта нарушены на психофизиологическом уровне. Первым признаком этих нарушений является ощущение психологического дискомфорта. Психологический комфорт может быть нарушен по разным причинам, как внутренним, так и внешним. Жизнь всегда сопровождаются перепадами настроения, но индивиды по-разному воспринимают эти состояния и по-разному на них реагируют. Одни готовы противостоять превратностям судьбы, брать на себя ответственность за происходящее и принимать решения, а другие с трудом переносят даже кратковременные и незначительные колебания настроения и психофизического тонуса. Такие люди обладают низкой переносимостью фрустраций. В качестве способа восстановления психологического комфорта они выбирают аддикцию, стремясь к искусственному изменению психического состояния, получению субъективно приятных эмоций. Таким образом, создается иллюзия решения проблемы. Подобный способ борьбы с реальностью закрепляется в поведении человека и становится устойчивой стратегией взаимодействия с действительностью. В зависимости от того, посредством чего осуществляется уход из реальности, различают химические и нехимические зависимости.

Химические – это такие зависимости как наркомания, алкоголизм, табакокурение и токсикомания. Многие из химических зависимостей хорошо изучены.

Нехимические (психологические) зависимости включают компьютерные, сексуальные и любовные зависимости, работоголизм, пищевые зависимости. В последнее время быстро распространяется разновидность нехимических аддикций – патологическая зависимость от азартных игр или гэмблинг. Особенности этой зависимости являются:

- поражение всех возрастных категорий преимущественно мужского пола;
- быстрая десоциализация этих людей со значительным прямым и косвенным экономическим ущербом для них, их семей и общества в целом;
- высокая общественная опасность этого расстройства – криминализация и виктимизация зависимых;
- отсутствие единого понимания природы, психопатологии, клинической динамики, подходов к терапии и профилактике данного расстройства.

Азартные игры могут быть разделены на легальные (лотереи, бинго, казино, ставки на бегах, спортивные ставки и видео лотереи) и нелегальные (ставки у нелегальных букмекеров, нелегальные игорные заведения для игры в карты и рулетку, казино в Интернете). Азартные игры могут носить индивидуальный характер (игрок против казино, непрофессиональная игра на бирже) и социальный (политические, спортивные, денежные, бильярдные денежные пари и ставки между друзьями, коллегами).

Зависимость от азартных игр присутствует в последней 10-й редакции Международной классификации болезней в рубрике F 63.0 «Патологическое влечение к азартным играм». Диагноз выставляется по следующим критериям:

- повторные эпизоды азартных игр в течение одного года;
- возобновление этих эпизодов, несмотря на отсутствие материальной выгоды, нарушения социальной и профессиональной адаптации;
- невозможность контролировать интенсивное влечение к игре, прервать ее волевым усилием;
- постоянная фиксация мыслей на азартной игре и все, что с ней связано.

На доклиническом этапе у игроков накапливается опыт игрового поведения и формируется определенная предпочтительность азартных игр. Азарт определяется как сочетание чувства риска, опасности и желания получения легких денег. При реализации желаемого возникает иллюзорное восприятие действительности, что делает ее привлекательной, приводит к увеличению частоты и продолжительности игровых эксцессов [2].

На клиническом этапе игровое поведение достигает своей структурной завершенности и приобретает сходство с синдромом химической зависимости. С этого момента влечение к азартным играм становится непреодолимым, появляются первые признаки дезадаптации личности. Синдром зависимости представлен вначале навязчивым, а затем непреодолимым влечением. Выявляется психический комфорт в ситуации игры и психический дискомфорт вне ее. Игрок комфортно чувствует себя,

в отличие от здоровых людей, только в ситуации игры. При этом процесс игры приобретает психотропный эффект и способствует изменению актуального психического состояния со знака “минус” на знак “плюс”. Одновременное прекращение игры в силу непреодолимого препятствия вводит пациента в состояние психического дискомфорта. Происходит потеря профессиональной и личной репутации, значительное увеличение времени, проводимого за игрой, отдаление от семьи и друзей. Утрачивается приобретенное ранее высокое техническое мастерство игры: больные делают нерасчетливые ходы, прибегают к неоправданному риску. Больной достает деньги для игры любыми способами: прибегает ко лжи, растратам, аферам и хищениям. При этом он собирается использовать эти деньги для выигрыша и вернуть долги, но не удерживается и вновь все проигрывает. Возникают угрызения совести, раскаяние, ненависть к другим, паника. Наказания и самообвинения лишь обостряют стремление “поправить” настроение привычным способом.

Неоднократные попытки прекратить играть не удаются. Провоцирующими ситуационными факторами являются посещения мест реализации аномального влечения (казино, салоны игровых автоматов, ночные клубы и т.д., в т.ч. и обилие соответствующей рекламы в общественных местах), встреча с лицами, участвовавшими ранее в игровых эпизодах, разговоры на тему игр, возможности “легкого выигрыша”.

Постепенно больной становится раздражительным, замкнутым, в поисках денег на игру вступает в контакт с преступным миром, теряет друзей, семью, работу, свободу. В финале – уход в себя, безнадежность, злоупотребление алкоголем, аффективные расстройства, суицидальные мысли и попытки. Поведение игрока с длительным стажем приводит к чрезвычайно тяжелым последствиям. Игроки продают дачи, квартиры, машины, гаражи, берут крупные необеспеченные кредиты, занимают деньги у друзей и знакомых. Ценности работодателя для зависимых от азартных игр ничего не стоят и рассматриваются как свои.

Риск для кадровой безопасности при патологической зависимости от азартных игр заключается в следующем:

- Возможность управления работником извне, что может быть направлено на дестабилизацию организации (получение секретов, уход клиентов и т.д.).
- Постоянные попытки зависимого распространить влияние своих пагубных пристрастий, привычек на окружающих, поиск или формирование им круга единомышленников, то есть увеличение количества представителей группы риска в организации.
- Удовлетворение своих зависимостей за счет временных и материальных ресурсов работодателя.
- Разрушение стабильного работоспособного коллектива (команды).
- Склонность к преступным действиям и нарушениям либо ради, либо вследствие удовлетворения своих зависимостей.

Американская ассоциация психиатров провела комплексное исследование этой зависимости и идентифицировала ее как заболевание, которому подвержен неограниченный круг людей, и которое имеет те же последствия, что и алкогольная и наркотическая зависимость. Поиск игровой зависимости у работника должен начинаться при выявлении следующих признаков [3]:

- частые нарушения режима рабочего времени, потери от его неэффективного использования;
- увеличение количества мелких хищений;
- невыполнение ответственных заданий;
- частое одалживание денег у коллег;
- заметная повседневная лживость;
- отстраненность от коллектива;
- внезапное появление денег и вызывающая щедрость, наличие клубных карточек casinos;
- захватывающие или постоянные разговоры об азартных играх, крупных выигрышах;
- жалобы членов семьи на низкую зарплату.

Игровая аддикция не менее тяжела, чем наркотическая. Все рассмотренные формы риска для организации будут сохраняться в течение всего времени работы сотрудника. Защитные меры системы безопасности предприятия могут заключаться в следующем:

- в надежном входном контроле пристрастий и зависимостей (проверка заявленных сведений, эффективное собеседование с целью выявления внешних признаков девиантного поведения и др.);
- в тщательном контроле во время срока испытания или адаптации работника;

- в перманентной и постоянной готовности администрации к «безопасному» увольнению работника при четком оформлении событий дисциплинарной практики в виде актов, объяснительных;
- в проведении грамотного внутреннего объяснения коллективу действий служб безопасности;
- в своевременном анализе сложных жизненных ситуаций в жизни работников и участии в нахождении выхода из трудного положения.

Кадровая безопасность нацелена на такую работу с персоналом, на установление таких трудовых и этических отношений, которые можно было бы определить как «безубыточные». Вся эта деятельность не является отдельным направлением в функционале менеджера по персоналу, а лишь органично вписывается в него. И здесь практически не привлекаются какие-либо дополнительные ресурсы, при условии, что в компании присутствуют все этапы организации и управления персоналом.

Как показывает мировой опыт, латентность совершаемых преступлений на производстве очень высока. Тем не менее, можно свести наносимый ущерб собственными работниками к минимуму, если поощрять работников, которые оказывают помощь при проведении служебных расследований по фактам имущественных преступлений. Ведь обычно практически весь коллектив достаточно хорошо осведомлен обо всех этих негативных проявлениях, однако эти факты не становятся достоянием руководства.

Поэтому первейшая задача – постоянно проводить активную политику пропаганды для убеждения персонала в необходимости оказания помощи в этих вопросах. Такого рода сотрудничество должно поощряться по заранее оговоренной схеме, предусматривающей выплату определенного процента от суммы предотвращенного ущерба, который мог бы быть нанесен фирме. Однако это не исключает проверки персонала, которые могут быть: регулярными (по заранее определенному графику); оперативными (носят спонтанный характер, в случае ЧП, разглашения конфиденциальной информации, подозрения в отношении конкретных работников и т.п.).

Проверки могут быть гласными (соблюдение инструкции по сохранности конфиденциальной информации, учет корреспонденции, проведение ревизий) и негласными (в тайне от работника).

Серьезный вред предприятию происходит, когда саботируются указания руководства, умалчиваются факты злоупотребления алкоголем и наркотиками. Окружающие игромана могут умалчивать о признаках игровой зависимости не только из сознательного саботажа, но также по причине незнания тяжести и опасности этого расстройства.

Благонадежность и лояльность персонала – один из ключевых моментов, позволяющих любой фирме выжить и преуспеть в современном деловом мире. Необходимо овладеть эффективными и надежными методами проверки своих работников, позволяющими сделать правильный и единственно верный выбор из множества кандидатов на вакантное место, сохранить и приумножить свою ответственность и в то же время уберечь работника от противоправного деяния.

Список используемой литературы:

1. Магура М. Поиск и отбор персонала. М.: Интел-Синтез, 2003.– 303с.
2. Boutin Cl., Dumont M., Ladouceur R. et al. Excessive Gambling and Cognitive Therapy. How to Address Ambivalence // Clinical Case Studies.- 2003.- Vol. 2, No. 4.- p. 259-269.
3. Derevensky J., Gupta R. Prevalence Estimates of Adolescent Gambling: A Comparison of the SOGS-RA, DSM-IV-J, and the G. A. 20 Questions // 10th International Conference on Gambling and Risk-Taking, Montreal. McGill University. – Montreal, 1997. – p.34-38.

ПРОБЛЕМЫ РАБОТЫ КАДРОВЫХ АГЕНТСТВ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Силаева Т. А., студент; Пушкарева Ю. С., студент

Кузбасский государственный технический университет

E-mail: julia-pushkareva@mail.ru

Научный руководитель: Жернова Н. А., к.э.н., доцент

В 1989 году в России появился и стал развиваться совершенно новый институт, присущий рыночной экономике, – кадровые агентства занятости населения, основной задачей которых стал поиск

и подбор персонала. По мере становления рынка труда в России на нем происходят перемены, обусловленные нестабильной социально-экономической ситуацией, как в стране, так и в мире. Для того чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке рекрутинговых услуг, кадровые агентства вынуждены приспосабливаться к требованиям современной действительности.

Кадровые агентства остро почувствовали влияние мирового финансового кризиса еще в сентябре 2008 года, когда компании начали сокращать или полностью останавливать подбор персонала. Поэтому руководители кадровых агентств были вынуждены задуматься об антикризисных мерах, направленных не только на сокращение издержек своих компаний, но и на корректировку деятельности в целом.

На сегодняшний день все услуги, которые предлагают кадровые агентства можно разделить на две группы.

Услуги, предоставляемые работодателям:

- подбор специалистов методами стандартного рекрутмента и прямого поиска;
- диагностика личностных качеств и профессиональных навыков соискателей;
- обучение персонала (корпоративное обучение, открытые тренинги и семинары)
- мониторинг рынка труда;
- перетрудоустройство (аутплейсмент) высвобождаемого персонала;
- кадровый аутстаффинг;
- кадровый аутсорсинг;
- мотивационный аудит персонала.

Услуги, предоставляемые соискателям:

- составление резюме и его рассылка;
- профессиональная ориентация;
- консультации и составление плана поиска работы.

Финансовый кризис изменил ситуацию на рынке труда практически по всем позициям. Произошли массовые увольнения десятков тысяч специалистов различных сегментов рынка. Изменилось поведение и потребности заказчика - работодателя, нанимающего персонал, и как следствие этого, количественный и качественный состав поступающих в агентство заказов.

Произошедшие на фоне финансового кризиса массовые сокращения привели к тому, что в поисках работы находится огромное количество специалистов различных сегментов рынка. Складывается ситуация, при которой спрос значительно превышает предложение, а на одну вакантную должность претендует несколько кандидатов. На рисунке 1 приведена динамика численности безработных граждан Кемеровской области, состоящих на учете в ГУ «Центр занятости населения» в 2008 и 2009 годах соответственно.

Исходя из снижения объемов рынка рекрутинговых услуг и повышения спроса на вакантные должности (в среднем по Кемеровской области на одно вакантное место претендует 3,2 чел.), можно выделить ряд последствий влияния экономического кризиса на особенности работы кадровых агентств.

Экономический кризис оздоровил рынок рекрутинговых услуг, убрав с него агентства-однодневки, зачастую предоставляющие услуги весьма сомнительно качества, которые, тем не менее, негативно влияли на репутацию рынка в целом. Этот факт, без всякого сомнения, является положительным последствием кризиса.

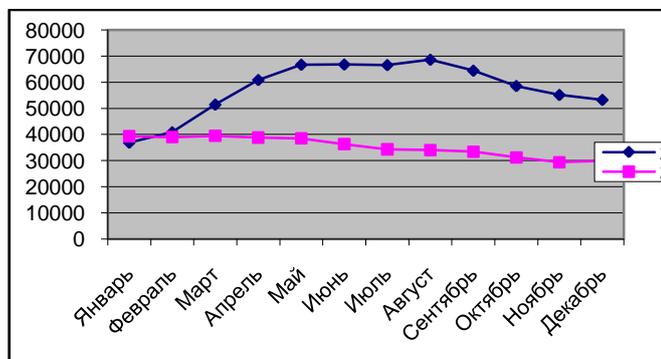


Рис.1. Динамика численности безработных граждан

Клиенты кадровых агентств стали предъявлять более жесткие условия как к провайдерам, так и к кандидатам. Борьба за клиентов имела положительное влияние – улучшение качества работы самих агентств, четкая подстройка под запросы клиента, точность, гибкость, оперативность. Основными конкурентными преимуществами рекрутинговых компаний в условиях кризиса стал уровень сервиса и стоимость предоставляемых услуг.

Многие кадровые агентства в условиях финансового кризиса практически потеряли объем заказов, что вынудило перейти на новые условия работы с заказчиками и соискателями. Вознаграждение рекрутера за подбор специалиста значительно уменьшилось и ужесточились условия оплаты «по факту». Агентства, ранее не помышлявшие о том, чтобы брать деньги с соискателей за размещение информации в базе данных, составление резюме, его рассылку, ныне достаточно часто это практикуют.

В сложившихся условиях требования к кандидатам на малочисленные вакантные должности значительно повысились при резком снижении уровня заработной платы. Зачастую в кадровые агентства поступают запросы на место двух-трех уволенных сотрудников найти одного квалифицированного и «универсального» специалиста. В связи с этим наблюдается дефицит высококвалифицированных кадров.

Кризис стал толчком для появления новых и развития ранее невостребованных услуг. В сложившихся условиях массового увольнения персонала особый интерес представляет аутплейсмент (от англ. outplacement) – консультации по трудоустройству сокращаемых сотрудников за счет бывшего работодателя. На наш взгляд, проведение аутплейсмента снижает материальные риски работодателя и повышает вероятность нахождения новой работы бывшим сотрудником. Данная услуга осталась невостребованной в кризисный период, так как большинство работодателей не готовы ее оплачивать.

Более востребованным в период экономического кризиса стал аутстаффинг – привлечение компанией внештатного специалиста, имеющего соответствующие знания, профессиональные навыки и опыт на время выполнения определённого проекта. Основной целью применения аутстаффинга является оптимизация налогообложения путем переноса налоговой нагрузки на компанию аутстаффера, применяющего льготные режимы в отношении единого социального налога. Кроме того, передача ряда функций по управлению персоналом позволяет выстраивать более гибкие схемы в кадровом менеджменте организации. Стоит отметить, что реализации концепции аутстаффинга в Российской Федерации затруднена в связи с особенностями правового регулирования в сфере труда. В частности, заключение трудового договора подразумевает возникновение взаимных прав и обязанностей у работника и компании-провайдера, но не у работника и компании-заказчика. Оформление же аутстаффинга с помощью гражданско-правового договора лишает работника гарантий и компенсаций, предусмотренных Трудовым кодексом РФ.

Не стоит считать, что кризис несет в себе только негативные последствия, кризис – явление двойное. Кадровая индустрия гибко отреагировала на изменение внешних условий и стремится к диверсификации услуг с одной стороны и к повышению их качества с другой. Это непременно должно привести к росту удовлетворенности клиентов кадровых агентств, как заказчиков, так и соискателей и внести вклад в ослабление негативных последствий экономического кризиса.

Список используемой литературы:

1. Ожидания с поправкой на обратное / Волков С.// Авант-Партнер. – 2008. – №38. – с.8
2. Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М: ЮНИТИ, 2002. – 560 с.
3. www.ka-expert.ru
4. www.ufz-kemerovo.ru
5. www.hrbrand.ru

КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В РФ

Смирнова А.А.

Томский политехнический университет

E-mail: annasmirnova2007@rambler.ru

Научный руководитель: Попова С.Н., к.э.н., доцент.

В наступившем 21 веке происходят значительные перемены в экономической, политической, социальной и др. сферах жизни общества. Практика последних десятилетий убедительно доказывает, что в быстро изменяющемся мире стратегические преимущества будут у тех государств, которые смогут эффективно развивать и продуктивно использовать инновационный потенциал развития, основным носителем которого является молодежь [3]. В связи с этим, государственную молодежную политику следует рассматривать как самостоятельное направление деятельности государства. Это, в свою очередь, усиливает значимость формирования кадрового обеспечения государственной молодежной политики (далее ГМП). Данный вопрос находит отражение в стратегии ГМП РФ, в которой формирование кадрового потенциала предполагается осуществить следующим образом:

- внесение изменений в государственные образовательные стандарты по перечню специальностей, представленных в системе органов и организаций, реализующих государственную молодежную политику;
- пересмотр тарифно-квалификационных требований к специалистам, работающим в сфере государственной молодежной политики;
- совершенствование системы подготовки кадров в сфере молодежной политики [5].

В 2008 году была подписана Концепция развития кадрового потенциала молодежной политики РФ, в которой в очередной раз подчеркнута необходимость развивать кадровый потенциал молодежной отрасли. Основной целью развития кадрового потенциала молодежной политики является создание условий для оптимального обеспечения сферы молодежной политики профессионально подготовленными кадрами, обеспечивающими развитие и реализацию потенциала молодежи в интересах России. В Концепции отмечается, что в настоящее время в инфраструктуре сферы государственной молодежной политики работает около 100 тысяч человек, которые нуждаются в профессиональной переподготовке. Из вышесказанного автору видится актуальным обобщить требования, выдвигаемые к специалистам в области молодежной политики и дать рекомендации по кадровому обеспечению молодежной политике.

В 2009 году было опубликовано исследование по проекту «Формирование основ профессиональной компетентности специалистов сферы работы с молодежью» в рамках аналитической ведомственной целевой программы «Развитие научного потенциала высшей школы», которое показало, что, несмотря на все предпринимаемые меры, в кадровом обеспечении молодежной политике существуют серьезные проблемы, которые требуют комплексного решения. Эксперты выстраивают перечень причин, отрицательно влияющих на кадровое обеспечение [2].

Из данной таблицы видно, что в первую очередь в решении вопроса о недостатке кадров в молодежной политике необходимо уделить внимание проведению профессиональной подготовке по специальности «Организация работы с молодежью» и повышению квалификации специалистов данной сферы. Реализация государственной молодежной политики требует от кадров, работающих с молодежью, глубокого понимания ее целей и задач, приоритетов в молодежной среде, умений реализовывать предусмотренные в ней проекты, разрабатывать и внедрять современные технологии, находить вариативные подходы, оптимальные и нестандартные решения. По существу, от профессиональной готовности кадров в значительной степени зависит дальнейшее развитие молодого поколения. В современных условиях подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров для отрасли молодежной политики становится действенным инструментом реализации молодежной политики в целом.

Распределение ответов на вопрос о причинах недостатков в кадровом обеспечении

Причины	Мнения экспертов (%)
Недостаточная квалификация имеющихся специалистов	28,4
Отсутствие единой системы работы с кадрами	23,9
Низкая заработная плата	20,9
Нехватка специалистов	11,9
Непрестижность данной деятельности	10,4
Слабая востребованность подобных специалистов	3,0
Другое	1,5

Подготовка специалистов по работе с молодежью стала возможна в 2003/2004 учебном году после принятия Приказа Министерства образования Российской Федерации от 12 августа 2003 г. № 3310 «Об эксперименте по созданию специальности «Организация работы с молодежью». Так в Томске подготовка по этой специальности ведется в двух высших учебных заведениях – Томском государственном университете (вечернее отделение) и Томском государственном университете систем управления и радиоэлектроники.

Сравнительный анализ учебных планов по специальности «Организация работы с молодежью» Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР), ГОУ ВПО «Барнаульский государственный педагогический университет», Казанский государственный университет культуры и искусств, Саратовский государственный университет и др. показал:

- частичное несовпадение перечня гуманитарных и социально-экономических, математических дисциплин, содержательного наполнения спецкурсов и спецсеминаров, предметов по выбору.
- несоответствие методического обеспечения курсов современным требованиям.
- отсутствие обновлений в программах курсов, отражающих современные тенденции развития сферы ГМП.

Повалко А.В. заместитель руководителя Федерального Агентства по делам молодежи сформулировал следующие компетенции, которыми должен обладать специалист в сфере молодежной политики. Это следующие группы компетенций:

Коммуникативные компетенции (умение общаться, умение передавать молодежной аудитории при помощи эффективных коммуникативных техник основные идеологические положения государственной молодежной политики и др).

Социально-технологические и проектные компетенции (умение управлять информационно-коммуникационными процессами в молодежной среде, технологично вовлекать молодых людей в программы и проекты, имеющие общественное или государственное значение и др.).

Организационно-массовые и методические компетенции (специалист, профессионально владеющий основными организационными форматами работы с молодежью, способный как эффективный менеджер реализовывать их на практике, создавать новые форматы мероприятий и совершенствовать старые и др.).

Компетенции в области инновационной деятельности (умение работать с талантливой молодежью, выявлять, учитывать, сопровождать талантливых молодых людей, выполнять по отношению к ним функцию социального продюсера и др) [5].

На основании вышеприведенных данных о проблемах кадрового обеспечения в сфере молодежной политики можно внести следующие рекомендации:

1. Проведение профориентационной деятельности в школе среди активистов и молодежных организаций и органов школьного самоуправления. В ходе которой должны оцениваться коммуникативные компетенции и уровень мотивации школьников для обучения на специальности «Организация работы с молодежью». Эти качества не оцениваются при сдаче ЕГЭ, но тем не менее они являются одними из основных необходимых для обучения и работе по этой специальности.

2. Развитие тесного сотрудничества между вузами, обучающих студентов, и предприятий и организаций, работающих в молодежной сфере. Это позволит образованию соответствовать реальному уровню требований организаций, а с другой стороны тенденции и проблемы, которые имеются в организациях, работающих в молодежной отрасли, могут подвергнуться научному исследованию, с целью поиска их научного обоснования и предполагаемого решения.

3. Постоянный сбор обратной связи со стороны выпускников и работодателей об уровне профессиональной подготовки молодых специалистов и необходимых направлениях совершенствования процесса профессиональной подготовки.

Таким образом, партнерство между школой, университетом и организациями, работающими в молодежной политике, позволит совместить теорию и практику молодежной политики, что улучшит качество подготовки специалистов данной отрасли, а также будет способствовать более раннему формированию и развитию профессиональных компетенций специалистов, необходимых для работы с молодым поколением.

Список используемой литературы:

1. Бабинцев В. П. Формирование кадрового обеспечения государственной молодежной политики в регионе // Управление персоналом.- М.: 2008г.-№8.-С.13
2. Гегель Л.А. «Кадровые проблемы государственной молодёжной политики и варианты их решения в зеркале общественного мнения» // <http://dmp.mgopu.ru/publications.htm>
3. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года // <http://www.ifap.ru/ofdocs/rus/rus006.pdf>
4. Концепция развития кадрового потенциала молодежной политики в Российской Федерации // <http://dmp.mgopu.ru/docs.htm>
5. Пovalко А.Б. Сборник тезисов по материал научно-технической конференции «Совершенствование системы формирования кадрового потенциала молодежной политики в Российской Федерации».-М.:2009.- С.23-26
6. Стратегия государственной молодежной политики // <http://www.admhmao.ru/socium/molod/Уprav/1760.htm>

ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ УСЛОВИЙ ТРУДА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОЧЕЙ СИЛЫ

Сорочинская Е. Ю., студентка

Томский Университет Систем Управления и Радиоэлектроники

E-mail: [sladkaya @list.ru](mailto:sladkaya@list.ru)

Научный руководитель: Дерябина Е. В, к.э.н., доцент

В процессе труда человек часто подвержен воздействию шума, вибрации, температуры, влажности, движения воздуха, содержащихся в воздухе примесей и т. д. Факторы внешней среды, например такие, как шум и вибрация, являются сильными раздражителями нервной системы.

При неблагоприятных внешних условиях расходуют много энергии не на непосредственное выполнение работы, а на приспособление к этим условиям и их преодоление. Часто утомление является не столько от выполняемой работы, сколько от неблагоприятных условий труда. Например, установлено, что производственный шум, превышающий санитарные нормы, рассеивает и притупляет внимание человека, в результате чего на 10-15 % снижается производительность труда, повышается производственный травматизм. [1]

Условиями труда называются факторы производственного процесса и производственной среды, воздействующие на работника. Производственные условия труда — это совокупность элементов производственной среды, оказывающая влияние на работоспособность и здоровье человека в процессе труда. Из этого следует, что одной из главных задач организации труда является оздоровление производственной среды и облегчение труда. Основными составляющими условий труда на сегодняшний день являются: санитарно-гигиенические, психофизиологические, эстетические и социальные условия, благодаря которым происходит систематическое, постоянно возобновляющееся соединение рабочих с материальными факторами.

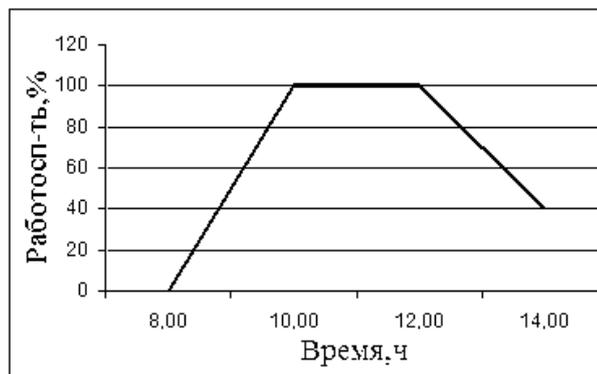


Рис 1. Динамика работоспособности человека

Условия труда непосредственно влияют на степень его напряженности и утомительности. Исследования показывают, что работоспособность человека в течение рабочего дня динамична. Её можно представить в виде кривой, с нарастающим в течении первых двух часов, остающейся неизменной некоторое время и снижающейся к обеду.

Такие отрезки можно назвать фазами, которые повторяются в том же ритме и после обеда. Однако отмечено, что после обеда фаза встраивания протекает быстрее. Фаза же устойчивой работоспособности по уровню ниже и менее длительна, чем до обеда. Учитывая неравномерную работоспособность человека в течение рабочего дня, которая характеризуется с одной стороны изменением производительности труда, а с другой — изменениями нервной, мышечной, дыхательной, сердечно-сосудистой функций организма, возникает необходимость составления графиков, которые бы позволили рационализировать режимы труда и отдыха ППС. Поэтому, изначально необходимо проанализировать режимы внутри рабочего дня с точки зрения их соответствия физиологическим требованиям и разработать мероприятия по улучшению производственной обстановки, охраны труда и бытового обслуживания преподавателей.

Наряду с режимами рабочего дня необходимо так же рассмотреть подходы труда и отдыха в течение годового периода. Учитывая то, что отдых является одной из основных задач, так как отражает заботу о том, чтобы каждый преподаватель отдыхая полностью восстановил работоспособность и укрепил здоровье, он обязательно должен быть учтен в годовом графике работы. Что касается условий труда, то они должны проектироваться и планироваться с учетом различий между преподавателями по полу, возрасту, состоянию здоровья, квалификации, психологическим, физиологическим и социальным характеристикам. С этой целью необходимо использовать рекомендации Международной организации труда, общегосударственные, отраслевые, региональные нормы, а так же существует ряд директивных документов, регламентирующих условия труда, — строительные нормы и правила, государственные стандарты, по допустимым уровням радиации, запыленности, загазованности, вибрации, шума, требования охраны труда и техники безопасности. [2]

Окончательным этапом организации условий труда, в которой отражаются организационно-технические, экономические и прочие мероприятия является карта условий труда. Учитывая сложность, к разработке карт должны привлекаться специалисты служб организации труда, заработной платы, охраны труда и техники безопасности, промышленно-санитарных лабораторий, врачи, гигиенисты и т.д. Как правило, по результатам проведенного анализа, в картах должны отражаться благоприятные условия труда и подходы к совершенствованию неблагоприятных, рациональные режимы труда и отдыха, учитывая научно обоснованный подход к режиму рабочего дня, предупреждающему утомление. Эффективность регламентированного отдыха будет определяться тем, что в течении рабочего дня не будут устанавливаться вынужденные перерывы в работе, которые в свою очередь не являются полноценным отдыхом из-за нарушения динамического стереотипа и отрицательных эмоций. В отличие от обеденного перерыва, который регламентируется ТК РФ, перерывы в работе являются частью рабочего дня и учитываются при нормировании труда, следовательно рациональные режимы труда и отдыха должны разрабатываться на основе нормативов для различных категорий работающих, психофизиологических исследований и др.

На основании ТК РФ для сохранения здоровья и обеспечения работоспособности, каждому работнику должен быть предоставлен ежегодный отпуск. Учитывая особенности условий труда работников образования (Постановление Правительства РФ от 01.10.2002 г. N 724 «О продолжительности

сти ежегодного основного оплачиваемого отпуска, предоставляемого педагогическим работникам образовательных учреждений»), государством предоставляется отпуск продолжительностью 56 рабочих дней. Кроме режимных перерывов и отдыха работникам образования в комплексе мероприятий, направленных на ограничение утомления, сохранение и укрепление здоровья преподавателей должны быть включены психогенные методы (аутогенная тренировка, приемы психосаморегуляции), а также создание комнат психологической разгрузки.

На современную организацию труда работников образования оказывает большое воздействие совершенствование техники, технологии, улучшение санитарно-гигиенических, психофизиологических, эстетических и социальных условий труда, повышение уровня культуры производства, поэтому при организации труда должно учитываться снижение физических и нервных перегрузок, разработка мероприятий по этим направлениям, внедрение которых будет способствовать добросовестному творческому отношению к труду. Внедрение технических инноваций в организацию труда будет отражаться на системе социально-экономических, организационно-технических, санитарно-гигиенических и лечебно-профилактических методов, направленных на сохранение здоровья и работоспособности человека в процессе труда, которые называются охраной труда.

Правительством Страны были приняты Закон "Об охране труда", Кодекс законов о труде и другие нормативные акты. Закон Страны "Об охране труда" определяет основные положения реализации конституционного права граждан Страны на охрану их жизни и здоровья в процессе трудовой деятельности. Основные принципы государственной политики в области охраны труда:

- приоритет жизни и здоровья по отношению к результатам умственной деятельности преподавателя;
- полная ответственность руководителей за организацию и создание безопасных условий труда;
- комплексное решение проблем по охране труда на основе национальных программ по этим вопросам с учетом других направлений экономической и социальной политики, достижений в области науки, техники и охраны окружающей среды;
- организация обучения населения, профессиональной подготовки и повышения квалификации преподавателей по вопросам охраны труда;
- участие в международном сотрудничестве в области охраны труда, использование мирового опыта организации работы, касающегося улучшения условий и безопасности труда.

Законом также определены права преподавателей при приеме на работу, условия их труда и социального страхования в случаях заболевания или наступления инвалидности. Трудовое поведение ППС, укрепление дисциплины являются одним из условий жизненного подъема и повышения экономического уровня развития страны.[3]

Таким образом, улучшение условий труда, совершенствование организации труда, охрана труда и отдыха будут способствовать продуктивному использованию рабочего времени, а следовательно повышать творческий подход к работе и обеспечивать её высокое качество.

Список используемой литературы:

1. Бысик Г.П., Ионьчева С.П., Рубанцов С.И. Научная организация труда, 2005
2. Трудовое право России: учебник для ВУЗов. Под ред. Е.А.Ершовой, 2007
3. Федеральный закон об основах охраны труда в РФ от 23 июня 1999 г. N181-ФЗ

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ, ОРИЕНТИРОВАННОЕ НА РЕЗУЛЬТАТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ

Спирина Е. Н., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: Spirina_Evgenia@mail.ru

Научный руководитель: Смольникова Л. В., к.э.н.

В Российской Федерации продолжается бюджетная реформа, нацеленная на повышение эффективности органов публичной власти и результативности их деятельности. Ключевой задачей реформы является переход от модели управления затратами к модели управления результатами. Модель управления затратами предполагает детальное планирование бюджетных расходов, при котором «идеальный» результат исполнения бюджета заключается в стопроцентном исполнении плана. При

этом зачастую непонятно, с какой целью осуществляются те или иные бюджетные расходы и на обеспечение каких потребностей населения и общества они направлены.

Модель управления результатами подразумевает планирование деятельности органов публичной власти исходя из того, что целью этой деятельности должно быть достижение конкретных и измеримых социально значимых результатов. Запланированные результаты могут быть достигнуты только при условии устойчивой заинтересованности в этом всех участников бюджетного процесса, поэтому для последних необходимо создавать систему соответствующих стимулов. В сфере общественных финансов данная модель реализуется с помощью методов бюджетирования, ориентированного на результат (БОР)[1].

Бюджетирование, ориентированное на результат (performance budgeting) – это система формирования, исполнения бюджета и бюджетного контроля, прослеживающая взаимосвязь между бюджетными расходами и достигнутыми результатами.

Пионерами в области БОР являются США, Новая Зеландия, Австралия, Нидерланды, Великобритания и Швеция. Позже всех на модель бюджетного планирования, ориентированного на результат стали переходить Франция и Германия [2].

В России, первыми шагами по внедрению бюджетирования, ориентированного на результат стала Концепция реформирования бюджетного процесса в Российской Федерации в 2004–2006 годах, одобренной постановлением Правительства Российской Федерации от 22 мая 2004 г. №249 «О мерах по повышению результативности бюджетных расходов». Ядром данной концепции стала система БОР.

Применяемые сегодня инструменты бюджетирования, ориентированного на результат в органах государственной власти и местного самоуправления, можно разделить на две основные категории [1]:

- инструменты целеполагания и планирования, обеспечивающие единство муниципальной политики в различных отраслях и по муниципалитету в целом, – долгосрочные и ведомственные целевые программы, доклады о результатах и основных направлениях деятельности главных распорядителей бюджетных средств;
- инструменты реализации установленных целей и задач – реестр муниципальных услуг (работ), стандарты качества муниципальных услуг, оценка потребности в муниципальных услугах, оценка стоимости муниципальных услуг, муниципальное задание на оказание услуг (выполнение работ).

В процессе работы по внедрению БОР выделилась группа проблем, с которой приходилось сталкиваться при формировании системы показателей и внедрении инструментов БОР в целом [3].

1. Подбор измерителей.

При формировании целевых показателей применяется подход: «если что-то невозможно измерить – этим невозможно управлять». Действительно, для того, чтобы иметь возможность управлять качеством и эффективностью предоставляемых услуг, для каждой услуги необходимо сформировать весь набор измерителей качества, результативности и эффективности. Но существуют и «трудноизмеримые» услуги. Например, постоянные трудности вызывают измерения уровня культуры, патриотизма, воспитания молодежи и многие другие.

2. Расчет показателей.

В процессе проведения расчетов появлялись регулярные сложности в определении методики измерения тех или иных показателей. По ряду услуг есть адекватные методики измерения их качества, но эти методики весьма дорогостоящие. Существуют также и менее сложные методики, но, как правило, они не позволяют дать адекватную оценку. Пожалуй, главной рекомендацией здесь является правило: «лучшее – враг хорошего». Если действительно нет возможности оплатить «хорошую» методику, следует отказаться от этого показателя в пользу менее качественного, дающего более приближенную оценку измерителя, но менее дорогостоящего. Также всегда бывают попытки манипулирования полученными данными и процессами расчетов. В связи с тем, что механизм целевых показателей, механизм измерения качества и эффективности тех или иных процессов, программ и услуг всегда становится элементом системы планирования, контроля, оценки деятельности тех или иных служащих, люди склонны к тому, чтобы приукрашивать эти данные, с тем чтобы выглядеть в глазах своего руководства в более выгодном свете. Поэтому любая система измерения неминуемо начинает страдать от того, что показатели слабо отражают реальную ситуацию. Основными технологиями борьбы с подобными явлениями являются внедрение механизма контроля или механизма независимых измерений, когда результаты и эффективность деятельности одних подразделений измеряют совершенно другие, не связанные с ними органы или службы.

3. *Внутриорганизационные проблемы.*

Третья группа проблем связана со спецификой самих органов власти и местного самоуправления как организации. Как любая крупная организация органы власти и управления обладают серьезной организационной инерцией. Руководители органов исполнительной власти привыкли к сложившейся за многие годы практике управления. Естественно, появление иных подходов к управлению своими подразделениями, а также всей организацией в целом приводит к тому, что люди весьма медленно и очень неохотно меняют практические инструменты управления. Выходом из этой ситуации является активная приверженность руководства к использованию механизмов БОР, к формированию мотивации для внедрения этого подхода на всех уровнях управления в целях эффективности использования бюджетных средств. Также, необходимо упомянуть об одной из серьезных внутриорганизационных проблем, которая заключается в том, что многие решения, вытекающие из применения инструментов БОР, являются политически опасными для органов власти. В качестве яркого примера подобной угрозы можно рассмотреть результаты, полученные по итогам анализа сферы школьного образования. Как правило, сегодня при сокращающемся количестве учащихся применение технологии БОР приводит к выводу о необходимости закрытия тех или иных образовательных учреждений. Попытки органов власти закрывать данные учреждения порождают социальную напряженность, недовольство населения, что, в свою очередь, может быть чревато политическими проблемами. Особенно остро это проявляется в предвыборный период.

В заключение следует сказать следующее. Меры совершенствования бюджетного процесса могут оказывать локальный эффект, а могут приводить к радикальным изменениям. Именно к таким изменениям приводит внедрение бюджетирования, ориентированного на результат, бесспорными достоинствами которого являются:

1. Предоставление населению именно тех общественных благ и услуг, в которых общество действительно заинтересовано. Бюджетирование по результатам обеспечивает финансирование тех общественных благ и услуг, количество, качество, стоимость, время и место предоставления которых в наибольшей мере отвечает потребностям общества и характеризуется наивысшими показателями социальной эффективности при заданных ресурсных ограничениях.

2. Переход на бюджетирование по результатам позволяет критически осмыслить сложившиеся направления расходования средств и отказаться от многих видов расходов, осуществляемых "по инерции", без надлежащего социально-экономического обоснования необходимости этих расходов. Выбор решений производится с учетом приоритетов среднесрочной политики, а не сиюминутных последствий. Усиливается ответственность государственных министерств за конечный результат, под которым имеется в виду не просто предоставление определенного объема услуг или выполнение определенного объема работ, но и направленность на достижение определенных качественных показателей. Повышается обоснованность решений о бюджетных расходах.

3. Существенно повышается информационная база принимаемых бюджетных решений. В частности, благодаря наличию информации о том, как могут повлиять разные уровни финансирования программ на социальную и экономическую эффективность государственных расходов, появляется возможность рационально сокращать расходы, не сокращая программы [4].

БОР должен стать многогранным механизмом повышения качества бюджетных услуг при одновременной экономии бюджетных средств, при котором смещаются акценты: с расходования государственных средств (исполнения бюджета) на реализацию государственных функций. А для этого нужны четко поставленные цели, пути их достижения, требуемые ресурсы. Важно договориться и о терминологии БОР (программа, стратегические цели, тактические задачи, затраты, показатель бюджетной услуги, показатель эффекта, социальная эффективность или результативность, эффективность) [5].

Список используемой литературы:

1. Использование инструментов бюджетирования, ориентированного на результат, в практике муниципального управления <http://cmo.khabkrai.ru/methodics/2009/10/09/byudzheti-orient-na-rez/#bor-standart>, вход свободный.
2. Шподаренко Д.В., Михайлова О.И. Бюджетирование, ориентированное на результат // Сб. науч. трудов СевКавГТУ. Серия "Экономика". 2007. № 6.
3. Бюджетирование, ориентированное на результат, на региональном и муниципальном уровнях: подходы и рекомендации / И.В. Стародубровская. – М.: ИЭПП, 2008. – 184 с.: ил. – (Научные труды Ин-т экономики переход. периода; № 119Р). – Прил.: Опыт внедрения БОР в г. Череповце /Ананенко С.А. – ISBN 978-5-93255-260-5.

4. Актуальность внедрения бюджетирования, ориентированного на результат, в Российской Федерации <http://www.vkaznu.ru/index.php?showtopic=970>, вход свободный.
5. Бюджетирование, ориентированное на результат <http://www.sfr.krd.ru/www/sfr.nsf/webdocs/F4FCF00B41F3D3CEC32572090029C9E2.html>, вход свободный.

ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА И УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В РОССИИ

Спицын В. В., к.э.н., доцент

Томский политехнический университет

E-mail: spitsin_vv@mail.ru

Инновационное развитие выбрано в качестве одного из важнейших приоритетов экономического развития России. Значительные усилия государства направлены на стимулирование инновационной деятельности и перевод экономики России на инновационный путь развития. Учеными разработаны несколько стратегий инновационного развития России (стратегия модернизации-имитации, стратегия технологического прорыва и т.д.). Однако построить эффективный механизм стимулирования инновационной деятельности пока не удается. Используемые методы и инструменты регулирования, а также выделяемые на инновационную деятельность финансовые ресурсы не дают ощутимого эффекта и прироста основных показателей, характеризующих инновационную деятельность (табл. 1) [1, С.561].

Таблица 1. Основные показатели инновационной деятельности российских предприятий промышленности

Наименование показателя	2000	2005	2006	2007	2008
Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации, в общем числе организаций, процентов	10,6	9,3	9,4	9,4	9,6
Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг организаций, процентов	4,4	5	5,5	5,5	5,1
Удельный вес затрат на технологические инновации в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, процентов	1,4	1,2	1,4	1,2	1,4

Анализируя данные табл. 1, мы приходим к выводу, что за 9 лет можно говорить об улучшении только одного относительного показателя – показателя удельного веса инновационной продукции – с 4,4% до 5,1%. Положительной динамики у двух других важнейших показателей, характеризующих инновационную деятельность, не наблюдается.

Мы можем выдвинуть предположение, что одной из причин неэффективного государственного регулирования является отсутствие знаний об особенностях инновационной деятельности в России. Это отсутствие знаний объясняется существующей системой статистики инноваций. Необходимо отметить, что система статистики инноваций в России постоянно совершенствуется и дополняется. Если несколько лет назад не существовало специального сборника, посвященного анализу инновационной деятельности на территории страны, то в настоящее время (по крайней мере, с 2007 года) такой сборник появился и выпускается ежегодно [2]. Он дополняется данными ежегодного сборника «Индикаторы науки», а также отдельными данными российских статистических ежегодников и статсборников, отражающих международные сопоставления экономических показателей России и зарубежных стран. Все эти сборники стали общедоступными: они размещены в открытом доступе на сайте Росстата [3].

Однако главная проблема статистики инноваций на национальном уровне пока не решена. Она заключается в том, что на федеральном уровне показатели инновационной деятельности приводятся обособленно от других показателей экономической деятельности предприятий. Получается, что инновациями надо заниматься ради инноваций, а не ради увеличения рентабельности, роста объемов производства, роста доли добавленной стоимости и т.д. Неясными для управления остаются следующие вопросы:

- предприятия с какими экономическими характеристиками более инновационно-активны?
- в чем состоят преимущества инновационно-активных предприятий по сравнению с неинновационными и каков их вклад в развитие экономики России?

В статистике инноваций необходимы аналитические таблицы, показывающие взаимосвязь показателей инновационной деятельности предприятий и других экономических показателей, которые можно трактовать как эффекты или результаты инновационной деятельности. При этом необходимо сопоставление показателей инновационно-активных и неинновационных предприятий промышленности. Такое сопоставление позволит выявить эффекты, получаемые бизнесом от инновационной деятельности. Решение этих задач может быть достигнуто введением в статистические сборники новых аналитических таблиц, примерная форма которых представлена в табл. 2, 3 (отметим, что подобные формы появились на уровне региональной статистики [4], но они имеют ряд недостатков).

Что позволят сделать такие таблицы? Они позволят соотнести в разрезе видов экономической деятельности инновационно-активные и неинновационные предприятия по важнейшим экономическим показателям. В дополнение к указанным в табл. 2 и 3, целесообразно формировать данные по следующим показателям: объем экспортируемой продукции; финансовый результат деятельности предприятий; рентабельность собственного капитала; коэффициент износа машин и оборудования; объем инвестиций.

Сбор и представление данных за несколько лет по фиксированному списку предприятий позволит отследить процессы в динамике и рассчитать темпы роста важнейших экономических показателей у инновационно-активных и неинновационных предприятий. Одновременно будут выявлены типовые экономические характеристики предприятий, активно осуществляющих инновационную деятельность. Формирование подобных таблиц по широкому перечню экономических показателей в разрезе инновационно-активного и неинновационного бизнеса представляется необходимым условием для эффективного управления инновационной деятельностью на государственном уровне.

Таблица 2. Показатели деятельности инновационно-активных предприятий

Виды экономической деятельности	Показатели экономической деятельности предприятий промышленности								
	Объем производства		Валовая добавленная стоимость		Фонд заработной платы		Численность работников		И другие
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	
Добывающая промышленность – всего в том числе:									
Обрабатывающая промышленность – всего в том числе:									

Таблица 3. Показатели деятельности неинновационных предприятий

Виды экономической деятельности	Показатели экономической деятельности предприятий промышленности								
	Объем производства		Валовая добавленная стоимость		Фонд заработной платы		Численность работников		И другие
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	
Добывающая промышленность – всего в том числе:									
Обрабатывающая промышленность – всего в том числе:									

Список используемой литературы:

1. Российский статистический ежегодник. 2009: Статистический сборник [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/doc_2009/year09.zip
2. Индикаторы инновационной деятельности: 2007. Статистический сборник. – М.: ГУ – ВШЭ, 2007. – 400 с.
3. Федеральная служба государственной статистики РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
4. Инновации в Томской области за 2008 год. Статистический бюллетень / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Томской области – Томск, 2009. – 120 с.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Ткачева В. В., студент; Вершинина А. Ю., студент

Томский политехнический университет

E-mail: Arinavershinina@sibmail.com

Научный руководитель: Чистякова Н. О., к.э.н., доцент

Страны Европейского союза взяли курс на инновационное развитие экономики. Это подтверждает огромное число программ, организаций и стратегий, направленных на достижение поставленных целей. В целом страны Европы справляются с поставленными задачами, но и среди них выделяются лидеры и «догоняющие». Бесспорными лидерами являются Швеция, Финляндия, Германия. Среди «догоняющих» стран Австрия, Франция, Великобритания, Словакия. Рассмотрим подробнее инновационные курсы двух стран из разных групп – Австрии и Швеции.

Причины, по которым эти две страны оказались на разных уровнях, разумеется не случайны. Причина кроется в научных традициях, сложившихся в государстве. Интерес к изобретательству наблюдался в Швеции всегда. Например, в 1950-х годах настоящую революцию в пищевой промышленности совершило изобретение «Тетра Пака», в автомобильной промышленности широкое применение получил трехточечный ремень безопасности. Системы NMT и GSM, цветная компьютерная графика, эффект жидких кристаллов, кардиостимулятор, электрофорез, хирургический лазерный нож, кардиография, искусственная почка, зубные титановые протезы – все это было изобретено в Швеции и оказало влияние на развитие соответствующих областей в дальнейшем. Что касается Австрии, то это государство взяло путь на заимствования в области инноваций в основных профилирующих отраслях промышленности – металлургии, нефтехимии, машиностроении. Также достаточно низким оставался уровень внедрения инноваций и эффективности ведущих менеджеров. Однако, в Австрии число высокотехнологичных предприятий остается значительным, и государство вскоре достигнет одного из пунктов Лиссабонской стратегии, по которому затраты на инновации и инновационное развитие должны быть равны или превышать 3% от ВВП.

Что касается приоритетных направлений инновационной деятельности, они очень схожи для двух этих государств. Правительства и Швеции, и Австрии видят хорошие возможности развития в энергетическом и экологическом секторе. Помимо этого демографический рост выльется в то, что в будущие поколения будут требовать больше услуг в сфере здравоохранения, услуг и коммуникаций. В связи с этим развитие биотехнологий, фармацевтики, медицинских технологий и сфера строительства нового жилья (по типу «умного дома») видятся позитивными в краткосрочной и долгосрочной перспективе для развития экономики государств.

О том, насколько важна для повышения конкурентоспособности инновационная деятельность, говорит, помимо всего прочего, доля затрат в этой сфере деятельности. Швеция является мировым лидером по удельному весу расходов на НИОКР — 3,9% ВВП. Общий объем расходов на 2001 год составил 96,7 млрд крон (увеличение более чем на четверть с 1999 г.). Совокупные государственные расходы на высшее образование и научные исследования составили в 2002 г. 52,3 млрд крон (1 шв. крона — 0,09 долл. или 0,10 евро) или 2,2% ВВП. Из общих расходов вузов в среднем на обучение идет 44%, на науку 56%. В 2005 году расходы Австрии на исследования и разработки составили 5,77 млрд евро (2,35% от ВВП). Из этих средств 36,6% составили бюджетные средства, 43% - средства предприятий, 20,1% - зарубежные инвестиции и 0,3% средства частных лиц. Такие же источники финансирования инноваций существуют и в Швеции.

Но помимо статьи в бюджете, государство финансирует предприятия через различного рода фонды. Несмотря на то, что средства на осуществление своей деятельности они получают от госу-

дарства, оно никак не вмешивается в их деятельность и, в частности, в вопросы распределения средств. К наиболее известным фондам в Швеции относятся: Фонд знаний (KKS), Фонд интернационализации высшего образования и исследований (STINT), Фонд стратегических исследований (SSF) и др. В Австрии наиболее важную роль играют три фонда: Фонд содействия исследованиям в промышленности (предназначен для стимулирования научно-технических разработок прикладного характера); Фонд содействия научным исследованиям (используется для поддержки фундаментальной науки, позволяет создать необходимый для инновационной деятельности научный потенциал) и Фонд инноваций и технологий (нацелен на структурную поддержку инновационных предприятий, проявляющих активность в приоритетных для страны областях науки и технологий).

И в Австрии, и в Швеции функционируют агентства по поддержке инноваций, но они выполняют несколько разные задачи. VINNOVA (Шведское агентство по поддержке инноваций) вместе с правительством Швеции определяет приоритетные направления, методику развития и содействие в финансировании.

Инновационное агентство в Австрии – это учреждение государственного сектора, занимающееся содействием развитию инновационных компаний и коммерциализацией новой технологии. Инновационное агентство оказывает свои услуги через посредство пяти основных программ:

1. Текма – маркетинг технологии в Австрии, оказывает содействие университетским исследователям, изобретателям и компаниям в маркетинге перспективной продукции, методов и видов применений.

2. Программа финансирования начальных инвестиций – финансирование начальных инвестиций, предлагает начальные инвестиции, конкретно увязанные с потребностями, программа обеспечивает начальный капитал и дополняет свою финансовую помощь консультативным обслуживанием.

3. Текнет – сеть рыночной и технической информации, предоставляет компаниям, потенциальным кредиторам и инвесторам рыночную и техническую информацию по проектам.

4. Идеи и инвестиции – это форум, позволяющий эффективно и в неформальной обстановке познакомить инвесторов с представителями предприятий, занимающихся инновациями, установив связь между ними.

5. Биотек – программа стимулирования биотехнологии, обеспечивает консультативные услуги и контакты для того, чтобы помочь агентствам, государственным органам и инвесторам устранить препятствия на пути к созданию новых предприятий в области биотехнологии (патентование и лицензирование, поиск свободных лабораторных мощностей, составление бизнес планов и подготовка рыночных оценок).

Несмотря на достаточное внимание со стороны государства и на заинтересованность организаций в инновациях, был бы ошибочным полагать, что страны Европы не сталкиваются с проблемами. Например, в Швеции преимуществами государственно-корпоративного партнерства пользуются в первую очередь крупные компании. Малые и средние организации, на которые приходится более 90% общей численности предприятий, не всегда могут воспользоваться новыми преимуществами, несмотря на усилия государства по содействию инновациям на таких предприятиях. Что касается Австрии, то большее значение малые и средние предприятия (наиболее динамичная прослойка экономики) придают не разработке новых технологий, а модернизации уже существующего производства, что вновь ведет к заимствованию технологий из других государств. Также не на достаточном уровне остается процент внедрения инноваций в производство.

В Швеции этот разрыв между наукой и производством был назван «долиной смерти», местом, где «умирают» многие проекты. Шведское правительство для преодоления этого разрыва образовало несколько агентств, которые используют набор различных методов.

Чтобы преодолеть разрыв между наукой и производством, необходимо создание особого сектора экономики, который был бы посредником между двумя этими областями. Он может быть воплощен в виде научных и промышленных парков, технологических деревень, бизнес-инкубаторов и т.д.

С 2005 г. реализуется новая инициатива – инновационный мост, который представляет собой национальную программу инкубаторов инноваций и институтов, обеспечивающих трансферт технологий. В качестве опорных пунктов эта программа опирается на семь шведских городов с крупнейшим в стране научным потенциалом, а именно: Гетеборг, Линчепинг, Лулео, Лунд, Стокгольм, Умео и Уппсала.

В Австрии в сфере менеджмента инновационных проектов активно участвуют различные организации, которые оказывают инновационным предпринимателям помощь в поиске партнеров и

потребителей продукции и возможностей получения средств поддержки из различных источников, в том числе европейских грантов. Также австрийское агентство по инновациям оказывает активную помощь в сфере коммерциализации научных разработок.

Инновации и инновационная политика все время находятся в центре внимания, в результате инновационная политика принимает всеохватывающий характер, переплетаясь с иными направлениями экономической политики (региональной, экологической, экспортной и т.д.).

Инновационная политика Швеции и Австрии следуют за политикой европейских стран и ставят целью превращение стран в самые привлекательные для бизнеса и жизни, сохранить социальное государство, выдержать конкуренцию в условиях глобализации и воплотить в реальность концепцию устойчивого развития.

Россия недавно вступила на путь инновационного развития. Но совершаемые действия не приводят к эффективным и заметным результатам. В этой связи Россия должна обратить внимание на положительный опыт инновационного развития зарубежных стран, в том числе Швеции и Австрии. Необходимо заимствовать некоторые элементы, такие как инфраструктура, схемы финансирования, законодательную базу и адаптировать их к сложившимся в России условиям. Такая преемственность опыта позволит быстрее и эффективнее развить экономику.

Список используемой литературы:

1. Шведское агентство по поддержке инноваций. – Режим доступа: www.vinnova.se
2. Government offices of Sweden. – Режим доступа: www.sweden.gov.se
3. Инновационное Агентство (Австрия). – http://www.wipo.int/sme/ru/best_practices/austria.htm
4. Clusterland. – Режим доступа: www.clusterland.at
5. Факультет международного бизнеса ОмГУ. Страноведческий каталог. – <http://catalog.fmb.ru/austria11>
6. Об австрийском опыте по организации инновационной инфраструктуры. – <http://au.ruschamber.net/Logos/Articles/16294/2006031611064851.doc>
7. Деловая Австрия. – Режим доступа: www.polpred.com/download/user/pdf/11_2.pdf

«О ЧЁМ ГОВОРИТЬ, КОГДА НЕ О ЧЕМ ГОВОРИТЬ» ИЛИ РОЛЬ СЛУХОВ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Тухватулина Л. Р., доцент

Томский политехнический университет

E-mail: science_world@mail.ru

Слова могут убить! Не верите? Вспомните себя, когда вы слышите что-то плохое в свой адрес или получаете плохие вести. Существует факт, что слушатель «чувствует серьезную угрозу, исходящую от говорящего» хотя «к слушающему не передается ничего, помимо звуковых и световых волн», которые могут вызвать все, что угодно «от учащенного сердцебиения до потери сознания». Зная эту потенциальную опасность любого общения, мы все равно каждый день вступаем в процесс коммуникации и строго говоря, не можем без этого существовать.

Понятие коммуникации разнообразно и изучению данного явления посвящено большое количество работ. Наше внимание будет уделено *неформальным организационным коммуникациям*, под которыми обычно понимается – процесс передачи или обмена информацией внутри организации и организации с ее окружением.

Коммуникация традиционно рассматривается как комплекс элементов, который включает: *Отправителя* (или источник информации) – лицо, которое собирает информацию, формулирует сообщение и передает его. *Сообщение* – определенным образом закодированная отправителем информация. Кодирование или создание сообщения означает, что мы облакаем мысли в слова, изображения, схемы и т.д. *Канал* – то, с помощью чего передается информация: телефонная связь, цифровые информационные технологии и т.д. *Получателя* – тот, кому предназначено сообщение.

Организационные коммуникации разнообразны и могут быть разделены на несколько групп, по различным основаниям. Приведем только некоторые виды:

- 1) по участникам коммуникации:
 - *отдельные сотрудники* – в этом случае коммуникация называется межличностной;

– *группы* – при обмене информации внутри группы коммуникации могут быть названы групповыми, в случае если коммуникация связывает несколько групп (например, обмен информацией между отделом кадров, бухгалтерией и плановым отделом), то коммуникация носит название межгрупповой;

– *организации в целом* – при рассмотрении организации как группы подобные коммуникации также могут быть названы межгрупповыми, если организации принадлежат различным культурам, странам, то коммуникацию можно обозначить как имеющую межкультурный характер.

Достаточно нередко коммуникации могут носить *смешанный* характер, например, выступление руководителя перед группой подчиненных, такая форма коммуникации называется «однимногим».

2) по форме коммуникации:

Вербальная коммуникация – коммуникация с использованием слов. Является основным видом коммуникации для человека в жизни и в организации в частности. Вербальная коммуникация занимает главное место в организации по частоте использования. Этот вид общения характеризуется универсальностью – любое сообщение может быть преобразовано в вербальное сообщение.

Невербальные средства коммуникации составляет вторую группу. Важность невербальной коммуникации подтверждается многими исследованиями, в результате которых было выявлено, что вербальное сообщение воспринимается адресатом на 7%, тогда как оставшиеся 93% приходятся на невербальную коммуникацию (38% – тональность голоса и 55% – выражение лица). В случае если вербальное сообщение противоречиво или непонятно получатель информации больше полагается на невербальную его часть.

Невербальные коммуникации в большинстве случаев имеют бессознательную основу, так как свидетельствуют о действительных эмоциях участника коммуникационного процесса и являются надежным индикатором проявляемых чувств. Невербальной информацией трудно манипулировать, и ее трудно скрывать в любой межличностной коммуникации. Этим во многом определяется то, как слова будут интерпретированы.

3) по организационным уровням: По организационным уровням коммуникации в организации могут быть *горизонтальными* и *вертикальными*.

Горизонтальные коммуникации – обмен информацией между отделами и сотрудниками организации, которые находятся на одном уровне.

Горизонтальные коммуникации необходимы для:

- решения проблем внутри отделов;
- координации работы отделов, при выполнении совместных проектов, решения общих задач;
- улучшения и различного рода инициативы.

Вертикальные коммуникации, в свою очередь, по направлению делятся на: *восходящие* и *нисходящие*.

Восходящие коммуникации формируются потоками информации, идущей с низших уровней организации к высшим.

4) по типу передаваемой информации:

Формальные каналы коммуникации пронизывают всю организацию и совпадают с формальной структурой организации. Данные каналы показывают, как информация должна распространяться.

Неформальные каналы – обязательно существующая в организации сеть слухов, сплетен, неформальных бесед.

Неформальная коммуникация не совпадает со структурой организации и может быть различной направленности.

Наиболее значимым для нас будет является выделение неформальных каналов коммуникации, которые выражаются как слухи и сплетни.

Слухи и сплетни являются обязательной составляющей «жизни» любой организации. Это один из важнейших источников информации в организации, попытки подавить, разоблачить сплетников, обычно ни к чему не ведут. Приведем пример реальной ситуации.

В одной крупной российской компании руководство решило сократить количество слухов и сплетен установив жесткие ограничения на межличностное общение – сотрудники имели право отлучаться с изолированного (у каждого сотрудника рабочее место представляло собой небольшой отделенный от всех «квадратик» со столом, компьютером и полочкой для рабочих бумаг) рабочего места не более чем на 2 минуты. Передача информации о работе и решение необходимых вопросов

проводилось по электронной почте или по ICQ. Руководство было уверено, что использование письменной коммуникации сократит количество разговоров «не по теме». Анализ электронной почты через некоторое время показал, что почти 98% (!) писем было посвящено пустой болтовне и обсуждению «кто во что одет» и «кто, что делал вчера». Это привело к засорению электронной почты и сотрудники тратили гораздо больше времени на неформальные сообщения, чем при личном разговоре.

Таким образом, попытка силового воздействия силовыми методами на неформальные коммуникации потерпела неудачу. В связи с этим необходимо ответить на ряд вопросов: что такое сплетни/слухи? Почему они столь «живучи» и устранимы? И, конечно, как с ними бороться?

Начнем с первого вопроса. Во-первых, необходимо указать, что «слух» и «сплетня» – это не одно и то же. Для наглядности приведем отличия, выделенные Д.В. Ольшанским в форме таблицы (табл. 1)

Таблица 1. Отличия сплетен от слухов

Фактор сравнения	Слух	Сплетня
Достоверность информации	всегда недостоверная информация	ложная или истинная, проверенная или не поддающаяся проверке, неполная, пристрастная, но правдоподобная информация
Сфера функционирования	касаются всех – массовость	касается немногих, но эти немногие интересны многим
Функция	удовлетворяют потребность в информации	удовлетворяют потребность не в жизненно важной, а как бы в дополнительной информации («жареных фактах»)
Полнота информации	информация в общем виде	информативные, конкретные и детализированы
Эмоциональность	эмоциональны	менее эмоциональны
Сфера распространения	широко распространены и известны	носят более локальный и «интимный» характер

Говоря об организационных неформальных коммуникациях можно найти примеры как слухов, так и сплетен:

«Нас всех в скором времени уволят. Говорят, мы плохо работаем» - пример организационного слуха.

«Кого-то из нас уволят, т.к. организация стала слишком большая. Отбierać будут по внешнему виду» - пример организационной сплетни.

Слухи и сплетни в организации могут быть разных видов, например:

- Абсолютно недостоверные.
- Просто недостоверные.
- Относительно достоверные.
- Близкие к действительности.

«Нелепые» слухи – категория слухов, которая характеризуется явной недостоверностью и неправдоподобностью: «Говорят, скоро не нужно будет работать совсем, будем сидеть дома и получать зарплату!»

Существует и другая классификация, по которой выделяют:

– «Мечты и чаяния» – слухи, отражающие желания и надежды тех, кто является источником слухов.

«Всем сотрудникам после 45 лет будут платить надбавку».

Данные слухи могут, с одной стороны, поддерживать персонал предприятия, не давая развиться отчаянию и панике; с другой, привести к повышенным ожиданиям, что закончится разочарованием и неудовлетворенностью.

– Слухи-«пугала» – возникают на основе страхов, существующих в организации, вызывают беспокойства, опасения, могут посеять панику: «Новый начальник всех сократит и наберет новых сотрудников»

– «Вбивание клиньев» – формируются на основе агрессивного настроения, ненависти. Они наносят урон как репутации предприятия, так и отдельных работников: *«А N говорит, что ты плохо работаешь, и она расскажет об этом начальнику»*

Формы распространения слухов

Направления распространения слухов и сплетен никоим образом не ограничено, не связано с организационной структурой, как в случае с формальными коммуникациями. Наиболее известным видом передачи слухов и сплетен является «виноградная лоза» – процесс передачи информации от одного человека к другому через сеть друзей и знакомых в организации.

Существование неформальных коммуникаций в организациях любого рода (от предприятия в 2 человека до больших корпораций в 1000 и более человек) и их устойчивость кроется в характеристиках слухов и сплетен. В частности:

1) слухи и сплетни не контролируются руководителем. Таким образом, появляется возможность говорить все, что вздумается, обсуждать любые темы;

2) для большинства людей неформальная информация предпочтительней, т.к. по их мнению, она более надежна и больше заслуживает доверия: *«Нам же начальники никогда не скажут правду!»*

3) неформальная коммуникация всегда содержит актуальную информацию, иными словами, обсуждается то, что волнует «здесь и сейчас». Тема будет обсуждаться до тех пор, пока не устареет или не появится еще более свежая сплетня;

4) неформальная коммуникация используется для решения личных проблем сотрудников организации. В организациях работают люди и как бы не хотелось «не приносить» домашние проблемы на работу, это, к сожалению, не получается, поэтому сеть сплетен и слухов разрастается;

5) следующий аспект популярности слухов – это передача яркой и интересной информации. Монотонность работы скрашивается для сотрудников возможностью обсудить «дела сердечные» в курилке.

6) «качество» и правдивость сплетни, слуха зависит от количества вовлеченных человек и их субъективных характеристик. Каждый отправитель сплетни добавляет что-то свое в передаваемую информацию в зависимости от того, что он понял при получении, как относится к объекту сплетен (если негативно, то обязательно будет добавлено нечто еще более усугубляющее, если наоборот сплетню постараются подкорректировать), уровню вовлеченности в сплетню и т.д. Правдивость информации обратно пропорционально числу задействованных в передаче сплетни/слуха людей – правды получается мало, зато какие интересные сообщения получаются, если задействовано большое количество передающих!

7) в качестве последней характеристики нужно указать психологическую особенность слухов, определенную Г.Г. Поцепцовым: «Природа слуха такова, что его трудно удержать в себе. Человек в любом случае старается передать его дальше, а передав, испытывает психологическое облегчение».

Таким образом, после того, как мы рассмотрели сущность неформальных коммуникаций, определили основные виды и характеристики слухов и сплетен, остался один вопрос: что же с ними делать и как реагировать?

С точки зрения организационных неформальных коммуникаций существует три вида групп, которые вовлечены в процесс распространения слухов и сплетен.

Первой группой является распространитель – отправитель сплетни/слуха. Иными словами, что делать, если сплетничаете Вы? Без психологических анализов и морализации о том, что это плохо и недостойно, можно указать следующее:

а) Оставайтесь анонимным. Анонимность слуха оградит Вас от нежелательных последствий и придаст слуху таинственность и не даст возможности сказать: *«Этот N всегда врет, нечего его слушать!»*.

б) Старайтесь распространять похожую на правду правдивую информацию, иначе скоро все, что Вы говорите, будет рассматриваться как ничего не значащая болтовня.

Однако самым главным является совет: НЕ СПЛЕТНИЧАЙТЕ! Заработать себе репутацию клеветника просто, а избавиться практически невозможно. В результате человек, который замечен в распускании слухов и сплетен рано или поздно окажется изгоем вне коллектива.

Второй группой является объект сплетен, то может быть предложено несколько вариантов реакции:

а) игнорировать все то, что о Вас говорят. Сочиняют и разносят сплетни чаще всего недруги, существующие у каждого человека в рабочем коллективе, поэтому просто пропустите мимо ушей;

б) меньше распространяйтесь о своей личной жизни – не давайте основу слухам. Однако полное «информационное голодание» также приведет к появлению выдумок о Вас, поэтому «меньше», но не замалчивайте данную тему совсем. Можно рассказать то, что и так известно (информация в Вашей анкете) или то, что считаете нужным;

в) не пытайтесь опровергать слухи, результатом может явиться еще больший интерес к Вашей персоне. Используйте закон наибольшей полезности: если попыткой опровергать Вы нанесете еще больший урон, оставьте как есть;

г) используйте слухи себе во благо. Если есть возможность, постарайтесь обратить их в свою пользу.

Третьей и последней группой является руководитель. Сеть организационных слухов и сплетен касается руководителя даже в том случае, если не он является объектом разговоров. Неформальные коммуникации зачастую отрицательно влияют на отношения среди персонала, повышают уровень конфликтов, снижают удовлетворенность трудом, вызывают массовую панику (слухи-«пугала») и т.д. В силу этого, руководитель обязан регулировать, управлять слухами.

Существует несколько способов управления слухами:

Первое, профилактика распространения слухов, которая включает:

1. Активное использование формальных каналов коммуникации. Если информация распространяется в организации по официальным источникам, является актуальной и своевременной, то большая группа слухов перестает существовать, т.к. нет необходимости прислушиваться к непроверенным источникам.

2. Отслеживание наиболее «волнующих» тем и исчерпывающее информирование по данным вопросам.

3. Настройка обратной связи. Возможность сотрудников выразить свое мнение по поводу различных вопросов: планов организации, происходящих процессов и т.д. Это можно сделать, организовав Интернет-форум, «ящики пожеланий» и т.п.

4. Использование разнообразных каналов коммуникации, например, одно и то же сообщение можно передать по внутреннему радио, поместить на сайте и досках объявлений, разъяснить на собрании.

Второе, контрмеры уже существующим слухам. Е. Деменко предлагает ряд таких мер:

1. Подтверждение слуха – такая техника позволяет предотвратить развитие слуха и повышает авторитет руководителя среди сотрудников.

2. Опровержение слуха, произведенное официальным представителем с приведением доказательств может исправить ситуацию.

3. «Запуск» контрслуха – информации с противоположным содержанием. Есть вероятность, что новая информация «перекроет» старый слух.

4. Доведение до абсурда – распространение информации, которая утрирует драматизирует ситуацию доводя до нереальных масштабов.

5. Наиболее действенным (и одновременно наиболее сложным) является устранение причин, вызывающих слухи, сплетни. Сложность связана с тем, что иногда невозможно понять: почему человек распространяет слухи? Откуда берет информацию и т.д.

Роль слухов в организации

Анализ сущности слухов, форм их распространения и некоторых методов управления, проведенный с целью выяснения роли слухов в организации, позволил определить, что:

1) слухи и сплетни обнаруживают несовершенство формальных каналов коммуникации, например, отсутствие системы оповещения сотрудников, отсутствие обратной связи и т.д.;

2) они показывают несовершенство организации труда: если у сотрудников есть время на слухи и сплетни, значит у них мало работы и много свободного времени;

3) корпоративная культура организации «терпима» к слухам и сплетням: корпоративная культура – свод неписанных правил, традиций и условий существования в организации, если в корпоративной культуре поддерживается создание и распространение слухов и сплетен (например, руководитель не пресекает распространение слухов, сам обсуждает с сотрудниками слухи и сплетни), то их количество и наносимый ущерб может быть значительным.

Иными словами, широкое развитие сплетен и слухов о организации как индикатор показывает несовершенство официальной системы коммуникации в организации.

Подводя итог, необходимо сформулировать выводы:

во-первых, неформальные коммуникации существуют в любой организации, независимо от размера, сферы деятельности, местоположения и т.д.;

во-вторых, направление и виды неформальных коммуникаций разнообразны и могут меняться в зависимости от того, какая информация по ним передается;

в-третьих, управление неформальными коммуникациями включает рассмотрение трех групп: руководителя, объекта коммуникации и отправителя;

в-четвертых, управление неформальными коммуникациями возможно.

Таким образом, слухи, сплетни являются неистребимым и очень важным аспектом существования организации и, по-видимому, присуще человеческой натуре.

Список используемой литературы:

1. Nonverbal communication // [http://en.wikipedia.org/wiki/ Communication](http://en.wikipedia.org/wiki/Communication).
2. Деменко Е. Слухи как неформальная коммуникация в организации Информационно-новостной портал // PR management communication <http://www.man-com.biz/samoobrazovanie/dlya-pr-menedzhera/sluhi-kak-neformalnayakommunikatsiya-v-organizatsii.html>.
3. Землянова, Л.М. Современная американская коммуникативистика: теоретические концепции, проблемы, прогнозы [Текст] / Л.М. Землянова – М.: Изд-во МГУ, 1995. – 271с.
4. Лапина, Д. Анतिकорпоративная культура: подхалимаж, стукачество, имитация кипучей рабочей деятельности и служебные романы [Текст] / Д.Лапина.– М.: АСТ: Астрель, 2009. – 320 с.
5. Лукичева, Л.И. Управление организацией: учебное пособие [Текст] / Л.И.Лукичева. – М.: Омега-М, 2005. – 360 с.
6. Ольшанский Д.В. Классификация слухов // Центр практической психологии «ПСИ-ФАКТОР» [электронный ресурс] – режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/rumours5.htm>.
7. Ольшанский Д.В. Сплетни и слухи // Центр практической психологии «ПСИ-ФАКТОР» [электронный ресурс] – режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/rumours8.htm>.
8. Организационное поведение: учебник для вузов [Текст] / под ред. Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой. – СПб.: Питер, 2007. – 432 с.
9. Основы теории коммуникации [Текст] / Под. ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2005. – 615 с.
10. Подгурецкий, Ю. Социальная коммуникация [Текст] / Ю. Подгурецкий. – М.: Гелиос АРВ, 2004. – 160 с.
11. Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации: учебное пособие. [Текст] / А.В. Соколов. – СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2002. – 461с.
12. Эффективное деловое общение [Текст] / пер с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 192 с.

ОСОБЕННОСТИ ГЕНДЕРНОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Уфимцева Я. В., студентка

Томский политехнический университет

Научный руководитель: Черепанова Н. В., к.ф.н., доцент

В современном мире увеличивается число женщин, занимающих высокие руководящие посты. Это является одним из результатов изменений экономики и перехода ее на новый уровень. Сегодня, помимо всего прочего, менеджер высшего звена должен уметь слушать, поддерживать своих работников, мотивировать их. Как показывают исследования психологов, именно женщины могут справиться с этими задачами лучше. Изучением этого вопроса занимается такая молодая наука, как *гендерный менеджмент*, которая дает объяснение гендерным различиям применительно к сфере управления. Задачей данной статьи является выявление сущности гендерного подхода в управлении, его применение в настоящее время, в частности в России.

Необходимо точно определить разницу между такими понятиями, как гендер и биологический пол. Многие считают, что такие явные различия между мужчинами и женщинами являются следствием принадлежности к тому или иному полу, и они формируются и развиваются с самого рождения. На самом деле учеными давно доказано, что между мужчиной и женщиной гораздо больше сходств, чем отличий.[2]. Начиная с самого детства и на протяжении всей жизни мы сталкиваемся с множест-

вом ограничений, накладываемых традиционным стереотипным мышлением на психологию мужчин и женщин. Таким образом, разница между полом и гендером заключается в том, что *пол* – это физическая характеристика человека, неотъемлемая и неизменная на протяжении всей жизни, в свою очередь *гендер* отражает психологический пол человека и его формирование происходит на протяжении всей жизни под влиянием внешних факторов, в большей степени общества.[2]

Существует множество ограничений и стереотипов, связанных с поведением мужчин и женщин, с этим можно столкнуться на каждом шагу: реклама по телевизору, газеты, журналы, шутки юмористов, наставления родителей дочерям и сыновьям и многое другое. Мы регулярно слышим о том, что та или иная работа является только женской или чаще только мужской, некоторые виды спорта предназначены для лиц определенного пола, но мы не задумываемся о причинах возникновения таких противопоставлений. Наборы норм, содержащие обобщенную информацию о качествах, свойственных каждому из полов, называются половыми или гендерными ролями, они определяют поведение человека в обществе. Некоторые люди в высшей степени соответствуют физиологическим нормам для соответствующего пола, то есть предельно мужественные мужчины или крайне женственные женщины, у них особо сильна мотивация выдерживать свое поведение в рамках гендерно-ролевых стандартов.

Так многие гендерные отличия, которые мы привыкли считать биологическими, на самом деле вызваны социальными нормами. Мы живем в культуре, где мужчины обычно занимаются одними вещами, а женщины – другими, где гендерные отличия считаются природными; поэтому мы принимаем гендерные нормы и следуем им. Кроме того, тот факт, что гендерные различия стираются из года в год, является еще одним доказательством того, что в них есть что-то помимо чистой биологии.

Многие психологи предлагают совсем отказаться от терминов «мужественность» и «женственность», которые только укрепляют гендерные различия и стереотипы. Но все же от них никуда не деться, и современное общество является слишком большой ведущей силой, оно ставит строгие рамки и не приемлет выхода за их пределы. Оказывая невидимое давление, оно вынуждает нас вести себя соответственно нашей гендерной принадлежности. Изучение гендерных различий в психологии началось еще в конце XIX века, но вплоть до 1970-х годов они в основном демонстрировали различия полов и обосновывали этим разное отношение к мужчинам и женщинам, но необходимо помнить, что даже если такие отличия и обнаруживаются, на самом деле они незначительны, обычно не более 10 %, просто сходства не представляют такого интереса для изучения, как различия.

Как в повседневной жизни, так и в управлении компанией существуют гендерные особенности поведения людей, однако, большинство концепций в изучении данного вопроса в сфере менеджмента до недавнего времени носили слишком критический характер. Происходило четкое разграничение мужской и женской моделей управления, пример этого можно увидеть в таблице 1.[1]

Таблица 1. Сопоставление женских и мужских стратегий управления.

Женские стратегии	Мужские стратегии
склонность к кооперативному сотрудничеству	скорее доминантное поведение в процессе работы в группе
меньшая доля высказываний в разговоре	большая доля высказываний в разговоре
склонность брать на себя задачи поддержки и мотивации в разговоре	более частый перехват инициативы в разговоре, ведение и направление его
открытость, готовность выслушать предложения других, готовность к совместной работе	более частое развитие и воплощение стратегий проведения в жизнь собственных идей
справедливое распределение задач, склонность к работе в группах	развитие и поддержание конкурентных отношений
готовность к дискуссии, поддержка других участников	желание произвести приятное впечатление, отношение к другим участникам разговора как к конкурентам

Если проанализировать эту таблицу, можно увидеть, что некоторые пункты вызывают сомнения. К примеру, рассмотрим последний пункт: на мой взгляд, желание произвести приятное впечатление существует у женщин ничуть не меньше, чем у мужчин, даже в большинстве случаев это является их основным оружием, и именно женщины в настоящее время чаще относятся к своим коллегам, как к конкурентам, так как их к этому принуждают обстоятельства. Можно спросить себя: часто ли мы слышали о женщинах-руководителях мягких, открытых, ставящих на первое место отношения в коллективе, а не достижение максимальных результатов для компании всеми возможными способами?

ми? Вполне возможно, что такой подход действительно имеет место в определенных организациях, но в то же время все знают женщин, поднявшихся на вершину за счет своей жесткой хватки, известных «железные леди», таких как Маргарет Тэтчер, Индира Ганди, Голда Меир, которые были известными политическими деятелями.

Основную проблему традиционного подхода мы можем наблюдать до сих пор. Рассмотрев ситуацию в России, видно, что преобладающее большинство руководящих постов занимают мужчины, в политике женщин на высших должностях и вовсе мало (менее 10%), и все это благодаря сложившимся стереотипам о различиях в мышлениях мужчин и женщин. Чаще всего женщины занимают посты среднего звена или пост вице-президента компании. Кроме того, мужчина у руководящей должности воспринимается, как само собой разумеющееся, женщине же приходится упорно доказывать свое превосходство для получения той или иной должности. Все эти проблемы являются историческими, но их решение во многом опирается именно на нынешнюю эпоху.

Изучение гендерных различий в менеджменте является очень важной задачей, так как это может повысить эффективность работы компании. В одних ситуациях, как показывают исследования, более эффективно действуют женщины, а в других – мужчины. Традиционный взгляд на эту проблему заключается в том, что женщины в своем руководстве ориентируются на отношения из-за того, что они по природе более эмоциональны, а мужчины ориентируются на четко поставленные задачи, так как они обладают настойчивостью и целеустремленностью. Но по мнению российских психологов, такие качества являются лишь личными особенностями человека, и не зависят напрямую от биологического пола.[4]

В рамках гендерного менеджмента рассматривается отсутствие принципиальных различий в мужском и женском стилях руководства, но существуют некоторые особенности, которые обуславливаются разницей психологической структуры личности у мужчин и женщин. Мужской стиль управления наиболее эффективен при решении простых задач, в структурированных ситуациях, а также в ситуациях с высокой степенью неопределенности, а женский стиль более приемлем в обычных повседневных условиях, для мотивации персонала и коммуникаций.

В результате можно сделать вывод, что с точки зрения руководства компанией не должно быть деления на мужчин и женщин, но имеет место мужской и женский стиль управления, которые могут сочетаться в человеке в различных долях независимо от пола. При этом мужчина, который на высоких постах воспринимается, как само собой разумеющееся явление, может применять любой из этих стилей управления, а женщины в, свою очередь, лишены права такого выбора, и для того чтобы пробиться на вершину карьерной лестницы, она вынуждена применять мужской стиль.

Чтобы достичь максимума желаемых результатов, современный руководитель должен обладать равным количеством мужских и женских черт, совмещать в себе то лучшее, что помогает оптимально управлять компанией в различных условиях. Помимо этого для успешного функционирования компании предполагается одинаковое количество женщин и мужчин на всех уровнях управления. На сегодняшний день эту проблему можно рассматривать как достаточно новую, в частности для России, но для повышения эффективности работы организаций и успешного функционирования их на мировом рынке необходимость ее изучения и применения на практике возникает сама собой.

Список используемой литературы:

1. Клаудия Энкельман. Бизнес – дело женское!. – М.:Интерэксперт, 2007.
2. Шон бурн. Гендерная психология. <http://www.i-u.ru>
3. Бюджетная система РФ – Женщины и управление: гендерный подход. <http://www.budgetrf.ru>
4. Мегapolis – Гендерные аспекты менеджмента: женщины и мужчины руководители. <http://www.megap.ru/articles/management>
5. ЦИРЭ – Гендерные особенности стиля управления. <http://www.lerc.ru>

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ МЫСЛЬ ДРЕВНЕГО КИТАЯ В ТРАКТАТЕ СУНЬ-ЦЗЫ

Феденкова А.С., ассистент

Томский политехнический университет

E-mail: koshle@rambler.ru

Стратегическое управление прокладывало себе дорогу непросто, у него были как сторонники, так и противники. Первопричиной противодействия стратегическому подходу издавна и по сегодняшний день является, прежде всего, традиционное для большинства менеджеров сосредоточение внимания преимущественно на вопросах тактического управления.

Такого подхода придерживались и до сих пор реализуют его многие менеджеры, занятые «гражданской» деятельностью. Видимо, не случайно прародителями стратегического управления стали высшие военные чины и мыслители.

Основная черта классического восточного миропонимания выражена в постулате о единстве всех сфер жизни. Все процессы, будь то развитие экономики, политики или же строительство дома, в представлении восточного человека подчинены одним законам. Соответственно, человек, постигший эти базовые законы, «обречён» на успех в бизнесе, личной жизни, да и в любом своём начинании.

За многотысячелетнюю историю развития Китая из корней философских учений выросли науки о государственном управлении, дипломатии и военном искусстве. Многие китайские предприниматели обладают глубокими познаниями в этих областях и с успехом используют их в бизнесе[1].

Одни из первых известных человечеству высказываний по вопросам стратегического управления приписываются китайскому военному мыслителю и полководцу Сунь-Цзы (или Сун-Цзы, около 400-330 гг. до н.э.) и другим древнекитайским полководцам. Несмотря на свою профессию, авторы решили сообщить потомкам как о главном — не о принципах военного искусства, а о проблемах взаимоотношений человека, наделенного властью, и его подчиненных, проблемах эффективности управления массами. Они акцентировали свое внимание на стратегии выживания и преуспевания в среде «особ, приближенных к императору» [2]. Словом, речь шла о стратегии обретения и удержания общественного и карьерного успеха.

«Военная стратегия» Сунь-цзы, получила наибольшее распространение на Западе. Впервые переведенная французским миссионером около двух столетий назад, она постоянно изучалась и использовалась Наполеоном, и, возможно, некоторыми представителями нацистского главнокомандования. В течении двух последних тысячелетий, она оставалась самым важным военным трактатом в Азии, где даже простые люди знали ее название. Китайские, японские, корейские военные теоретики и профессиональные солдаты обязательно изучали ее, и многие из стратегий сыграли немаловажную роль в легендарной военной истории Японии, начиная с VIII века. Больше тысячи лет концепции книги вызвали непрерывные дискуссии и страстные философские дебаты, приковывая внимание весьма влиятельных в различных областях фигур.

Излагая свою военную доктрину, Сунь-Цзы взял за основу выдвинутую школой натурфилософов стихийнодиалектическую идею круговорота, перехода пяти элементов природы друг в друга. В соответствии со стихийно - диалектическими идеями своего времени Сунь-Цзы представлял себе бытие как бесконечный процесс развития, при котором одно явление или состояние переходит в противоположное.

Военные «максимы» Сунь-Цзы (положения, сформулированные в повелительном наклонении) очерчивали типы стратегий и диктовали их выбор в зависимости от соотношения между внешними условиями (прежде всего, силой противника, а также типом местности) и собственным потенциалом, возможностями. Вот один из классических примеров «максим» Сунь-Цзы:

«Если превосходишь противника в десять раз – окружай его...

Если в пять раз – атакуй его...

Если у тебя вдвое больше сил – раздоби войска противника на части...

Если силы равны – сумей с ним сразиться...

Если сил меньше — будь готов отступить...

Если силы во всех отношениях неравные – будь готов уклониться от боя...» [3].

Его целостный подход к ведению войны глубоко аналитичен, требует тщательной подготовки и формулирования общей стратегии перед началом кампании. Повсеместно в "Искусстве войны"

Сунь Цзы подчеркивает необходимость самоконтроля, настаивая на избежании столкновений, без глубокого анализа ситуации и собственных возможностей. Недопустимы спешка и страх или трусость, а также гнев и ненависть, при принятии решений в государстве и при командовании. Кроме того, нужно избегать некоторых тактических ситуаций и типов местности, а при случае поступать так, чтобы они стали преимуществами. Затем, особое внимание следует уделить реализации предопределенной стратегии кампании и применению соответствующей тактики, чтобы победить противника.

Сунь-Цзы, вероятно, был первым, кто высоко оценил роль информационно-аналитической работы в деятельности стратега. За 350 лет до н. э. он выделил следующие пять элементов военного искусства: первое – измерение пространства; второе – оценку количества; третье – расчет; четвертое – сопоставление; пятое – шансы на победу. Он же утверждал: «Кропотливые расчеты – условие победы; недостаточные — возможность поражения. Тот же, кто вообще не делает никаких расчетов, имеет наименьшие шансы на победу» [4]. Не случайно трактат начинается с параграфа «Предварительные расчеты»...

"Искусство войны" Сунь Цзы, донесенное через века до наших дней, состоит из тринадцати глав различного объема – каждая из которых, очевидно, посвящена конкретной теме. Хотя многие современные китайские военные специалисты продолжают считать работу органическим целым, отмеченным внутренней логикой и развитием сюжетов от начала к концу, родство между предположительно связанными пассажами часто трудно установить, или же таковое просто не существует. Тем не менее, основные концепции получают повсеместную и логически выверенную обработку, что говорит в пользу приписывания книги одному человеку, или же духовно единой школе.

Список используемой литературы:

1. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление. – М.: Омега –Л, 2008.- 464 с. [1].
2. Даньшина Е. Ваш подчинённый работает плохо? Попробуйте «терпкую хурму»! // Справочник по управлению персоналом. №6, 2009 [2].
3. "Искусство войны" Сунь Цзы. Режим доступа | Библиотека бизнеса <http://www.rosbuh.ru> [3,4].

РАЗРАБОТКА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Федосеенко Т. В., студент

Томский политехнический университет

E-mail: fedta@yandex.ru

Научный руководитель: Гвоздев Н. И., доцент.

Разработка эффективных управленческих решений — необходимое условие обеспечения конкурентоспособности продукции и организации на рынке.

В общем виде управленческое решение определяет программу деятельности коллектива по эффективному разрешению сложившейся проблемы на основе знаний объективных законов функционирования организации.

Существуют два подхода к определению понятия «проблема».

Во-первых, проблема понимается как расхождение между действительным и желаемым. В жизни организаций такие проблемы возникают, когда цели деятельности организации не достигнуты. Примером подобных проблем является уменьшение ниже допустимого уровня таких показателей, как прибыль, объем продаж, качество товаров или доля фирмы на рынке. Это так называемые проблемы функционирования организации.

Во-вторых, проблема часто понимается как потенциальная возможность развития организации. В этом смысле проблема означает расхождение между действительным и потенциально возможным. В жизни организаций такие проблемы возникают, когда не реализуется потенциал организации, даже если ее дела идут хорошо. Например, если некоторая фирма получила достаточно высокую, однако не максимально возможную прибыль, или если фирма занимает лидирующее положение на рынке, но имеет возможность улучшить его и еще сильнее укрепить свои позиции, то можно сказать, что в деятельности этой фирмы также имеются проблемы, Но это проблемы совсем иного рода. Назовем их проблемами развития организации.

Чтобы выжить в условиях жесткой конкуренции, руководители обязаны не только своевременно распознавать и решать проблемы функционирования организации, но и стремиться к реализации всех потенциальных возможностей.

Организация – это сложная система, поведение которой зависит от большого числа взаимосвязанных и неопределенных факторов. Поэтому определение проблемы – это сложная процедура, которая, в свою очередь, состоит из нескольких фаз и требует принятия промежуточных решений. Среди этих фаз выделяют две основные – выявление и диагноз проблемы.

Первая фаза – выявление проблемы, т.е. определение ее симптомов. Понятие «симптом» означает некоторый признак, который указывает на появление проблемы и понимается как отклонение реальных оценок показателей эффективности организации от желаемых или потенциально возможных значений. Например, к типичным симптомам проблем функционирования коммерческих организаций относятся низкие значения прибыли, объема продаж, качества товаров, производительности труда или, напротив, высокие издержки и текучесть кадров. [3]

Определение симптомов позволяет установить наличие проблемы, но не отвечает на вопрос о причинах ее возникновения. Поэтому необходима вторая фаза — диагноз проблемы, т.е. установление причин ее возникновения. Поскольку в общем случае проблема понимается как снижение эффективности организации, то ее причину следует искать среди факторов, которые влияют на эффективность операций в этой организации. Сбор полезной и достоверной информации о значениях этих факторов и составляет сущность процесса диагноза проблемы. Конечная цель диагноза - выявить управляемые факторы, на которые должен повлиять руководитель, чтобы решить проблему.

Следующим этапом является поиск, оценка и выбор альтернатив. Обычно сформулированная цель принятия решения может быть достигнута разными способами, из которых требуется выбрать наилучший или хотя бы достаточно хороший.

Как показывает практика, обычно для серьезного рассмотрения руководители ограничивают число вариантов выбора всего несколькими альтернативами, которые представляются им наиболее интересными и реалистичными.

Для удовлетворения этих требований при формировании множества альтернатив целесообразно придерживаться следующих рекомендаций.

Во-первых, путем анализа всех ограничений необходимо выделить множество допустимых решений. Исключение из рассмотрения недопустимых или практически нереализуемых вариантов, которые не удовлетворяют хотя бы одному из установленных ограничений, позволяет резко сократить исходное множество альтернатив. Очевидно, что решение проблемы всегда находится среди допустимых вариантов выбора.

Во-вторых, множество допустимых решений может оставаться достаточно обширным, что затрудняет анализ и сравнение альтернатив. Поэтому это множество подвергается дальнейшему сокращению путем исключения таких вариантов, которые, по мнению лица, принимающего решения (ЛПР), «очевидно непригодны» с точки зрения цели принятия решения. Обычно для этого ЛПР использует интуицию, логические суждения или эвристические правила, например стратегию «удаления по аспектам», когда из рассмотрения исключаются альтернативы с очень низкими оценками по отдельным атрибутам (показателям). Например, рассматривая возможных кандидатов для назначения на должность, руководитель может сразу вычеркнуть тех, кто не имеет достаточного опыта работы, невзирая на их преимущества перед остальными кандидатами.

В-третьих, среди оставшихся альтернатив следует исключить такие, которые на первый взгляд заслуживают внимания, но при более детальном анализе оказываются заведомо хуже, чем какое-либо другое решение. Оставшиеся альтернативы называются эффективными, и только среди них следует искать оптимальное или удовлетворительное решение. [8]

Полезным инструментом для разработки альтернатив могут стать методы поиски идей, которые зародились в теории решения изобретательских задач и успешно применяются для решения проблем организации. Отметим среди них такие методы, как мозговой штурм, синектика и морфологический анализ. [9]

Каждая альтернатива обладает определенным набором свойств, называемых атрибутами. Эти свойства характеризуют достоинства и недостатки альтернатив либо их общую ценность для ЛПР. Следовательно, чтобы сравнить альтернативы между собой и принять решение, ЛПР должно получить оценки всех или наиболее важных атрибутов.

Состав и содержание атрибутов зависят от природы объектов, выступающих в роли альтернатив. В действительности атрибуты описывают не сами альтернативы как таковые, а последствия, связанные с их выбором. Поэтому можно сказать, что оценивание альтернатив — это оценивание их

последствий. Основная трудность при этом заключается в том, что оценки каждого возможного решения требуется получить до того, как оно будет принято и реализовано. Поэтому возникает интересное противоречие. Чтобы принять решение, необходимо оценить все альтернативы. Однако сделать это мы можем только после их реализации, а должны гораздо раньше — перед тем, как принять решение. Единственный способ разрешить указанное противоречие — построить модель процесса реализации решений.

Реализация решения – это некоторая операция, направленная на достижение цели организации. Причем проведение этой операции может потребовать принятия множества других решений, обеспечивающих выполнение «главного» решения. Первым шагом на пути реализации любого управленческого решения является его согласование и утверждение.

Заключительным этапом разработки и реализации решения является контроль. При помощи контроля руководство организации определяет правильность своих решений и устанавливает потребность в их корректировке. [2]

Проведенный в свое время в США анализ практики принятия решений показал, что неуспех принятых решений на 26 % обусловлен неуделением должного внимания постановке целей, на 35 % — выбору альтернатив, на 25 % — ресурсному обеспечению. Только 13% неудач было обусловлено другими причинами.

Можно в какой-то мере говорить об универсальности алгоритма рассмотренного процесса принятия решения. Однако в различных школах управления уделяется разное внимание отдельным этапам данного процесса, использованию конкретных методов обоснования решения. Хотя процесс решения проблемы состоит в разных моделях из определенного числа этапов, фактически число этапов определяется самой проблемой.

Список используемой литературы:

1. Голубков Е. П. Технология принятия управленческих решений/ Е. П. Голубков. – М.: «Дело и сервис», 2005.
2. Дафт Р. Менеджмент. 6-е изд./ Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2004.
3. Друкер, Питер Ф. Эффективный руководитель: пер. с англ.- М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007.
4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: пер. с англ.- М.: «Дело», 1992.
5. <http://www.aup.ru/books/m26/6.htm>
6. <http://bonds.finam.ru/materials/events/rqdate7D7060F/default.asp>
7. <http://www.inventech.ru/lib/sociolog/sociolog0016/>
8. <http://www.mevriz.ru/articles/2003/2/1123.html>
9. <http://oknemuan.ru/?p=1&id=1>

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗа НА ОСНОВЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

Федотова Е. С., студентка

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: evderyabina@ms.tusur.ru

Научный руководитель: Дерябина Е. В., к.э.н., доцент

Одним из путей повышения качества учебного процесса в ВУЗе и усиления заинтересованности обоих субъектов обучения в непрерывном самосовершенствовании может быть пересмотр процедуры оценивания работы профессорско-преподавательского состава и модернизация системы повышения квалификации.

Ректораты российских университетов, руководство кафедр и отделы кадров по работе сотрудниками сталкиваются с постоянными трудностями по определению соответствия уровня квалификации того или иного преподавателя его должностному положению. Эти проблемы возникают при оформлении новых сотрудников на работу в вуз, при их аттестации, оценке профессионального мастерства, должностном продвижении.

Существуют следующие предельно обобщенные и обезличенные критерии оценки преподавателей ВУЗа:

- образование (не менее высшего);
- наличие/отсутствие ученой степени;
- наличие/отсутствие ученого звания;
- длительность трудового научно-педагогического стажа.

Все вышеизложенные критерии оценки и тарификации преподавателей (за исключением длительности стажа работы) основываются на единожды приобретенных показателях. Безусловно, наличие ученых степеней и званий вызывает должное уважение, но эти факторы не всегда отражают педагогическую культуру преподавателя, нацеленность на постоянное самообучение и совершенствование.

Что же касается стажа научно-педагогической работы, то этот критерий еще более расплывчат в определении профессионального мастерства и эффективности работы преподавателя. Ведь работать можно долго, но не качественно, только выполняя утвержденную программу, но, не выходя за ее границы, не проявляя творчества, не занимаясь научно-исследовательской и воспитательной работой. [1]

По мнению Исаевой Т.Е., при оценке работы преподавателей, не имеющих ученых степеней и званий, но проработавших в вузе достаточно долгий период, их деятельность не имеет никакой ценности для университета, так как высшее учебное заведение обычно аттестуется по числу (%) докторов, доцентов, профессоров, кандидатов наук, аспирантов, полученных патентов, изданных монографий, публикаций и участию в конференциях.

Исследования ученых, опубликованные в научных журналах, показывают, что обычно деятельность преподавателей, профессионально-нормативные показатели, которых соответствуют 9-13 разрядам, имеет следующий характер:

- их вклад в научную работу кафедры проявляется в основном в форме участия в конференциях, совещаниях, семинарах внутривузовского масштаба, без выступлений и публикаций научных статей;
- повышение квалификации они предпочитают проходить в форме получения дополнительных знаний;
- учебно-методическая работа принимает форму разработки и написания учебно-методических пособий;
- в сфере воспитательной работы они имеют определенные результаты, так как являются кураторами студенческих групп, активно помогают молодежи в проведении культурно-массовых, спортивных, гуманитарных мероприятий, но не особенно выделяются по показателям самообразования, самовоспитания и т.д. [2]

Таким образом, по мнению большинства исследователей, для преподавателей со стажем необходимо учитывать следующие критерии оценки деятельности:

- их участие в организационно-методической работе, разработке новых программ и методических пособий;
- оказание консультационной помощи молодым коллегам, посещение их занятий и проведение комплексного анализа;
- проведение воспитательной работы со студентами, оказание им помощи в организации внеучебной деятельности по своим дисциплинам и культурно-массовых, спортивных мероприятиях, выполнение обязанностей кураторов студенческих групп;
- развитие и укрепление связей между кафедрами вуза и университетами региона.

Что же касается критериев оценки деятельности молодых преподавателей (со стажем до 10 лет) к основным критериям должны быть отнесены:

- повышение качества профессиональной деятельности, развитие педагогической культуры;
- приобщение к научно-исследовательской работе;
- участие во взаимопосещении занятий, анализе и обсуждении открытых лекций;
- регулярное предоставление анализа современных научных и методических изданий, самообразование в различных формах;
- стремление к поступлению в аспирантуру, сдача кандидатских экзаменов, написание научных статей и т. д. [2]

Исследование нами зарубежных подходов к оценке деятельности преподавателя, показывает, что участие в научно-исследовательской работе и эффективность преподавания не являются единственными компонентами, а рассматриваются как системообразующие.

К примеру, в США преподаватель выполняет целый ряд общественных поручений, принимает активное участие в организации общественной и спортивной жизни.

При наличии общегосударственных требований к профессионально-педагогической культуре преподавателя в каждом отдельном высшем учебном заведении США происходит их конкретизация и расставляются акценты. Среди наиболее значимых аспектов деятельности университетского преподавателя обычно называют: педагогическое мастерство, результаты научного исследования, отношение к работе, уровень профессионализма, прошлые заслуги, мотивированность использования отдельных методов обучения. Иногда при оценке качества работы сотрудника используются формальный и неформальный рейтинг преподавателя среди коллег и студенческой аудитории, стремление к совершенствованию, внедрение инновационных технологий, участие в конференциях и другие факторы.

Однако, по мнению ученых, специально исследовавших подобную «разбросанность» в интересах американских преподавателей в вузах США утрачивается единство целевой установки высшего образования, что влечет за собой подрыв основной идеи стандартизации всей системы. [3]

В классических Британских университетах система оценки деятельности преподавателей сложилась несколько столетий назад. Ее основными компонентами являются процедуры назначения на должность, рецензирования учебно-методических пособий, повышения квалификационного разряда и получения права на постоянную работу в учебном заведении.

Реформирование в 80-х годах системы оценки повлекло за собой значительное ужесточение требований к кандидатам на замещение вакантных должностей и продвижение по служебной лестнице. Каждый университет получил право разработать свою схему учета и контроля деятельности преподавателя. Наряду с объективными критериями (высокой ученой степенью, длительным педагогическим стажем и обширным списком научных публикаций) большое значение имеет ориентированность сотрудника на совершенствование качества своего труда, личностный рост, перспективность его научной деятельности, а также выбор лиц, дающих письменную характеристику кандидатам, субъективное мнение специализированного комитета, составленное по результатам собеседования с кандидатом.

Однако в Великобритании предпочтение в оценке деятельности университетского преподавателя отдается в основном заполнению разного рода формуляров, отражающих его активность, и привлечению внешней экспертизы. [3]

Анализ отечественного и зарубежного опыта функционирования систем высшего образования позволяет сделать следующий вывод: изменение роли преподавателя и характера его труда в условиях формирующегося информационного общества заставляет по-новому взглянуть на проблемы развития личности педагога, модернизации системы профессиональных знаний и совершенствования его методического мастерства. Такие элементы его профессионально-педагогической культуры как постоянное стремление к повышению качества своей деятельности, результативность используемых методов обучения и воспитания, работа по самообразованию и самосовершенствованию рассматриваются сегодня не просто как достижения отдельных индивидов, а как требования, способные обеспечить поступательное развитие общественных отношений, научно-технический и социальный прогресс.

Список используемой литературы:

1. Крылов Э.И., Власова В.М. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов предприятия и расходов на оплату труда. Учебное пособие: Изд-во Финансы и статистика. 2006 г.
2. Востриков А. Аудит и оценка качества: вопросы и проблемы // («Вестник высшей школы»). 2002. № 6.
3. Аавиксоо Я. Обеспечение качества: неортодоксальный взгляд на проблему // («Вестник высшей школы»). 2002. № 6.

РАЦИОНАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА НА ОСНОВЕ МЕТОДА «5 S» – ПРОГРЕССИВНОЙ ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО РАБОЧЕГО МЕСТА

Федяева А.Е., студентка

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: aefedyaeva@gmail.com

Научный руководитель: Дерябина Е.В., к.э.н, доцент

При создании эффективного конкурентоспособного производства в условиях жесткой конкуренции и нестабильности среды особое значение имеет рациональная организация всех рабочих мест на предприятии, как важное условие повышения эффективности труда. Поэтому в современных условиях необходимо рассматривать многовариантный системный подход к организации труда. В современной экономике организация труда занимает особое место и является объектом повышенного внимания, как со стороны ученых, так и со стороны менеджеров высшего звена.

Исследуя различные подходы отечественного и зарубежного опыта организации труда, в современных подходах выделяется новое направление в России, основанное на японской системе рациональной организации рабочего места «5S».

Специфичностью подхода к организации труда по системе «5S» является изменение поведения и образа мышления работника, воспитания у работника уважения к порядку и дисциплине. Все это может появиться только, если работник привыкнет к каждодневному выполнению элементарных требований, которые описаны в данной системе.

Основной целью японской методики рациональной организации рабочего места по системе «5S» является повышение производительности труда и качества продукции через оптимизацию рабочего места, снижение несчастных случаев в производстве, создания комфортного психологического климата, т.е. создания эффективного производства. Таким образом, целью данной статьи является рассмотрение системы «5S», как технологии создания эффективного рабочего места.

Система «5S» названа так, по 5 основным понятиям, которые рассматриваются как направления рациональной организации труда:

- * Seiri – сортировка;
- * Seiton - соблюдение порядка;
- * Seiso - содержание в чистоте;
- * Seiketsu – стандартизация;
- * Shitsuke – совершенствование.

Взаимосвязь элементов системы 5 S представлена на рисунке 1.



Рис.1 – Взаимосвязь элементов «5S» для эффективного создания рабочего места.

Направлением группового проектного обучения является организация труда, поэтому данный подход детально исследовался по каждому направлению.

«Сортировка» предполагает, что все предметы, находящиеся на рабочем месте, в том числе в шкафчиках, на столах и под столами, должны быть рассмотрены с точки зрения их необходимости на рабочем месте. Все сотрудники вовлекаются в сортировку и выявление предметов, которые должны быть немедленно вынесены, утилизированы; перемещены в более подходящее место для хранения.

«Соблюдение порядка» означает что, те предметы, которые решено оставить на рабочем месте, должны быть хорошо организованы. В целях рационализации процессов и сокращения производственного цикла крайне важно всегда оставлять нужные предметы в одних и тех же местах. В противном случае, если производство организовано по сменам, рабочие разных смен каждый раз будут класть инструменты, документацию и комплектующие в разные места. Это – ключевое условие минимизации затрат на непродуктивные поиски. Чтобы сразу выявить неправильно размещенные или потерянные инструменты и принадлежности, необходимо использовать стеллажи, шкафы с обозначенными контурами и названиями предметов, которые должны там находиться.

Для того чтобы создать эффективное рабочее место при котором предотвращается потеря времени на лишние перемещения существует 4 правила расположения вещей:

- 1) на видном месте;
- 2) легко взять;
- 3) легко использовать;
- 4) легко вернуть на место.

«Содержать в чистоте» – значит обеспечить оборудованию и рабочему месту такую опрятность. Лучший способ обнаружить поврежденные поверхности и неисправности оборудования – содержать их в совершенной чистоте. Уборка в начале и/или в конце каждой смены обеспечивает немедленное определение потенциальных проблем, которые могут приостановить работу или даже привести к остановке всего участка, цеха или завода. Стершиеся разметки на местах хранения оборудования и материалов необходимо регулярно обновлять, а обозначения опасных зон, маркировки качества и другие производственные индикаторы сделать чистыми и разборчивыми. Необходимо составить специальный контрольный лист, описывающий все места, подлежащие контролю и регулярной уборке. Это поможет всем вовлеченным в процесс лучше понять новые требования и соблюдать их.

Порядок действий при поддержании чистоты:

- 1) следует разбить линию на зоны, создать схемы и карты с обозначением рабочих мест, мест расположения оборудования и т. п.
- 2) далее определяется специальная группа, за которой будет закреплена зона для уборки.
- 3) после определяется время проведения уборки.

«Стандартизация» – подразумевает создание стандартов чистоты оборудования и рабочих мест, закрепленных в понятных и простых контрольных листах, которые заполняются и подписываются рабочими.

«Совершенствование». Данный принцип подразумевает не только обеспечение соблюдения установленных графиков уборки и поддержания порядка, закрепленного в стандартах, но и его постоянное совершенствование. Причем постоянные улучшения проводятся совместными усилиями рабочих и руководства. Рассмотренная нами система «5S» приведет к повышению эффективности на рабочих местах, результаты внедрения системы просматриваются по направлениям, представленным на рисунке 2.

Несмотря на кажущуюся простоту, внедрение системы «5S» требует довольно значительных усилий, и в первую очередь от управляющего персонала. 5S – это методика рациональной организации рабочего места, которая значительно повышает эффективность и управляемость операционной зоны, улучшает организационную культуру, помогает повысить производительность труда рабочих, снижает количество брака, а в конечном итоге экономит время и деньги компании. Это система вовлечения всего коллектива в регулярную деятельность по наведению порядка, чистоты и укреплению дисциплины на рабочем месте.



Рис.2 – Основные результаты внедрения «5S».

Список используемой литературы:

1. Томас Фабрицио, Дон Теппинг. 5S для офиса. Как организовать эффективное рабочее место// Изд-во: Институт комплексных стратегических исследований. 2008.
2. Хироюки Хирано 5S для рабочих: как улучшить своё рабочее место. Группа разработчиков Productivity Press - на основе Хироюки Хирано. М. Изд-во ИКСИ. 2007

УПРАВЛЕНИЕ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Хасанов Т. Х., студент, Погосян В. А., студент

Томский Политехнический Университет

E-mail: intomsk@gmail.com

Научный руководитель: Андреева О. В., старший преподаватель

Электронная коммерция широко известна, как E-commerce (электронный маркетинг), состоит из покупки и продажи товаров или услуг через электронные системы, такие как Интернет и другие компьютерные сети. Количество сделок, совершаемых в электронной форме, чрезвычайно возрос с широким использованием сети Интернет. Торговля ведется таким образом, чтобы было стимулирование и вовлечение инноваций в перевод электронных средств, управление цепочками поставок, интернет-маркетинг, онлайн-обработке транзакций, электронный обмен данными (ЭОД), систем управления запасами, а также автоматизированных систем сбора данных. Современная электронная коммерция как правило, использует World Wide Web, по крайней мере на какой-то момент жизненного цикла сделки, хотя она может охватывать более широкий спектр технологий. Электронная торговля базируется на некоторых общих принципах:

I. Основные принципы в управлении e-коммерции.

Менеджмент e-коммерции является проблемой, которая привлекает большое внимание во всех странах по всему миру. В Соединенных Штатах, где электронная торговля является наиболее передовой и быстро развивающейся, это создает новые проблемы для всей экономики и общества, особенно для органов государственного управления, что объясняет, почему правительство США придает этому большое значение. Во второй половине 1996 года, Министерство финансов США издало руководство *white book* по теме *The Selective Taxation Policy on Global E-commerce*. В конце 1996 года президент Клинтон предложил создать межведомственную организацию для управления и координации в области электронной коммерции - The U. S. Government Working Group on Electronic Commerce, которая была поставлена во главе разработки политики, по вопросам электронной торговли и координации и контроля за их соблюдением в соответствующих государственных организаций. 1 июля 1997 года президент Клинтон издал *A Framework for Global Electronic Commerce*, в которой излагаются основы политики федерального правительства США в отношении электронной торговли,

и тем самым создает положительное влияние на развитие электронной коммерции в США и других стран [1, С. 38].

Столкнувшись лицом с быстро развивающейся е-коммерцией, Китай активизировал свою работу по управлению электронной коммерции. Уже в 1997 году была проведена Национальная конференция по информационной работе в Shenzhen. В феврале 1998 года была проведена встреча руководителей управления информацией, на уровне провинций, префектур и городов. На котором было предложено, что использование информационных технологий в областях, районах и предприятиях должны быть в равной степени акцентированы. Правительство и предприятия придают большое значение использованию информационных технологий в различных сферах. Оно связано также с реструктуризацией экономики и трансформации общества, и поэтому это вопрос жизни и смерти для страны. Руководствуясь этим, е-коммерция включена в список основных задач построения информационных технологий. Именно поэтому правительство пытается создать благоприятную среду и активно способствует созданию основы развития электронной коммерции с китайской спецификой, хотя основная инфраструктура еще не готова [4, С. 23].

Разные страны мира имеют некоторые общие принципы управления электронной коммерцией. Эти принципы играют важную роль в поддержании и укреплении здорового развития электронной коммерции. Развитие должно быть основано на частных организациях, и должна определяться рынком. Неоправданных ограничений следует избегать. Правительство должно играть особую роль по созданию макроэкономических условий и обеспечению руководства, в целях продвижения и содействия развитию электронной торговли.

Следует выделить международную координацию в развитии электронной коммерции. Внимание должно быть уделено созданию координационных центров развития электронной торговли для обеспечения ее стабильного развития и прогресса, шаг за шагом. Принцип последовательности. Поощрение талантливых кадров в области электронной коммерции является ключом к успеху.

II. Стандарты и правила электронной коммерции.

Проблемы электронной коммерции привели к разработке стандартов и правил традиционной торговли.

Одним из эффективных способов управления е-коммерцией – это стандарты и правила. Из-за е-коммерции возникли проблемы во многих стандартах и правилах, которые используются в традиционной торговле. Виртуальная среда электронной коммерции привела к изменению в правилах и стандартах традиционной торговли. Для е-коммерции требуются другие правила и стандарты, чем у традиционной торговли. Во-первых, с точки зрения применения правил и стандартов, правила традиционной торговли применяются на относительно концентрированные группы и сравнительно их легко контролировать, ограничивать и защищать некоторые объекты их коммерческих операций. Это происходит потому, что квалификация участников торговли ограничена в традиционной торговле. В традиционной торговле не каждый может стать дилером и принять участие в коммерческой деятельности. Таким образом, традиционные торговые правила и стандарты относительно узкого применения, и это делает традиционную торговлю весьма управляемой. В сфере электронной торговли, требования к входу гораздо менее строгие. Различные формы электронной коммерции, такие, как B2B, B2C, G2B, G2C и C2C пользуются популярностью в сети.

Новые стандарты и правила, необходимые для электронной коммерции.

Электронная торговля может рассматриваться в качестве специальной отрасли национальной экономики. Она нуждается в мощных и эффективных правилах для контроля и регулирования рыночной среды в целях обеспечения вновь появившейся торговой формы быстрого, безопасного и здорового развития в соответствии со своими правилами [2, С. 80-88].

III. Защита прав интеллектуальной собственности и частной жизни в электронной коммерции.

В е-коммерции широко используются компьютерные сети и цифровые технологии. Сочетание человеческого интеллекта и высокая скорость компьютера эффективно удовлетворили потребности людей в выполнении различных коммерческих действиях. Электронная коммерция в сети добилась определенного распределения виртуальных товаров (услуг). Ведение переговоров, заключение договоров, заказ и прием товара - все делается по компьютерной сети. Это вызвало новые проблемы в области защиты интеллектуальной собственности. Права интеллектуальной собственности и международной "интеграции". Закон об авторском праве и защите авторских прав в Интернете. Конфликт между регистрацией имен сайта и прав на товарный знак.

IV. Безопасность электронной коммерции

Продуктивность развития электронной торговли зависит от безопасности электронной коммерции. Проблемы безопасности электронной коммерции имеет две стороны: технологическую и системную. Обе стороны являются независимыми друг от друга, и тем не менее могут быть объединены для совместной работы. Ни одна из них, когда работают в одиночку, не сможет решить проблемы безопасности электронной коммерции. При дальнейшем развитии электронной коммерции и углубления научно-исследовательской работы на проблемы безопасности, будет достигнут прогресс по обе стороны. Технологические проблемы безопасности электронной коммерции. В настоящее время механизм безопасности е-коммерции прошел технологические испытания эффективности и надежности, и превратился в международный стандарт в отрасли. Брандмауэр, кодификации, цифровые подписи, идентификации и аутентификации (цифровой сертификат, Authentication Center), международный стандарт безопасности по электронной торговле.

Подводя итог вышесказанного можно сказать, что с появлением Интернета, ускорилось развитие е-коммерции высокими темпами. Тем не менее если изучить подробнее е-коммерцию, то можно выявить некоторые проблемы, которые требуют решения. Электронная коммерция должна быть стандартизированная и управляемая. Развитие и практика электронной коммерции должны удовлетворять потребности новых разработок. Управление электронной коммерцией должно базироваться, как на технологических, так и системных уровнях. Это проблемы системного уровня, так как должны быть соответствующие системы. Другие меры должны быть введены в систему так, чтобы они могли объединиться и работать вместе. Проблема будет решена, если следовать принципу управления, начиная, с законов и правил электронной коммерции. Однако, мы должны также знать, что управление электронной коммерции - сложная проблема, поскольку она вовлекает в себя традиционную и новую экономику, и решение конфликта между электронной коммерцией и традиционной торговлей, и созданием новой интернет-системы торговли. К тому же, электронная коммерция развивается быстро, поэтому управление электронной коммерцией должно быть гибким. Есть надежда, что все люди, которые интересуются управлением электронной коммерции, примут участие в обсуждении и поспособствуют стандартизации управления электронной коммерции в России.

Список используемой литературы:

1. Wu, Jiawei "Information Industry and E-commerce" in Information Economy and Knowledge Economy Economic Science Press, 1999.- P. 236.
2. Li, Qi, "Basic Theory of E-commerce" Reform Press, 2001 – P. 152.
3. Li, Qi, "Trade on the Internet" Changchun Publishing House, 2000 – P. 90.
4. Li, Qi, "General Introduction to E-commerce" China Commerce Press, 2000 – P. 178.
5. Frieden, Jonathan D.; Roche, Sean Patrick, "E-Commerce: Legal Issues of the Online Retailer in Virginia", Richmond Journal of Law & Technology, 2006 – P. 40.

**ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ
ИНСТРУМЕНТОВ МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ
ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО
КОМПЛЕКСА**

Хлебников Е. Н., аспирант

Сибирский Федеральный Университет (г. Красноярск)

E-mail: hlebnikoff86@yandex.ru

Научный руководитель: Улина С. Л., к.э.н., доцент

Происходящая интеграция российской экономики в мировое экономическое сообщество, развитие полноценных товарно-денежных отношений обусловило проникновение рыночных принципов и методов хозяйствования в одну из базовых отраслей народного хозяйства России – в энергетику.

Целью производимых преобразований в российской энергетической отрасли является формирование таких условий хозяйствования предприятий энергетического комплекса, которые стимулировали бы их к повышению эффективности и инвестиционной привлекательности своей деятельности в развивающейся конкурентной среде, которая предъявляет свои требования к ведению бизнеса.

Активно после начала реформирования российской энергетической отрасли стало рассматриваться ее развитие на основе анализа современных тенденций и прогнозов развития антропогенной

энергетики и конъюнктуры мировых рынков топлива. Рассмотрены предпочтительные сценарии развития топливно-энергетического комплекса мира и России на период до 2030 года [1]. В рамках этих прогнозов учеными выделяются мировые тенденции технологического прогресса в энергетике, их обусловленность достижениями других областей знаний и особенности проявления в энергетике России. При этом горизонт прогнозирования расширен до 2050 года, видение которого требуется в энергетике (как одной из самых инерционных сфер человеческой деятельности) для своевременной подготовки фундаментального научного задела по всему фронту наращивания знаний.

Сейчас, когда управление энергетическим комплексом России переходит на иную качественную ступень, все более трансформируясь из управления в условиях «естественной» монополии в управление на основе познания и практического применения экономических законов рыночных отношений, необходимы углубленные исследования и изменения в существующей системе управления, переход к использованию на предприятиях энергетического комплекса понятного для бизнеса набора рыночных инструментов управления, среди которых сегодня заметную роль играют системы управления эффективностью и менеджмента качества. Они, как современная основа управления, предоставляют в своем действии поле индикаторов выполнения ключевых целей, однако довольно сложны и последовательны в своем внедрении, поэтому для выбора системы управления эффективностью необходим глубокий анализ как самих систем, так и условий хозяйствования на предприятиях энергетического комплекса – необходим последовательный методический подход.

Зарубежный опыт показывает, что переход к рыночным принципам функционирования в энергетике, при грамотном управлении процессом либерализации экономических отношений в этой сфере, ведет к существенному росту заинтересованности инвесторов во вложении средств в энергетическую отрасль. Поэтому был выбран вектор движения отечественной энергетики в сторону повышения ее коммерциализации, поэтому необходимо, критически осмыслив зарубежный опыт, двигаться в обозначенном направлении эволюционно, проходя определенные этапы становления рыночных взаимоотношений.

На начало 2010 года уже завершился важный этап реформы российской энергетики – проведение реструктуризации отрасли и приватизация ее ключевых активов, а также прекратило существование ОАО «РАО ЕЭС России».

Несмотря на то, что реформа энергетики – это скорее «процесс», чем «проект» в последнее время появилось множество оценок преобразований в отрасли. Официальная оценка [2] фиксирует огромный объем работы, проведенной за 2001–2008 г.г., по формированию новой отраслевой нормативно-правовой базы (17 федеральных законов, 42 постановления и 30 распоряжений Правительства РФ), значительные структурные изменения и масштабные частные инвестиции, которые были привлечены в отрасль (797,51 млрд руб.).

Экспертные оценки колеблются от умеренно-оптимистических [3] до жестко-критических отзывов [3,4]. Первые концентрируются на рисках дальнейшего процесса реформирования (замедление либерализации, изменение модели энергорынка, избыточное государственное регулирование), а вторые делают акцент на технические и организационные проблемы электроэнергетики (снижение резервов, рост потерь в сетях и удельных расходов топлива на станциях, снижение эффективности системы управления).

Достижение 2009 года в регулировании отрасли – возвращение к вопросу перевода сетевых компаний на RAB (Regulatory Asset Base – регулируемая база задействованного капитала). Долгосрочный тариф RAB, основанный на норме возврата вложенного капитала, в отличие от действовавшей до настоящего времени системы «затраты плюс», дает сетевым компаниям возможность привлекать кредиты, а не просить денег у государства. Сам факт перехода на RAB вызывает оптимизм у участников рынка и инвесторов, и, если государство все-таки решится приватизировать сетевые компании (МРСК), они станут одним из самых привлекательных для вложений секторов отрасли.

Сам факт перехода на RAB вызывает оптимизм у участников рынка и инвесторов, ведь ФСК и «Холдинг МРСК» получили инструмент для самостоятельного обновления и увеличения своих фондов. Если государство все-таки решится приватизировать распределительные сети, они станут одним из самых привлекательных для вложений секторов отрасли.

Использование успешного зарубежного опыта происходит постепенно, и RAB является не единственным примером применения современных западных методов управления. Это логично, так как для перехода к использованию на предприятиях энергетического комплекса понятного для бизнеса набора рыночных инструментов управления, требуется существенное изменение навыков и умений управления, использование соответствующих рыночных инструментов и методов менеджмента.

Овладение современными методами и инструментами менеджмента и применение их в современных условиях хозяйствования предприятий энергетического комплекса становится необходимым и чрезвычайно актуальным, поэтому необходимо развивать методическую базу к формированию комплексной системы управления эффективностью – как связующего звена к полному использованию рыночного инструментария.

Наиболее прогрессивно сейчас внедряются комплексные системы управления эффективностью организаций и другие подобные инструменты менеджмента, которые замыкают на себе основные функции управления: планирование, организацию, контроль и мотивацию. Они являются одним из самых перспективных резервов повышения не только производительности и качества труда, но и работы всей организации. Поэтому исследуются отечественными и зарубежными специалистами в области управления многие годы.

Однако российским компаниям не довелось функционировать в тех условиях, которые создавали объективные предпосылки для появления того или иного инструмента. Но, несмотря на это, отечественные предприятия являются активными пользователями этих инструментов, ориентируясь при выборе на отраслевые стандарты, опыт наиболее успешных компаний в смежных отраслях, и просто на наиболее популярные методики менеджмента.

Большинство современных исследований сосредоточено на применении зарубежных методик, технологий, в которых довольно часто не принимаются во внимание национальные особенности российского управления и конкретно предприятий энергетического комплекса. Это для них является сегодня актуальной проблемой, требуются дополнительные исследования концепций проектирования систем управления эффективностью для применения в российских условиях.

Работы зарубежных экономистов были написаны для условий национальных экономик, конкретных предприятий, поэтому не адаптированы к российским условиям применения концепций проектирования систем управления эффективностью, которые еще надо выяснить, или сложны и не конкретны в форме своего описания, что делает их недоступными для руководителей-практиков. Не понимая необходимых условий, значимых для применения концепции, а также назначения и механизма самой концепции менеджер может столкнуться с множеством трудностей и, в конечном счете, отказаться от ее реализации.

Например, к концепциям, которые сложны и (или) не конкретны в форме своего описания в русскоязычных СМИ, относят французскую концепцию *Tableau de bord* (Панель управления), появившуюся в 1932 г.; концепцию *Performance Pyramid* (Пирамида деятельности компании), появившуюся в 1990 в США, авторы: С. J. McNair, R. L. Lynch, K. F. Cross; концепцию *Strategic maps* (Модель стратегических карт, США, 1992), автор Lawrence S. Maisel; концепцию *Effective Progress and Performance Measurement* (Оценка эффективности деятельности и роста, США, 1993), авторы: Christopher Adams и Peter Roberts, и концепцию *Total Performance Scorecard* (Универсальная система показателей деятельности, Нидерланды-Канада, 2003), автор Hubert K. Rampersad.

Ярким примером важности понимания необходимых условий, значимых для применения, являются концепции проектирования систем управления эффективностью, как систем создания ценности организации, ориентированных на фондовый рынок, который в России слабо развит, и поэтому они могут использоваться с иной целью. К ним относятся *Value Based Management* (Ценностно-ориентированное управление), автор A. Rapoport и *Integrated EVA Scorecard* (Интегрированная экономическая добавленная стоимость), авторы: J. Stern, B. Stewart.

Другим примером важности понимания назначения и механизма самих концепций и необходимых условий, значимых для применения, являются концепции проектирования систем управления эффективностью как систем управления качеством, которые сводятся к обобщенной модели идеальной системы управления для организаций, основанной на философии всеобщего качества, учитывающей интересы всех заинтересованных сторон организации.

Данные модели достаточно широко описаны, однако сложны и продолжительны в своей реализации на практике. К таким концепциям относятся концепция процессного управления качеством ISO 9000 Международной организации по стандартизации (International Organization for Standardization); концепция *Total Quality Management* (Всеобщее управление качеством), разрабатываемая авторами Ishikawa K., Deming W. E., Juran J. M.; концепция *Lean Six Sigma* (модифицированная модель «Бережливое шесть сигм»), автор George M.L.; а также концепции в рамках европейской и американской премий качества: Модель *EFQM Excellence Model* (Модель совершенствования бизнеса, разработанная Европейским фондом управления качеством) и Награда за качество Малькольма Болдриджа (*Malcolm Baldrige Quality Award*).

Наиболее возможными вариантами для внедрения на российских предприятиях энергетического комплекса являются концепции: Management by Objectives (Управление по целям), ее автор Peter Drucker, который разрабатывал ее с 1954 г. в своей книге «The Practice of Management» («Практика менеджмента»), и концепция Balanced Scorecard System (Система Сбалансированных Показателей), разрабатываемой на основе выводов исследования, проведенного в 1990 году профессорами Гарвардской школы экономики: Robert S. Kaplan и David P. Norton. Концепция Balanced Scorecard System является самой популярной концепцией проектирования систем управления эффективностью и расширенной по отношению концепции Management by Objectives.

При этом концепция П. Дракера «Management by Objectives» была ориентирована на организацию работы руководителей, менеджеров всех уровней. Возникновение системы целей с многообразием задач, решаемых менеджерами в разных секторах, а также с разнообразием потребностей различных социальных групп как внутри, так и вне организации, заинтересованных в ее деятельности. Задача рационального менеджера состоит в сбалансировании различных целей организации. Использование механизма управления по целям как метода повышения эффективности организации позволяет объединить планирование и контроль, повысить вовлеченность руководителей всех уровней в процесс выработки целей и стимулирует процессы обратной связи.

Свои требования для успешного внедрения систем управления эффективностью и других современных инструментов менеджмента накладывает специфика предприятий энергетики, связанная с их функциональной сложностью и принципами управления производством, диктует определенные требования к инструментам менеджмента. Целью моего исследования была разработка подхода к оптимальному выбору рассмотренных инструментов менеджмента исходя из анализа условий деятельности предприятий энергетического комплекса. Основная гипотеза исследования: условия хозяйствования предприятий энергетического комплекса должны соответствовать принципиальным условиям применения инструментов менеджмента.

В ходе исследования было сделано следующее:

- определены проблемы и условия хозяйствования предприятий энергетического комплекса;
- определены необходимые условия применения принятых для анализа инструментов менеджмента;
- проанализирован опыт применения принятых для анализа инструментов менеджмента на российских промышленных предприятиях, в том числе в энергетике;
- проведен анализ возможности применения современных инструментов менеджмента в соответствующих условиях хозяйствования российских предприятий энергетического комплекса.

Список используемой литературы:

1. Макаров А. А. Перспективы развития энергетики России // Вестник РАН. 2009 №3.
2. Доклад Министра энергетики РФ Государственной думе Федерального собрания РФ «О ходе реформирования электроэнергетики в Российской Федерации, 2008
3. Шнайкер К., Хайман Д., Чистяков Е. Игра продолжается, Специальный выпуск Вестник McKinsey, № 3, 2008
4. Кудрявый В.В. Кризис электроэнергетики углубляется, Советская Россия, № 12, 2007

ЗНАЧЕНИЕ МОТИВАЦИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Челедина К. В., студентка

Томский Политехнический Университет

E-mail: cheledina@sibmail.com

Научный руководитель: Черепанова Н. В., доцент

Для достижения целей организации и приведении ее к наибольшей производительности руководству необходимо обеспечить эффективные действия персонала, так как индивидуальная производительность, а также эффективность деятельности организаций в целом находятся в прямой зависимости от степени мотивированности работников. Таким образом, для эффективной деятельности организации нужно не только обеспечить функциональную загрузку работников и создать им необходимые условия для выполнения своих обязанностей, но и вызвать у них желание энергично работать, приближая организацию к достижению поставленных целей. В связи с этим руководство организа-

ции должно выполнять весьма важную функцию – создание условий для мотивации работников и осуществление ее на практике.

Следовательно, при попытке решения проблемы производительности главными решениями являются мотивация и стимулирование, которые довольно часто отождествляют и употребляют как синонимы, что по своей сути является неправильным.

Если говорить о мотивации, то это все то, что заставляет человека вести себя каким-то определенным способом, совершать определенные поступки, действия. Мотивация – это управленческая функция. Она осуществляется посредством мотивов, которые являются внутренними и внешними движущими силами. Так, например, внешней силой можно назвать возможность карьерного роста, а внутренней стремление к признанию других людей. Мотивация труда может формироваться еще до начала профессиональной деятельности в процессе социализации, путем усвоения человеком ценностей и норм трудовой морали. И она в большинстве своем зависит от внутреннего состояния человека, от его эмоций, желаний, потребностей.

Стимулирование же подразумевает под собой события, побуждающие к действию (стимулы). Это всегда внешнее воздействие, которое подталкивает человека поступать определенным образом. Примерами стимулов могут выступать заработная плата или материальное вознаграждение за улучшение качества работы. Они мало зависят от состояния внутреннего мира человека и являют собой способы управления деятельностью людей. А стимулирование в своей сути является одним из методов мотивации, ее основной составляющей, подразумевающей создание условий, при которых активная трудовая деятельность, дающая определенные результаты, становится необходимым и достаточным условием удовлетворения значимых и социально обусловленных потребностей работника, формирования у него мотивов труда. [3]

В мировой практике существует довольно большое количество определений мотивации, рассматривающих термин с разных сторон. В таблице приведено несколько примеров определений:

№	Определение	Источник
1	Мотивация (от lat. «movere») — побуждение к <u>действию</u> ; динамический процесс физиологического и психологического плана, управляющий поведением человека, определяющий его направленность, организованность, <u>активность</u> и устойчивость; способность человека через труд удовлетворять свои материальные потребности.	Википедия http://ru.wikipedia.org/wiki/ Мотивация
2	Мотивация - процесс стимулирования себя и других к действиям, направленным на достижение индивидуальных и организационных целей	Мескон, Альберт, Хэдоури Основы менеджмента
3	Мотивация - это процесс побуждения человека к деятельности под воздействием внутренних и внешних движущих сил для достижения целей организации.	Чуйкин А.М. Основы менеджмента
4	Мотивация – функция управления, направленная на активизацию деятельности людей, и побуждения их эффективно трудиться для достижения целей организации.	ВлГУ: Электронные публикации: Скуба Р.В., Буравлева Н.В., ВлГУ Различие и общее в категориях "мотивация" и "стимулирование" http://journal.vlsu.ru/index.php?id=187
5	Мотивация – это стремление работника удовлетворить потребности посредством трудовой деятельности.	В. В. Травин, В.А. Дятлов Менеджмент персонала предприятия

Наиболее верным, на мой взгляд, является определение: мотивация – функция управления, направленная на активизацию деятельности людей, и побуждения их эффективно трудиться для достижения целей организации. Так как оно является наиболее содержательным и полным. Именно с этой точки зрения в дальнейшем будет рассматриваться понятие мотивации.

Стоит отметить, что мотивация, как функция управления, имеет существенное отличие от других функций, таких как: организация, планирование и контроль, которые осуществляются в основ-

ном менеджерами организации, а исполнительный персонал, как правило, играет при этом пассивную роль.

В реализации же мотивации как функции управления исполнительный персонал организации играет самую активную роль. Цели, ценности, установки, потребности этого персонала - не только предмет анализа теорий мотивации, но и непосредственные движущие силы деятельности по достижению целей организации.

Таким образом, чтобы добиться эффективности в области мотивации персонала, нужно сосредоточиться на конкретных целях, ценностях и потребностях человека, которые являются основой для мотивации, и решить, как можно позволить работнику реализовать его потребности в рамках трудовой деятельности.

Главной проблемой в этом является то, что за потребностями невозможно наблюдать, их нельзя оценить. Об их наличии свидетельствует только поведение человека. Когда человек осознает свою потребность, это побуждает его к действию, которое должно привести его к цели (удовлетворению потребности). Когда человек достигает такой цели, его потребность удовлетворяется полностью, частично, либо не удовлетворяется. Неудовлетворение же может привести к тому, что человек будет работать менее старательно или начнет искать другую, более подходящую для него работу.

Ярким примером удачной мотивации является Клуб-100 корпорации Diamond International, который являл собой скорее программу признания заслуг работников, чем систему материального стимулирования. Он базировался на системе баллов. Баллы начислялись за отличную посещаемость (25 баллов), за год без формальных дисциплинированных взысканий (20 баллов) и т.д. Сотрудники, которые набрали 100 баллов, получали нейлоновую куртку с фирменным знаком и надписью «Клуб-100». Набравшие больше 150 баллов могли выбрать по каталогу небольшие подарки за счет фирмы.

Только за первый год после реализации идеи Клуба-100 производительность труда на заводе повысилась на 14,7% и продолжала расти. Проведенный спустя два года опрос персонала выявил, что 86% из них чувствуют, что менеджмент высоко ценит их труд, а 81% считают, что фирма признает их заслуги.

Для большей наглядности примера стоит привести фразу, сказанную работницей корпорации после получения куртки: «Мой работодатель дал мне ее за хорошую работу. Впервые за восемнадцать лет, которые я работаю на эту фирму, они признали важность моей повседневной работы». [1]

Так в примере мы можем видеть нематериальную мотивацию через материальные предметы, которые являют собой символы признания важности работников и выступают эффективными мотиваторами их трудовой деятельности. А эффективная мотивация сотрудников ведет:

- к увеличению оборота и прибыли;
- к улучшению качества изделий;
- к повышенному притоку сотрудников;
- к повышению их работоспособности;
- к большей сплоченности и солидарности;
- к уменьшению текучести кадров;
- к улучшению репутации фирмы.

Таким образом, мотивация в управлении персоналом понимается как процесс активизации мотивов работников (внутренняя мотивация) и создания стимулов (внешняя мотивация) для их побуждения к эффективному труду. Целью мотивации является формирование комплекса условий, побуждающих человека к осуществлению действий, направленных на достижение цели с максимальным эффектом. Для максимизации эффекта мотивационной деятельности необходимо грамотно сочетать материальные и нематериальные стимулы, базируясь на анализе потребностей каждого работника.

Список используемой литературы:

1. Мескон М.Х. Основы менеджмента/ М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2008.
2. Чуйкин А.М. Основы менеджмента: Учебное пособие / Калинингр. ун-т. - Калининград, 2000.
3. В. В. Травин, В.А. Дятлов Менеджмент персонала предприятия: Учеб.-практ. пособие. — 5-е изд. — М.: Дело, 2003.
4. ВлГУ: Электронные публикации: Скуба Р.В., Буравлева Н.В., ВлГУ Различие и общее в категориях "мотивация" и "стимулирование" <http://journal.vlsu.ru/index.php?id=187>
5. Карпов А.В. Психология менеджмента: Учеб. пособие. –М.: Гардарики, 2005.

ЭТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНИЗАЦИИ

Черепанова Н. В., доцент

Томский политехнический университет

E-mail: science_world@mail.ru

Рассмотрение любой этической проблемы должно апеллировать к морально-этическим представлениям человека о жизни в целом и ведении бизнеса в частности. В России начала XXI века представления об этическом компоненте ведения бизнеса оказываются размытыми и неустойчивыми.

В силу профессиональной принадлежности, автор данной статьи постоянно обсуждает этические аспекты управления бизнесом со студентами и слушателями, возраст которых колеблется от 18 до 40 лет. Практика подобных обсуждений показывает, что подавляющее большинство студентов не рассматривают этические принципы в управлении как приоритетные. Причем необходимо учитывать, что некоторые слушатели уже имеют опыт руководства людьми. А это значит, что этические дилеммы, с которыми сталкивались или будут сталкиваться управленцы не решаются оптимальным, с точки зрения этики, способом.

Почему так происходит? Не секрет, что большинство теорий менеджмента и практик ведения бизнеса Россия переняла и адаптировала из США и стран Европы. При этом, наши бизнесмены благополучно «обошли», проигнорировали этическую составляющую бизнеса, которая является практически краеугольным камнем и условием успеха любой организации, например, в США. Поэтому управленческие реалии современной России позволяют менеджерам и не только им считать этику менеджмента лишь помехой на пути успеха организации.

Цель данной статьи мы видим в определении составляющих этического менеджмента. На наш взгляд, это позволит сделать этику бизнеса более наглядной и сделать шаг к пониманию сути этического подхода в управлении.

Но для начала, необходимо оговорить, что мы будем понимать под этикой менеджмента. Опустим размышления о реальной возможности обнаружения абсолютного добра или зла в этом мире, поскольку попытки сделать это предпринимались неоднократно без нашего участия, и примем как факт, что этика – это взаимоотношения людей, построенные на основе человеческих качеств, которые *принято* считать добродетелью [1, с.9]. Тогда этика менеджмента – это «моральный компас в лабиринте менеджмента, который позволяет руководителям принимать правильные решения в моменты смятения» [3]. Иными словами, этика менеджмента предполагает определенное добродетельное поведение менеджеров сотрудников в организации в процессе деятельности, выработки и принятия решения.

Интерес к этике менеджмента (деловая этика, бизнес этика) возник в 60-е годы в США вместе с движением за социальную ответственность бизнеса. В настоящее время этика менеджмента представляет собой отдельное направление в менеджменте, которое можно представить как:

- свод правил относительно деятельности менеджера организации, регламентирующих его надлежащее и ненадлежащее поведение;
- совокупность этических дилемм менеджмента, с которыми сталкивается управленец в своей обыденной деятельности [3].

Вместе с тем этика менеджмента не ограничивается лишь компаниями, которые принято объединять общим понятием «бизнес». Поскольку управление не ограничивается исключительно менеджером, то этику менеджмента можно рассматривать в любой сфере человеческой деятельности, где есть отношения: организация – менеджер – подчиненный (рис.1).

Данный рисунок демонстрирует различные направления этических взаимоотношений, возникающих в организации. Большинство исследователей указывают в качестве участников этических дилемм менеджера и коллектив [1, с.39]. Мы утверждаем, что такое деление не отражает всей полноты данных взаимодействий.

Если рассмотреть данную схему подробнее, то первое, что обращает на себя внимание – это выделение участников одной организации в разные блоки. Этика менеджер отстоит отдельно от этики организации и подчиненного, этика подчиненного не является частью организации и не входит в единство с менеджером. Почему?

Философы, изучающие бизнес этику убеждены, что менеджер – это ключевое звено компании, реализующее распорядительные и карательные функции, транслирует этические принципы своему коллективу. А коллектив, в свою очередь, должен лишь принять или не принять воззрения своего

руководителя «на веру», но, тем не менее, неизбежно следовать им, поскольку менеджер является транслятором целей организации. Например, сотрудник банка может намеренно скрыть от клиента риски, связанные с получением займа, не потому что данный сотрудник не является добродетельным, а потому что так требует менеджер, целью которого, является максимизация прибыли его отдела. И в таком случае, повышение морально-этического уровня коллектива должно происходить «сверху вниз», т.е. сперва менеджер при помощи тренингов, обучения и осознания своих ошибок, получает определенные этические убеждения и навыки, которые потом будут восприняты коллективом. Таким образом, в большинстве случаев, исследователи отказывают в наличии обратной связи: подчиненный – менеджер, не рассматривая отдельного члена коллектива как достойного внимания носителя этических принципов. Даже определение этики менеджмента исключает подчиненного как участника этических дилемм.

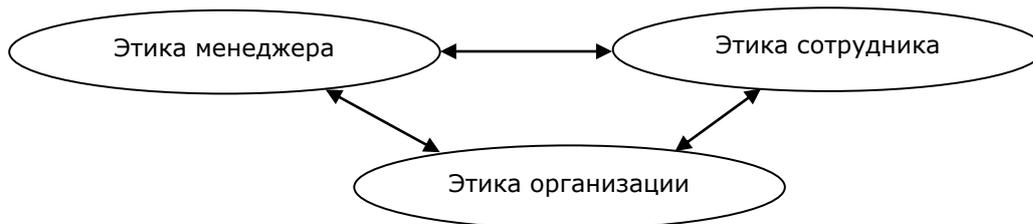


Рисунок 1. – Составляющие этики менеджмента

В действительности трансляция морально-этических принципов в управлении организацией происходит сложнее. Можно утверждать, что этика менеджмента (организации) складывается из трех составляющих: этика менеджера, этика сотрудника и этика организации. Причем, важно понимать, что эти этические принципы могут между собой не совпадать, но взаимодействовать будут непременно.

Говоря об этике организации (рис.1), мы как будто одушевляем ее, видим в ней качества прищипленные человеку. В действительности, организация, как совокупность сотрудников, может обладать обособленными этическими воззрениями, которые не равны «сумме» этических воззрений, входящих в нее людей. В примере с сокрытием информации о займе, моральные страдания могут испытывать и рядовой сотрудник, и его менеджер, вынужденный оказывать давление на подчиненного, исключительно для достижения целей организации. Таким образом, этические принципы менеджера и сотрудника могут не совпадать с целями и этическими принципами организации.

Этика организации находит свое отражение в организационной культуре. Причем эта связь может быть как прописанной на бумаге в виде этического кодекса, так и закреплённой в виде традиций организации, способов взаимодействия внутри нее. Когда сотрудник входит в организационную культуру он, как правило, принимает те правила «игры», которые ему предлагают. Если в организации принят этический кодекс, то индивидуальные этические воззрения отдельного ее члена не принимаются во внимание вовсе – поскольку существует свод правил, где определено, что для конкретного сотрудника является добродетелью на рабочем месте. Причем, если в организации отсутствует прописанный этический кодекс, то этичным (правильным), считается все, что закрепилось в организационной культуре, что «так принято», а это может быть наущничество, интриги или привычка работать «спустя рукава». Сотрудник, который не волеется в организационную культуру, будет аутсайдером. Разумеется, отдельный сотрудник может оказать влияние на этику менеджера или организации, например, отказавшись выполнять распоряжение, которое не совпадает с его этическими принципами. Однако такое влияние не может носить массового характера и является прецедентом.

Итак, можно утверждать, что организация, вне зависимости от этических воззрений входящих в нее сотрудников, обладает своей обособленной этикой.

Следующей составляющей этики организации является этика менеджера. Менеджер – лицо, наделенное не только властью, но и ответственностью. Ответственностью за принятое решение. Причем эта ответственность распространяется не только на достижение целей организации, но и на обязательство перед подчиненными. Причем, в данном случае, мы имеем в виду именно менеджера обладающего властью по отношению к коллективу, а не лидера, обладающего властью над «толпой». Двойное распределение ответственности менеджера рождает множество этических дилемм, исход которых зависит от этики менеджера. Если организационная этика – это «творение» коллективное, то этика менеджера – это воззрения личные. Поэтому большинство исследователей

склонны считать, что этика в организации начинается именно с личности менеджера. Причем, знание об абсолютных истинах и добродетели менеджеру предлагают черпать из этических кодексов и анализа своих и чужих ошибок. Однако для начала необходимо выяснить из чего состоит этика менеджера? Как и любой человек, управленец обладает определенными этическими воззрениями, которые он сформировал исходя из собственного опыта в течение жизни. Причем, эти представления о том, что такое «хорошо» и «плохо», могут меняться или подавляться, как мы указали выше, под воздействием организационной этики, организационных целей. Цели выступают как маяки, на которые ориентируется организация. Менеджер как капитан, ведет свое судно так, чтобы в конечном итоге пройти по нужному курсу. Во время «пути» менеджер неизбежно столкнется с этическими дилеммами, с которыми он не сможет справиться, опираясь лишь на собственные этические воззрения. Например, уволить часть сотрудников и пережить кризис или оставить всех и рискнуть разорением компании? Поскольку речь в данном примере идет не только о нем самом, менеджер не может опираться исключительно на собственные этические принципы. Решение будет зависеть от целей компании – что для нее важнее сейчас: проявить социальную ответственность и возможно прекратить существование или рассматривать себя отдельно от сотрудников и выжить? Помимо организационных целей, на этику менеджера воздействуют и его собственные цели. Решение по каждой проблеме будет так же зависеть от того, насколько важны менеджеру собственные цели возможного продвижения, получения премии либо уважение и доверие коллектива. Причем, как мы отмечали, цели и этические принципы менеджера могут не совпадать с целями и этическими принципами организации.

Таким образом, этика менеджера складывается из собственных этических воззрений, из уровня принятия целей организации и направления собственных целей. А принятие управленческого решения будет зависеть от важности и уровня воздействия каждого из этих составляющих на конкретного человека. Итак, возникает вопрос, если этика менеджера состоит из нескольких компонентов, что из этого менеджер транслирует своим подчиненным? В подавляющем большинстве случаев, менеджер сообщает подчиненным этику и цели организации, которые могут находиться за пределами его этических убеждений и собственных целей. Если же принятие менеджером в этики организации высока, то возрастает его убежденность в правильности принимаемых решений.

Третьим составляющим этики менеджмента является подчиненный, рядовой сотрудник, «не-менеджер». Если менеджер принимает решение, то задача подчиненного его реализовать. С этой позиции, этика подчиненного не менее важна, чем этика менеджера. Отдельный сотрудник является «фильтром» для неэтичных распоряжений руководства.

Этика подчиненного состоит из собственных воззрений и из степени принятия организационной этики и этики менеджера. На уровень принятия человеком, по-сути, чужих правил, влияет вера в эти правила, уровень конформности, собственные цели и степень уверенности в собственных этических принципах. Если у менеджера выбор этической позиции чаще всего регламентируется множеством внешних факторов, где собственное понимание этического играет не первую роль, то у подчиненного есть возможность выбора, поскольку отвечает он только за себя и свои действия.

Сотрудник, оказывающийся под давлением этики организации и менеджера, чаще всего надевает «маску» согласия, внешне, возможно, поступаясь своими этическими принципами. Однако если происходит принятие сотрудником целей и этики организации, то этика организации становится частью его собственной этики.

Взаимодействие этик организации, менеджера, сотрудника рождает разнообразные результаты. Например, уровень принятия организационной этики подчиненными найдет свое отражение в психологическом климате и уровне конфликтности в коллективе. Принятие менеджером этики организации отразится на его убежденности в правоте собственного дела, и как следствие, на результате. Отношение между этикой менеджера и этикой подчиненного воплотятся, в конечном итоге, в качестве выполняемой работы.

Таким образом, можно сделать вывод, что этика менеджмента не может ограничиваться единственным участником – менеджером, поскольку и причины и следствия этических дилемм в менеджменте лежат далеко за пределами этических принципов одного человека. Включение в этический менеджмент организационной этики и этики сотрудника, позволяет наглядно продемонстрировать многообразие последствий взаимодействия данных участников в сфере управления. Иными словами, этика управления из абстракции становится совершенно осязаемой, когда приходит понимание, что в нее должен быть вовлечен каждый сотрудник.

Список используемой литературы:

1. Ботавина Р.Н. Этика менеджмента. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192 с.

2. Профессиональная этика: мораль и нравственность. <http://profcodex.com/?p=56>
3. Audi R. Practical Reasoning and Ethical Decision. Routledge, Taylor & Francis Group NY. 2006. P.46.
4. McNamara C. Complete Guide to Ethics Management. <http://www.managementhelp.org/ethics/ethxgde.htm>
5. Jeston J., Nelis J. Business Process Management. Elsevier Ltd, 2006, P.438

ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

**Чистякова Н. О., к.э.н., доцент, Шаповалова Н. В., Королева Н. В.,
ассистенты**

Томский политехнический университет

E-mail: worldpersone@mail.ru.

В процессе развития научных концепций об эволюции инновационных систем разных уровней на протяжении последних нескольких десятилетий основное внимание уделялось особенностям их функционирования в рамках государства. И лишь относительно недавно (5–6 лет назад) отдельные российские авторы [1,2] обратили свой исследовательский интерес в сторону развития подобной системы в границах региона. В то время как в Европе проблемы эффективного инновационного развития территорий исследуются с начала 90-х годов (в рамках принятия Маастрихтского договора в 1993 г. основной задачей ставилось достижение консолидации стран ЕС и входящих в них регионов в социальном и экономическом плане за счет ускоренного технологического развития) [3,4].

Безусловно, наблюдается некая теоретическая и методологическая схожесть подходов к изучению инновационной системы, как региона, так и государства. Это объяснимо, поскольку инновационные процессы, возникающие как в национальной инновационной системе, так и в региональной, одинаковы. Однако, на наш взгляд, именно изучение инновационной системы *региона* обеспечивает тот необходимый уровень детализации научного знания, который позволяет учесть специфику и особенности каждой отдельной территории в рамках государства и создает объективные предпосылки для более эффективного анализа системы в целом.

В свете этого целесообразным представляется построение следующей хронологизации эволюции научного знания о региональной инновационной системе:

1. Осознание потребности изучения предпосылок для ускоренного экономического роста за счет технологического подъема и производства наукоемкой продукции и обеспечения тем самым конкурентоспособности страны на мировом рынке.
2. Формирование обобщенной концепции национальной инновационной системы, где основным ресурсом, обеспечивающим главное конкурентное преимущество, являются знания, трансформированные в востребованный рынком продукт.
3. Выделение как предмета изучения отдельных компонентов национальной инновационной системы, а также изучение подобной системы на уровне регионов.

Одним из первых российских исследований, выделяющим инновационную систему региона, стала работа В.В. Иванова [5]. Так, российская инновационная система, по его мнению, – это *«федерально-региональная экономическая система, представляющая собой совокупность хозяйствующих субъектов, взаимодействующих в процессе производства, распространения и использования нового экономически выгодного знания, направления деятельности, которой определяются проводимой государственной экономической политикой и регламентируются соответствующей нормативно-правовой базой»*.

Что касается структурной модели региональной инновационной системы, Иванов считает, что она не должна отличаться от модели национальной системы и должна включать в себя те же элементы. Разница должна заключаться лишь в соотношении между ними. Так, на уровне регионов, как правило, *«проведение фундаментальных исследований не представляет интереса в связи с неопределенностью сроков получения реального социально-экономического эффекта, с одной стороны, и значительным потреблением ресурсов - с другой»*, и, по мнению автора, регионы должны сосредоточить свое внимание на прикладных научных исследованиях и разработках, а также развивать эффективные механизмы коммерциализации последних. Таким образом, основная задача территорий –

наладить продуктивную работу элементов инновационной инфраструктуры при высоком потенциале прикладных научных исследований.

Однако, на наш взгляд, представленная в работе модель имеет ряд ограничений. Анализируя предложенную схему, можно сделать вывод, что в ней присутствуют все необходимые элементы инновационной системы. Однако не совсем объективными видятся взаимосвязи в данной системе, которые играют ключевую роль. Так, не понятно, почему в данной модели отсутствует прямая связь между образованием и рынком, хотя, как известно из западного опыта формирования инновационной системы и потребностей постиндустриального общества, процесс обучения в регионах должен непрерывно ориентироваться на требования рынка и готовить тех специалистов, которые соответствуют потребностям данного рынка труда, сформированного, прежде всего, инновационными наукоемкими фирмами. Кроме того, разделение таких элементов, как рынок и производство, приводит к некой методологической неточности. Так, если под производством понимать производство и реализацию наукоемких инновационной продукции, тогда рынком в данном случае будут выступать потребители данной продукции, что вытекает из модели Иванова. Однако в регионах с высоким научно-образовательным потенциалом потребителями результатов научной сферы («системы генерации и распространения знаний») будут являться производители наукоемкой продукции, потребителями образовательного сегмента также будут выступать производители наукоемкой продукции, т.е. и для образования, и для научного сектора рынком в таком случае будут производители, что никак не отражено в предлагаемой модели.

Кроме того, хотелось бы остановиться на работах других российских исследователей, которые занимаются проблемами развития региональной инновационной системы. Интересную, по нашему мнению, модель предлагают в своей работе [6] А.Ф. Суховой, И.М. Голова, которые рассматривают территориальную инновационную систему как «целостную совокупность взаимодействующих социальных институтов и организаций, осуществляющих превращение научных знаний в новые виды конкурентоспособной продукции и услуг в целях обеспечения социально-экономического роста», причем особенностью модели является то, что государственная политика, способствующая развитию инновационной деятельности, также выступает как один из институтов инновационной системы региона.

В рамках модели инновационной системы, предложенной данными исследователями, основными подсистемами являются:

- 1) подсистема генерации научно-технических знаний (научные организации и вузы);
- 2) подсистема применения и использования научно-технических знаний (сфера инновационной деятельности);
- 3) подсистема поддержки и распространения инноваций (государственная поддержка инновационной деятельности, инновационная инфраструктура, венчурный капитал и др.);
- 4) подсистема образования (подготовка кадров для инновационного бизнеса).

Далее в структуре инновационной системы присутствует рынок инновационной продукции и услуг, взаимодействие с которым осуществляется каждой подсистемой территориального комплекса, что, безусловно, является значительным преимуществом по отношению к модели, предложенной В.В. Ивановым.

Однако, несмотря на то, что исследователи настаивают на необходимости формирования и развития модели инновационной системы, «встроенной в ткань общественной жизни конкретной территории», в данной модели трудно увидеть специфику регионов, особенно территорий с высоким уровнем развития научно-образовательного потенциала.

Проанализировав концепции региональных (территориальных) инновационных систем, можно сделать следующие **выводы**:

1. Большинство моделей национальных и региональных инновационных систем имеет достаточно устойчивую совокупность структурных элементов: подсистема генерации знаний, образование, инфраструктура, государственная поддержка, производство наукоемкой инновационной продукции, рынок (в некоторых моделях), кластеры (в некоторых моделях)
2. Практически во всех моделях (за редким исключением) ряд институциональных взаимосвязей определяется последовательностью инновационной цепочки, т.е. первым элементом следует генерация и трансформация знаний (элемент «наука», что тождественно появлению и зарождению идеи в инновационной цепочке), а завершается все реализацией инновационной продукции на рынке (через элемент «инновационная инфраструктура»).

3. Большинство все модели (за редким исключением) обладают высокой степенью обобщения, благодаря чему их трудно адаптировать с целью применения к значительно отличающимся по структуре и развитию региональным инновационным системам.

4. Во многих концепциях слабо проанализирована роль региональной инновационной системы как элемента системы более высокого порядка.

Список используемой литературы:

1. Дежина И.Б., Салтыков Б.Г. Становление российской национальной инновационной системы и развитие малого бизнеса// Проблемы прогнозирования. – 2005г. – № 2. – С.118–128.
2. Иванов В.В., Колдаева Н.Т. Российская инновационная система: территориальный подход// Инновации. – 2000г. – № 9–10 – С. 9–12
3. Doloreux D. What we should know about regional systems of innovation? // Technology in Society: An International Journal. – 2002. – № 24. – Pp.243-263
4. Dynamising national innovation systems// Organization for economic cooperation and development. – OECD publications. – Paris, 2002. – Pp. 46-
5. Иванов В.В. Национальная инновационная система: опыт формирования и перспективы развития// Инновации. –2002г. – № 4–5 – С. 37–39.
6. Суховой А.В., Голова И.М. Сохранение отраслевой науки как необходимого элемента отечественной инновационной системы// Инновации. – 2005г. – №3. – Стр. 26–29.

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОЧЕГО ПРОСТРАНСТВА И СОЗДАНИЕ БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ ТРУДА

Шашкова А. В., студентка

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: alik0000@mail.ru

Научный руководитель: Дерябина Е.В., к.э.н., доцент

В современных условиях высокоразвитого производства необходим научный подход к организации труда на рабочих местах. Рабочее место является первичным звеном производственно-технологической структуры предприятия, в которой осуществляется процесс производства, его обслуживание и управление, поэтому именно производственный процесс оказывает непосредственное влияние на организацию рабочего места, учитывая его специфические особенности и многообразие форм труда. В комплексе мер, обеспечивающих эффективность труда в сфере управления, важная роль отводится рационализации рабочих мест и созданию благоприятных условий труда. Общим требованием рациональной организации рабочих мест является планировка служебных помещений, которая включает в себя распределение структурных подразделений по комнатам и такое размещение в них мебели и различного оборудования, которое предотвращает потери времени на лишние перемещения, обеспечивают экономное использование площади и сохранение здоровья работающих. В рамках выполняемого проекта ГПО, были проведены теоретические исследования организации рабочих мест, которые показали, что именно кабинетная система планировки служебных помещений оказывает наиболее значительное влияние на самочувствие, настроение, работоспособность и, в конечном итоге, на производительность труда работника. [1]

Кабинетная система предполагает размещение групп работников подразделений и их руководителей в отдельных комнатах. Под служебные помещения могут быть отведены:

- 1) отдельные комнаты (кабинеты) для одного или двух работников с выходом в комнату секретаря;
- 2) небольшие служебные комнаты, в которых размещается отдел (бюро), состоящий из 4-10 человек;
- 3) большие служебные комнаты, в которых работают по 10-30 человек.

Форма и габариты служебного помещения должны быть удобными для размещения рабочих мест. Так, наиболее удобными считаются комнаты прямоугольной формы с соотношением сторон 1:1 или 1:1,5 (предельно 1:2) с минимальной высотой 3,25 м и минимальной шириной 2,5-3 м. При двухстороннем естественном освещении наибольшая ширина (глубина) помещений не должна превышать 12-15 м, при одностороннем 6-7 м. Минимальная площадь одного рабочего места действующими санитарными нормами в нашей стране установлена в 4 кв. м, а для руководителей учреждения 24-25

кв. м, руководителей отдела 8-24, делопроизводителя 3-4, машинисток 4,6-5 кв. м. Необходимо, чтобы в процессе работы сотрудники могли свободно подходить к своему рабочему месту или к инвентарю и оборудованию коллективного пользования. Поэтому при размещении рабочих мест и оборудования следует учитывать нормативы на проходы и другие расстояния в служебных помещениях. Такого рода нормативы представлены в таблице 1.

Таблица 1. Минимальные размеры проходов в служебных помещениях

Вид прохода	Ширина прохода, см
Для одного лица	60
Для двух лиц	80
Для трех лиц	100
Между столами	55
Между столами, стоящими в ряд	70
Между столами, стоящими в ряд с проходами между ними	90
Между отопительными приборами и рабочим столом	55
Между стенкой и столом	65

Кабинетная система устройства помещений для крупных учреждений в настоящее время не считается рациональной, поскольку при ней удлиняются маршруты перемещения сотрудников и документационных потоков; а разбивка помещения на отдельные комнаты значительно понижает коэффициент полезной площади здания, осложняет проблему отопления, освещения, вентиляции, удорожает перепланировку. [3]

Рациональный вариант планировки рабочего места предполагает размещение средств и предметов труда в пределах зон, наиболее удобных для выполнения трудовых процессов. Эти зоны называются рабочими.

Рабочая зона – пространство на стационарном рабочем месте в горизонтальной или вертикальной плоскостях, в пределах которых работник, не перемещаясь, может выполнять работу. Различают 2 типа рабочих зон – нормальную и максимальную.

1) Нормальная рабочая зона в горизонтальной плоскости ограничивается воображаемой дугой, очерчиваемой концами пальцев правой и левой рук, согнутых в локтевом суставе при свободно опущенном плече. Такая зона занимает около 1000 мм по фронту и 30 мм в глубину. Здесь располагаются наиболее часто используемые средства и предметы труда и выполняется основная работа.

2) Максимальная рабочая зона в горизонтальной плоскости ограничивается воображаемой дугой, очерчиваемой концами пальцев полностью вытянутой руки человека. В этой зоне (работник действует вытянутыми руками) располагаются средства труда, используемые реже. Взаимно перекрываемая при этом площадь (для 2 рук) определяется дугой около 1500 мм по фронту и 500 мм в глубину. Обычно габариты стола принимаются несколько большими, чем максимальная зона досягаемости.

Именно в рабочей зоне будет размещена вся оргтехника (оснащение рабочих мест техническими средствами для выполнения различных управленческих работ, средства связи), которая оказывает решающее влияние на эффективность управленческого труда. При выборе необходимых средств оргтехники следует иметь в виду, что приобретение и использование оргтехники – средство повышения оперативности выполнения и снижения трудоёмкости управленческих работ.

Поэтому прежде чем выбрать и закупить средства технического оснащения, надо проанализировать реальные потребности в том или ином средстве и оценить преимущества его применения. Наборы рабочей мебели работников управленческого труда и её конструкция зависят от характера выполняемых на рабочем месте работ, степени их механизации и поэтому могут быть весьма разнообразными.

Тем не менее есть общепринятый набор, включающий:

- рабочий стол (обычный или специализированный);
- вспомогательные столы и тумбочки для хранения справочного материала, для установки пишущей или счетной машинки, телефонов, диктофонов и картотек;
- рабочее кресло или стул;

– шкаф обычного типа или специальные (для документации, чертежей), полки, стеллажи и пр.

От конструкции мебели в значительной мере зависят рабочая поза руководителя, затраты времени на поиск документов и канцелярских принадлежностей, на работоспособность человека.

Отсюда и предоставляемые к служебной мебели требования:

– габариты мебели и оборудования должны обеспечивать удобство в выполнении работы, соответствовать антропометрическим и физиологическим особенностям человека, способствовать удобному положению тела при работе и предупреждать преждевременное утомление (стулья и кресла, например, должны иметь устройства для подъема сиденья, спинок, подлокотников);

– размеры ящиков в столах и полок в шкафах должны соответствовать габаритам хранимых бумаг, папок, причем способ хранения должен обеспечить удобство их укладки, поиска и выемки;

– целесообразно, чтобы рабочая мебель состояла из стандартных элементов, которые могут компоноваться в зависимости от форм и размеров помещения применительно к определенному процессу работы;

– внешний вид мебели должен быть эстетически приятным и гармонировать с интерьером служебного помещения. [2]

В целом, говоря об организации рабочих мест, нужно отметить, что не стоит пренебрегать рассмотренными выше правилами и рекомендациями, выработанными наукой и практикой. Соблюдение их позволяет создать не только эффективные условия работы, но и благоприятную психологическую атмосферу в коллективе, свидетельствующую о культуре труда, заботе о человеке.

Список используемой литературы:

1. Зудина Л.А. «Организация управленческого труда». Учебное пособие, 2004г.
2. Кутепова К.В., Побединский Г.В. «Научная организация труда и нормирование труда». Учебник для ВУЗов, 2004г.
3. Минеева О.К. Автоматизированное рабочее место [Текст]; моногр. / О.К. Минеева; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С.Г.Землянухиной; Астрахан. гос.техн.ун-г. – Астрахань: Изд-во АГТУ, 2006.

ПРОБЛЕМЫ ЕСТЕСТВЕННОГО ПРИРОСТА НАСЕЛЕНИЯ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Шевцова Н. В., студент; Аюпова Д. О., студент

Томский политехнический университет

E-mail: frog555@yandex.ru

Научный руководитель: Сечина А. А., к.х.н, ст.преподаватель

В настоящее время проблема демографического кризиса не перестает быть актуальной. Большинство демографических показателей: рождаемость, смертность и естественный прирост – характеризуются относительно невысокими значениями. Основной причиной этого целесообразно считать как убыль населения, так и перенаселение. Убытие населения - ситуация возникающая, когда уровень простого воспроизводства и смертности становятся выше, чем рождаемость в стране или регионе. В 90-х годах рождаемость достигла уровня ниже простого замещения поколений, наблюдающегося в 60-е годы. Уровень населения уменьшился на несколько сотен тысяч человек, смертность превысила рождаемость в 1,5 раза.

На текущем этапе Россия активно пытается выйти из демографического кризиса, причем решение этой проблемы является одной из приоритетных на данный момент.

По наблюдениям статистиков, рождаемость в регионе за последние годы имеет тенденцию роста (табл. 1), при этом темп роста рождаемости с годами поддерживается условно на постоянном уровне (годовой прирост родившихся в среднем составляет 6,2%), что само по себе имеет огромное преимущество при решении демографической проблемы. При этом сокращается число умерших ежегодно в среднем на 5,3%. За счет этого значение естественного прироста населения существенно возросло и стало в 2009 году уже величиной положительной, что свидетельствует о превышении числа рождений над числом смертности.

Таблица 1. Динамика естественного прироста населения Томской области за период 2005-2009 гг.

Год	Всего			На 1000 населения		
	родившихся	умерших	Естественный прирост	родившихся	умерших	Естественный прирост
2005	11107	15025	-3918	10,7	14,5	-3,8
2006	11486	13913	-2427	11,1	13,5	-2,4
2007	12429	13253	-827	12	12,8	-0,8
2008	13308	13353	-45	12,8	12,9	-0,1
2009	13738	13264	474	13,2	12,8	0,4

В 2009 году население Томской области составило 1038,5 тысяч человек. При этом ситуация с естественным приростом населения продолжает улучшаться. Положительная динамика демографических процессов сохраняется.

Демографическая политика областной власти направлена на то, чтобы не допустить рост смертности населения, повысить расходы на здравоохранение, реализовывать программы поддержки рождаемости.

Проблемы демографического кризиса невозможно решить за один день. Для этого требуется целая система реформ, которые должны проводиться во всех регионах России. На сегодняшний день правительством принимаются различные меры по повышению уровня рождаемости в стране.

Введение с 1 января 2007 года материнского (семейного) капитала направлено на стимулирование рождаемости в стране, укрепление престижа института семьи. Важно, чтобы каждая женщина, принимая решение о рождении ребенка, ощущала поддержку государства и была спокойна за будущее своей семьи. Материнский капитал выдается в размере 250 тысяч рублей спустя три года после рождения второго или последующего ребенка.

С 1 января 2007 года увеличено ежемесячное пособие по уходу за ребенком до полутора лет. Более того, кардинально изменился порядок его расчета. Если раньше пособие выплачивалось в твердой сумме (700 рублей в месяц вне зависимости от количества детей), то теперь его определяют индивидуально для каждого получателя (не менее 1500 рублей на первого ребенка и не менее 3000 рублей на второго и последующих детей).

Кроме того, в 2006 году введен родовой сертификат – документ, на основании которого производится оплата медицинской помощи женщинам в период беременности и родов.

Так же Правительством РФ был разработан план мероприятий с 2006 по 2010 год по реализации Национальной программы демографического развития страны. В этот план вошли такие программы развития как «Стимулирование рождаемости. Поддержка семьи. Материнства и детства» и «Улучшение здоровья населения и снижение смертности». Реализация Программы рассчитана на период с 2007 по 2015 г. Целью программы является стабилизация численности населения России к 2015 году. При этом основное внимание оказывается формированию потребностей семей в рождении желаемого числа детей. Наиболее эффективными мерами считаются меры по улучшению жилищных условий молодых семей, погашение за счет государства 10% долга по ипотечному кредиту или долга по договору купли-продажи жилых помещений в рассрочку при рождении первого ребенка, при рождении второго ребенка - 30% долга, при рождении третьего ребенка - оставшуюся невыплаченную часть долга. А так же, увеличение размера ежемесячного пособий на второго и последующих детей до достижения ими возраста 16 лет.

В программе также предусматриваются меры по развитию медицинской сферы обслуживания: совершенствование системы и практики оказания медицинской помощи, усиление профилактической направленности, улучшение лекарственного обеспечения, совершенствование помощи тяжело больным. Кроме того, предусматривается профилактика заболеваемости ВИЧ-инфекцией и прочими инфекционными заболеваниями, предупреждение распространения избыточного веса и ожирения. Особо отмечаются меры по обеспечению здорового образа жизни, особенно формирование установок у населения на ведение здорового образа жизни и обеспечение доступности занятий физической культурой и спортом, а также пропаганда здорового питания, повышение эффективности контроля качества питьевой воды.

Список используемой литературы:

1. <http://www.rg.ru/2008/04/25/demografia.html>
2. tomsk.gov
3. Беглярова И. Демографическая ситуация-производная состояния общества. // Рос. Федерация сегодня. -2007.-№ 11.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА МЕТОДОВ АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Шитова Е. С., магистрант

Томский политехнический университет

E-mail: katrin-s@inbox.ru

Научный руководитель: Золотарева Г. А., к.э.н., доцент

В условиях кризиса обеспечение финансовой стабильности, устойчивости и платежеспособности предприятия является первоочередной задачей. Ее выполнение во многом зависит от способности руководства предприятия своевременно принимать оптимальные управленческие решения, связанные с движением денежных средств. Поэтому необходим систематический детальный анализ денежных потоков на предприятии.

Важная роль анализа денежных потоков состоит в том, что рационализация денежных потоков способствует достижению ритмичности производственно-коммерческого процесса, сокращает потребность в привлечении заемного капитала, является предпосылкой ускорения оборачиваемости капитала предприятия в целом, способствует расширению масштабов производства и росту выручки от продажи товаров, услуг, работ. [1.87] Эффективное управление денежными потоками обеспечивает финансовую стабильность предприятия в процессе реализации краткосрочных и долгосрочных инвестиционных проектов. Первостепенное место при этом отводится синхронизации денежных поступлений и выплат по объемам и во времени. Высокий уровень такой синхронизации способствует ускорению реализации реальных проектов, что позитивно сказывается на операционной деятельности предприятия и снижает риск его неплатежеспособности. [2.58]

Основной информационной базой для анализа денежных средств служит отчет о движении денежных средств (Форма № 4). Данный отчет помогает собственникам, инвесторам, кредиторам и другим контрагентам оценить причины, вызвавшие отклонения показателей чистой прибыли от чистых денежных потоков, а также способность предприятия создавать положительные денежные потоки в будущем. Однако получение и использование информации о денежных потоках в виде Отчета о движении денежных средств аналогичного зарубежному опыту было предпринято в России еще в 1998 году в рамках реализации программы перехода на международные стандарты бухгалтерского учета и отчетности. С тех пор данный отчет не претерпевал изменений, поэтому на сегодняшний день не отвечает требованиям современной информационной эпохи. Для анализа денежных потоков приходится привлекать дополнительную информацию, которая зачастую недоступна внешним пользователям. В связи с этим, в экономической литературе нет однозначного содержания экономического анализа денежных потоков. Тем не менее, в соответствии с ПБУ 4/99 отчет о движении денежных средств может быть составлен и проанализирован как прямым, так и косвенным методом. [3] Прямой метод основан на изучении всех бухгалтерских записей по счетам учета денежных средств и предполагает отнесение каждой из них к соответствующему виду деятельности (текущему, инвестиционному, финансовому). Косвенный метод заключается в корректировке величины чистой прибыли на величину неденежных статей, учитываемых при расчете бухгалтерской прибыли (амортизации), и на изменение балансовых статей.

Прямой метод в отличие от косвенного метода является более сложным и информативным, так как дает представление о структуре текущих поступлений денежных средств и выплатах предприятия, о фактических источниках и направлениях использования денежных средств. В долгосрочной перспективе прямой метод дает возможность оценить ликвидность предприятия, а также показывает степень покрытия инвестиционных и финансовых потребностей предприятия имеющимися у него денежными ресурсами. Однако прямой метод не отражает взаимосвязь финансового результата и изменения денежных средств на счетах предприятия.

Особенность косвенного метода состоит в том, что он основан на различии между полученным финансовым результатом и чистым денежным потоком. Недостатком косвенного метода является

ся то, что такие важные оттоки и притоки денежных средств, как поступление денежных средств в виде выручки от реализации и текущие расходы, связанные с выплатами денежных средств, не отражаются.

Следует отметить, что представленные методы не в полной мере позволяют предприятиям оперативно реагировать на рыночные вызовы. Кроме того, в данных методах отсутствует оценка показателей нефинансового характера, что могло бы значительно расширить информационную базу для принятия управленческих решений. Одним из вариантов устранения этих недостатков может являться использование сбалансированной системы показателей в анализе денежных потоков предприятия. Классическая модель сбалансированной системы показателей, предложенная американскими учеными Дэвидом Нортоном и Робертом Капланом в начале 90-х годов 20 века, представляет собой инструмент стратегического управления и включает четыре составляющих: финансы, клиенты, внутренние бизнес-процессы, обучение и развитие персонала. Основное его преимущество заключается в том, что он позволяет установить взаимосвязи между стратегическими целями, тактическим и оперативным управлением и системой мотивации.

В связи с тем, что денежные потоки присутствуют во всех аспектах деятельности предприятия, их анализ целесообразен в разрезе не только клиентов, но и поставщиков, кредиторов, фискальных органов, посредников, инвесторов и т.п. [4.59] Следует рассмотреть каждую составляющую более подробно.

Контрагенты. В условиях агрессивной конкурентной внешней среды важным является установление прочных взаимоотношений с потребителями, так как именно выручка от реализации составляет, как правило, большую долю в притоке денежных средств. Поэтому целесообразен постоянный мониторинг, контроль стабильности денежных поступлений от покупателей с целью своевременного реагирования на снижающийся спрос на продукцию, услугу, работу. Значительным отрицательным потоком является оплата сырья, материалов поставщикам, при этом на него оказывает влияние долгосрочность взаимоотношений предприятия с поставщиками, так как это позволяет минимизировать риск, связанный с несвоевременностью поставок, а также есть возможность получить скидку на покупку сырья и материалов. Еще одним немаловажным отрицательным потоком можно назвать платежи фискальным органам. Здесь, в первую очередь, следует обратить внимание на своевременность оплаты и возможность минимизации и оптимизации данных платежей.

Финансы включают денежные потоки, которые характеризуют инвестирование и внешнее финансирование. Здесь находят отражение дивидендная и финансовая политика предприятия, и представлены следующие притоки и оттоки денежных средств: получение (выплата) кредитов и займов, выплата процентов по ним, получение (выплата) дивидендов, приобретение ценных бумаг, поступления от их эмиссии и др.

Анализ денежных потоков предприятия по такой составляющей системы сбалансированных показателей, как *внутренние бизнес-процессы*, представляет особую ценность в условиях кризиса и острой необходимости модернизации экономики России, а также создания и разработки новой инновационной продукции. На сегодняшний день предприятия выделяют недостаточно денежных средств для их реализации. Кроме того, в данной составляющей рассматриваются также маркетинговые расходы, которые неразрывно связаны с объемом продаж и соответственно играют ключевую роль в конкурентной борьбе.

Обучение и развитие персонала, их влияние на эффективность деятельности предприятия довольно сложно оценить количественно, в частности, информационное обеспечение сотрудников и т.п. Всё же, руководству необходимо отслеживать такой весомый отрицательный денежный поток, как расходы на оплату труда, и оценивать соответствие между производительностью труда и уровнем заработной платы для оптимизации данных расходов. При этом необходимо учитывать мотивацию персонала.

Ценность данного анализа состоит в том, что он наиболее полно характеризует направленность денежных потоков, позволяет оценить критически важные нематериальные активы (отношения с потребителями, инновации, уровень информационного обеспечения сотрудника). А также позволяет определить целесообразность отрицательных денежных потоков в контексте реализации долгосрочных целей. [4.62] Данный метод дает более детальную информацию, отражает приоритеты предприятия и способствует более эффективному управлению денежными потоками, становится способом формирования единой информации о финансовых и нефинансовых показателях деятельности предприятия. Это позволит обоснованно проводить финансовое планирование.

Таким образом, каждый из представленных выше методов имеет свои достоинства и недостатки, поэтому при выборе того или иного метода анализа денежных потоков или их сочетания должны

учитываться отраслевая принадлежность предприятия, уровень конкуренции, динамизм внешней среды, стратегические цели предприятия и многое другое. Результатом данного анализа должна стать достоверная, полная информация, которая позволяет выявить резервы оптимизации денежных потоков, достичь сбалансированности поступлений и платежей денежных средств во временном разрезе, максимизировать чистый денежный поток, а также оценить возможности предприятия по его финансированию и реализации инвестиционных проектов.

Список используемой литературы:

1. Лысенко Д.В. Экономический анализ: учеб. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 376 с.
2. Крейнина О.А. Анализ денежных средств предприятия как условие его финансовой устойчивости. Финансовые исследования: научно-образовательный и прикладной журнал. № 4, 2008.
3. Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99), Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 № 43н (ред. от 18.09.2006).
4. Краснова М.В. Анализ денежных потоков на основе сбалансированной системы показателей. Финансы: журнал. 39 (375), 2009.

АТТЕСТАЦИЯ РАБОЧИХ МЕСТ ПО УСЛОВИЯМ ТРУДА

Шкрябина Н. А., студентка

Томский университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail:nataly2506@mail.ru

Научный руководитель: Дерябина Е. В., к.э.н., доцент

Аттестацией рабочих мест по условиям труда является оценка условий труда на рабочих местах в целях выявления вредных или опасных факторов и осуществления мероприятий по приведению условий труда в соответствие с государственными нормативными требованиями охраны труда. Аттестация рабочих мест по условиям труда проводится в порядке, установленном федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере труда.[1]

Нормативной правовой основой проведения аттестации рабочих мест по условиям труда являются:

- Федеральный закон от 30 июня 2006 года № 90-ФЗ « О внесении изменений и дополнений в Трудовой кодекс Российской Федерации»;
- нормативные правовые акты, содержащие государственные нормативные требования охраны труда, а также другие документы по охране труда, действующие в отраслях экономики и организациях;
- межотраслевые нормативные и методические документы, используемые при аттестации рабочих мест.

В соответствии с Приказом «Об утверждении порядка проведения аттестации рабочих мест» аттестации по условиям труда подлежат все имеющиеся в организации рабочие места.

Система комплексной аттестации рабочих мест и их рационализации включает в себя учет количества рабочих мест; собственно аттестацию, когда их фактическое состояние сравнивается с нормативными требованиями; рационализацию как совокупность взаимосвязанных мероприятий, осуществляемых целью усовершенствования рабочих мест и улучшения их использования; планирование, определяющее основные направления количественных и качественных изменений в развитии рабочих мест. Комплексная аттестация рабочих мест начинается с получения информации о действительном состоянии изучаемого объекта. Объективность информации достигается с помощью организации учета.

Результаты аттестации рабочих мест по условиям труда служат основанием рациональной организации трудовых процессов на предприятии и включают следующие мероприятия:

- 1) предоставление работникам и гражданам, принимаемым на работу достоверной информации об условиях и охране труда на рабочих местах, о существующем риске повреждения здоровья, о мерах по защите от воздействия вредных и опасных производственных факторов, а также компенсациях, гарантиях и средствах индивидуальной защиты, полагающихся работникам, занятым на работах с вредными и опасными условиями труда;

- 2) контроля состояния условий труда на рабочих местах и правильности обеспечения работников сертифицированными средствами индивидуальной и коллективной защиты;
- 3) подготовки перечней профессий, должностей и работ в организации, при выполнении которых обязательны предварительные (при поступлении на работу) и периодические (в течение трудовой деятельности) медицинские осмотры работников, а также, в соответствующих случаях, внеочередные медицинские осмотры;
- 4) установления связи заболевания с профессией при подозрении на профессиональное заболевание, установления диагноза профзаболевания, в том числе при решении споров, разногласий в судебном порядке;
- 5) рассмотрения вопросов и разногласий, связанных с обеспечением безопасных условий труда работника и расследованием происшедших с ними несчастных случаев на производстве или профессиональных заболеваний;
- 6) принятия мер по надлежащему санитарно-бытовому и профилактическому обеспечению работников организации;
- 7) включения в трудовой договор характеристики условий труда и компенсаций работникам за работу в тяжелых, вредных и (или) опасных условиях;
- 8) обоснования планирования и финансирования мероприятий по улучшению условий и охраны труда в организациях, в том числе за счет средств на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний;
- 9) применения предусмотренных законодательством мер ответственности к лицам, виновным в нарушениях законодательства об охране труда.

Сроки проведения аттестации устанавливаются организацией исходя из условий и характера труда, но не реже одного раза в 5 лет. Вновь организованные рабочие места аттестуются после завершения работ по их оборудованию.

Измерения параметров производственных факторов, оценки травмобезопасности и обеспеченности СИЗ организации могут осуществлять самостоятельно силами собственных лабораторий, а при их отсутствии работодатель вправе привлекать иные специализированные лаборатории, которые должны быть аккредитованы на проведение исследований в данной сфере.

Для организации и проведения аттестации рабочих мест по условиям труда работодателем издается приказ, в соответствии с которым создается аттестационная комиссия организации, назначаются председатель аттестационной комиссии, члены комиссии и ответственный за составление, ведение и хранение документации по аттестации рабочих мест по условиям труда, а также определяются сроки и график проведения работ по аттестации рабочих мест по условиям труда.

Организация аттестации рабочих мест по условиям труда включает четыре основных этапа:

- I этап: подготовка к проведению аттестации рабочих мест по условиям труда;
- II этап: проведение аттестации рабочих мест по условиям труда;
- III этап: оформление результатов аттестации рабочих мест по условиям труда;
- IV этап: реализация результатов аттестации рабочих мест по условиям труда.

Расчет цен на аттестацию рабочих мест по условиям труда осуществляется для каждой конкретной ситуации на основании первичного ознакомления с объектом, конкретной задачи и цели работы, наличия документации и др.

Экспертная оценка стоимости мероприятий по аттестации рабочих мест показывает, что в зависимости от количества мест, типа объекта и других обстоятельств, стоимость может варьироваться в пределах 1000 - 5000 р. за одно рабочее место. Нижняя граница ценового диапазона относится к крупным объектам с большим количеством однотипных рабочих мест. Кроме этого подразумевается наличие у заказчика таких документов, как штатное расписание или список профессий по аттестуемым рабочим местам, план (программа) производственного контроля, сведений об обеспеченности работников средствами индивидуальной защиты и др. Но также возможно предоставление скидки до 40% от существующих тарифов в соответствии с "Правилами установления страхователям скидок и надбавок к страховым тарифам на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний" (утв. постановлением Правительства РФ от 6 сентября 2001 г. № 652).

Как показывают результаты перманентного мониторинга аттестация рабочих мест является благоприятной не только для каждого отдельного работника и руководителя, но и в целом для предприятия. Таким образом по результатам аттестации предприятие обеспечивает себе:

во-первых, обоснование льгот и компенсаций за работы с опасными и вредными условиями труда;

во-вторых, снижение налогов на фонд заработной платы сотрудников предприятия по результатам аттестации рабочих мест;

в-третьих, получение скидок (до 40%) к страховым тарифам, оплачиваемым организацией по обязательному социальному страхованию от несчастных случаев на производстве;

в-четвертых, обоснование расходов, необходимых для дополнительного улучшения условий труда работающих (дополнительная спецодежда, средства защиты и пр.) с отнесением этих затрат на себестоимость продукции;

в-пятых, отсутствие претензий о невыполнении законодательства РФ (статья 212 Трудового кодекса) и получение положительного решения Пенсионных Фондов по льготным пенсиям работников организации;

в-шестых, если в процессе аттестации выяснится, что для улучшения условий труда и сохранения здоровья работников требуется приобретение приборов контроля, прохождение медосмотров или лечение, то это можно сделать за счет средств ФСС (предприятие может вернуть на эти цели до 20% средств, перечисляемых им в ФСС – Постановление Правительства РФ № 360 от 07.06.2005), а также при наличии аттестации рабочего места администрация и служба охраны труда снимают с себя значительную часть ответственности при несчастном случае и предприятие получает лицензию на отдельные виды деятельности.

Следует отметить, что существуют отрицательные последствия для руководителей, которые не желают приводить рабочие места в норму, ни, соответственно, аттестовывать их по условиям труда. Отсутствие аттестации влечет за собой ответственность в виде штрафа для физических лиц – от 1 до 5 тысяч рублей, для юридических лиц - от 30 до 50 тысяч рублей.[3]

Список используемой литературы:

1. Трудовой кодекс РФ (ТК РФ) от 30.12.2001 N 197-ФЗ ст.209,210
2. Приложение к Приказу Минздравсоцразвития России от 31.08.2007 N 569. Об утверждении порядка проведения аттестации рабочих мест по условиям труда
3. Кодекс РФ Об административных нарушениях, Статья 5.27. Нарушение законодательства о труде и об охране труда
4. Ефремова О.С. Аттестация рабочих мест по условиям труда в организациях. Издательство: Альфа-Пресс ,2007

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ МЕНЕДЖЕРА ПО ПЕРСОНАЛУ

Шкуратова Н. А., Бобровская Е. С., Мещанинов А. А., студенты

Томский политехнический университет

E-mail: rill880@rambler.ru

Научный руководитель: Жернова Н. А., к.э.н., доцент

Под моделью компетенций управленческого персонала следует подразумевать набор взаимосвязанных знаний, умений, навыков и ценностей, необходимых управленческому персоналу для формирования конкурентных преимуществ и повышения эффективности работы предприятия корпоративного типа.

Модель развития компетенций управленческого персонала разрабатывается для каждой должности. Она должна описывать интеллектуальные и деловые качества работника конкретной должности и обеспечивать развитие персонала в двух направлениях. Во-первых, в направлении приспособления к сложившейся в конкретной организации культуре (готовность всех работников предприятия корпоративного типа демонстрировать ожидаемое от них эффективное поведение, что обеспечивается единством взглядов на профессиональную этику, механизмы принятия управленческих решений, ответственность за качество и конкурентоспособность продукции и услуг). Во-вторых, и в направлении получения знаний, умений и навыков, необходимых для успешной работы в конкретной специализированной области профессиональной деятельности.

Организации постоянно находятся в поиске эффективных методов оценки способностей и потенциала персонала. В последние годы оценка человеческих ресурсов приобретает комплексный и более системный характер. Организации должны полагаться на гибкость, способность к обучению

персонала и умение работать в команде. Формирование моделей компетенций персонала предполагает идентификацию в совокупности навыков, знаний и способностей.

Ключевым моментом в развитии компетенций управленческого персонала является определение потребностей организации в области производства. Необходимо выявить несоответствие между знаниями, навыками и способностями, которыми должен обладать персонал на разных ступенях иерархии для реализации долгосрочных целей, и теми навыками, знаниями и способностями, которыми он обладает в действительности. Определение потребностей в развитии компетенций отдельного менеджера, руководителя требует совместных усилий.

Универсальная модель компетенций персонала организации не разработана, так как каждая фирма выявляет свои компетенции, которые будут способствовать формированию своих конкурентных преимуществ. Однако многие ученые (Р. Бояцис, В. Дулевич) разработали набор компетенций менеджера, но сформированной модели компетенций не было разработано, с учетом полной специфики деятельности организаций и уровней управления.

Р. Бояцис определил компетенции на основе описаний эффективного и неэффективного поведения, руководствуясь инцидентами, различающими более или менее эффективных менеджеров. Компетенции включили мотивы, черты личности, когнитивные и межличностные способности (рис. 1).

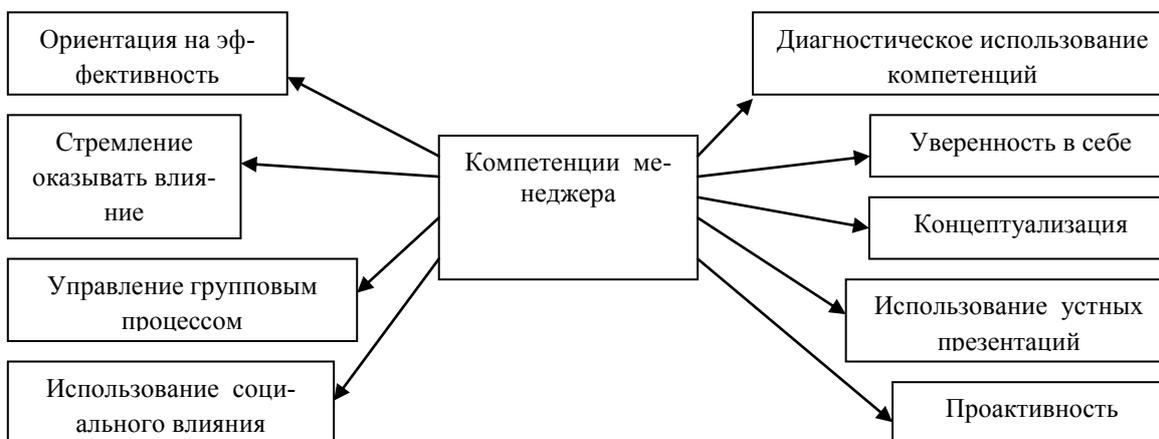


Рис. 1. Компетенции менеджера по Р.Бояцису [4, с. 104-109]

Как видно из рис. 1, Р. Бояцис к компетенциям относит способности менеджера, при этом не учитывает навыки, которыми должен обладать менеджер, и знания, которые являются неотъемлемой частью компетенций.

В. Дулевич разработал двенадцать полностью независимых, по его мнению, компетенций работы менеджеров среднего звена, не учитывая необходимость конкретных компетенций для руководителей высшего и низшего звена управления, которые разделились на четыре группы: интеллектуальные, межличностные, адаптивные и ориентированные на результат. Компетенции, разработанные В. Дулевичем, не являются показателями эффективности работы менеджера, поскольку не охватывают категорию знаний, которыми должны обладать специалисты данного уровня управления.

Изучив наборы компетенций, предложенные зарубежными авторами, необходимо отметить, что у каждого набора компетенций существуют определенные недостатки. В результате анализа выявлено, что полностью не были раскрыты и охарактеризованы составляющие компетенций – это: знания, способности и навыки управленческого персонала в организации; также не отражены специфические особенности набора компетенций для каждого уровня управления предприятия.

Формирование и развитие компетенций персонала позволяет наряду с текущим управлением на уровне производства поднять и уровень стратегического управления предприятия.

Методология развития компетенций управленческого персонала предполагает рассмотрение методов, средств, приемов, с помощью которых приобретается и обосновывается выполнение соответствующих целей и задач предприятия.

Основным методом изучения развития компетенций управленческого персонала предприятий корпоративного типа является метод моделирования, то есть способ теоретического и практического действия, направленного на разработку и использование моделей. Он основывается на замещении

реальных объектов их условными образцами, аналогами. Посредством моделирования описываются структуры объекта (статистическая модель), процесс его функционирования и развития (динамическая модель). В модели воспроизводятся свойства, связи, тенденции исследуемых систем и процессов, что позволяет оценить их состояние, сделать прогноз, принять обоснованное решение. Формы моделирования многообразны, зависят от видов структурированных моделей и сферы применения. Выделяют предметное и знаковое моделирование. Предметное – предполагает создание моделей, воспроизводящих пространственно-временные, функциональные, структурные и другие свойства оригинала (конкретно-научные модели). Знаковое моделирование заключается в репрезентации параметров объекта с помощью символов, схем, формул (логично-математической модели) [1, с. 188].

Разработав модели компетенций для руководителей разных уровней управления и специалистов, необходимо отметить, что предложенный набор представляет собой оптимальное сочетание компетенций, которые должен иметь персонал в организации. Для того чтобы их сформировать, в-первых, необходимо провести оценку имеющихся компетенций, выявить те компетенции, которые отсутствуют, а затем составить карту развития и механизм по тем компетенциям, которые необходимо совершенствовать.

Список используемой литературы:

1. Бабосов Е.М. Прикладная социология. – Мн.: ТетраСистемс, 2001. – 496 с.
2. Вудраф Ч. Центры развития и оценки. Пер. с англ. – М.: НИРРО, 2005. – 384 с.
3. Грант Р.М. Современный стратегический анализ. 5-е изд. / Пер. с англ. Под ред. В.Н. Фунтова. – СПб. : Питер, 2008. – 560 с.
4. Фарнэм А. Некомпетентный менеджер. Некомпетентность как массовое безумие. Пер. с англ. – М.: ГИППО, 2008. – 352 с.
5. Ксенофонтова Х. Модели компетенций различных категорий управленческого персонала. // Управление персоналом. – 2009. - № 17. – с. 14 - 17

Секция IV.
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ
ХАРАКТЕРИСТИКА ДОХОДНОГО И СРАВНИТЕЛЬНОГО
ПОДХОДОВ

Аракелян А. Р., студент

Томский политехнический университет

Научный руководитель: Еремин В. В., к.э.н., доцент

В моей курсовой работе будет описано два метода подходов к оценке недвижимости – доходный и сравнительный. Коротко расскажу об этих методах, а подробное описание будет написано в курсовой работе.

ДОХОДНЫЙ ПОДХОД

Доходный метод основан на принципе ожидания, который утверждает, что типичный инвестор или покупатель приобретает недвижимость в ожидании получения от неё будущих доходов или выгод, то есть отражает:

- качество и количество дохода, который объект недвижимости может принести в течение своего срока службы;
- риски как характерные для оцениваемого объекта, так и для региона.

Таким образом, стоимость объекта может быть определена как его способность приносить доход в будущем. Здесь действует фактор времени, и сумма будущих доходов должна быть приведена нулевому моменту времени путём капитализации доходов и дисконтирования.

Основное преимущество доходного подхода по сравнению с рыночным и затратным заключается в том, что он большей степени отражает представление инвестора о недвижимости как источнике дохода, то есть это качество недвижимости учитывается как основной ценнообразующий фактор. Доходный подход к оценке тесно связан с рыночным и затратным подходами.

Основным недостатком доходного подхода является то, что он в отличие от других подходов к оценке основан на прогнозных данных.

В рамках доходного подхода возможно применение двух методов:

1. прямой капитализации доходов;
2. дисконтированных денежных потоков.

Как мы увидим, в рамках доходного подхода существуют многочисленные аналитические процедуры. Подобно этому в его рамках существуют многочисленные способы измерения величины экономического дохода, связанного с конкретным нематериальным активом. Тем не менее, все эти аналитические процедуры и все альтернативные измерения дохода могут быть сведены в две категории методов доходного подхода:

1. Метод капитализации дохода
2. Метод прямой капитализации

При использовании методов капитализации доходов в стоимость недвижимости преобразуется доход за один временной период, а при использовании метода дисконтированных денежных потоков – доход от ее предлагаемого использования за ряд прогнозных лет, а также выручка от предпродажи объекта недвижимости в конце прогнозного периода.

Метод капитализации дохода и метод прямой капитализации имеют общую концептуальную основу: стоимость нематериального актива равна текущей стоимости ожидаемого экономического дохода, связанного с владением, использованием или отказом от использования данного актива. Эти два метода включают различные механизмы проведения процедур количественного выражения этой текущей стоимости. Несмотря на такого рода различия, оба метода направлены на количественное выражение текущей стоимости ожидаемого экономического дохода. Соответственно, к оценке и экономическому анализу одного нематериального актива могут быть применены как метод капита-

ции дохода, так и метод прямой капитализации. При правильном применении оба аналитических метода приводят приблизительно к одинаковому (с учетом округлений) заключению о стоимости одного и того же нематериального актива.

Мы рассматриваем методологические отличия между этими двумя категориями методов. Однако концептуальные сходства между этими двумя категориями методов могут быть более примечательными, чем их методологические различия.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ПОДХОД

Сравнительный подход к оценке недвижимости базируется на информации о недавних сделках с аналогичными объектами на рынке и сравнении оцениваемой недвижимости с аналогами.

Далее вносятся поправки, учитывающие различия между оцениваемым объектом и аналогами. Это позволяет определить цену продажи каждого аналога. Скорректированная цена дает оценщику возможность сделать заключение о том, что наиболее вероятная цена продажи аналогичных объектов отражает рыночную стоимость. Безусловно, фактическая цена продажи объекта может отклоняться от рыночной стоимости из-за мотивации участников сделки, степени их осведомленности, условий сделки. Учитывая, что данный подход оценки недвижимости основывается на сравнении продаж, его называют сравнительным. В силу того, что рассматриваемый подход использует данные о сделках на рынке, его еще называют рыночным.

Сравнительный подход базируется на трех основных принципах оценки недвижимости: спроса и предложения, замещения и вклада.

Принцип замещения – разумный потенциальный собственник не заплатит за объект недвижимости сумму большую, чем та минимальная цена, за которую может быть приобретен или построен (с учетом фактора времени) аналогичный объект. Следовательно, максимальная стоимость оцениваемого объекта определяется минимальной ценой приобретения аналогичного объекта.

Теоретической основой принципа замещения является широко известная в современной экономической теории концепция рационального выбора, согласно которой рациональным является такой выбор хозяйствующего субъекта, который обеспечивает минимальные альтернативные издержки, минимизацию упущенной выгоды в связи с принятием того или иного решения.

Принцип вклада. Вклад – сумма, на которую увеличивается или уменьшается стоимость объекта вследствие наличия или отсутствия какого-либо элемента. При этом величина такого увеличения (уменьшения) может быть как выше, так и ниже затрат на его создание.

Принцип спроса и предложения. Оценщик при определении стоимости объекта должен понимать, какие факторы и каким образом влияют на спрос и предложение на рынке недвижимости, какие изменения этих факторов могут произойти и как эти изменения повлияют на стоимость данного объекта недвижимости.

На основе этих принципов оценки недвижимости в сравнительном подходе используется ряд количественных и качественных методов выделения элементов сравнения и измерения корректировок рыночных данных сопоставимых объектов для моделирования стоимости оцениваемого объекта.

Процесс выполнения оценки объекта недвижимости сравнительным подходом осуществляется четырьмя этапами.

Этап 1. Изучаются состояние и тенденции развития рынка недвижимости и особенно того сегмента, к которому принадлежит данный объект. Выявляются объекты недвижимости, наиболее сопоставимые с оцениваемым, проданные относительно недавно.

Этап 2. Собирается и проверяется информация по объектам-аналогам, анализируется собранная информация и каждый объект-аналог сравнивается с оцениваемым объектом.

Этап 3. Выделенные различия в ценообразующих характеристиках сравниваемых объектов вносятся поправки в цены продаж сопоставимых аналогов.

Этап 4. Согласовываются скорректированные цены объектов-аналогов и выводится итоговая величина рыночной стоимости объекта недвижимости на основе сравнительного подхода.

В основе данных методов лежит предпосылка, что стоимость недвижимости обусловлена способностью оцениваемого объекта генерировать потоки доходов в будущем. В обоих методах происходит преобразование будущих доходов от объекта недвижимости в его стоимость с учетом уровня риска, характерного для данного объекта. Различаются эти методы лишь способом преобразования потоков дохода.

НЕСОВЕРШЕНСТВО МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ГУДВИЛЛА

Богунова А. Е, студент

Томский политехнический университет

E-mail: bealbinka@sibmail.com

Научный руководитель: Кашук И.В., к.т.н., доцент

Единой трактовки понятия деловой репутации, или ее англоязычного эквивалента гудвилла, до сих пор не существует. Но, несмотря на это, отечественные компании всеми силами пытаются оценивать ее.

Гудвил (англ. good will - добрая воля) - это такая совокупность факторов деловой репутации, репутации доброго имени фирмы (бренда), выгодности местоположения, узнаваемости торговой марки и прочих нематериальных активов, не идентифицируемых отдельно от фирмы, которая позволяет сделать заключение о будущем превышении прибыльности данной фирмы по сравнению со средней прибыльностью аналогичных фирм.

Гудвилл в деловом мире рассматривается как стоимость деловой репутации фирмы. Деловая репутация в структуре нематериальных благ выделена согласно ст. 150 Гражданского кодекса РФ [1] Гудвилл возникает, когда компания получает стабильные, высокие прибыли ее доходы превышающие средний уровень в данной отрасли. Гудвилл как экономическая величина оценивается и принимается на баланс только в момент смены владельца предприятия. Система элементов гудвилла на предприятии представлена на рисунке 1.

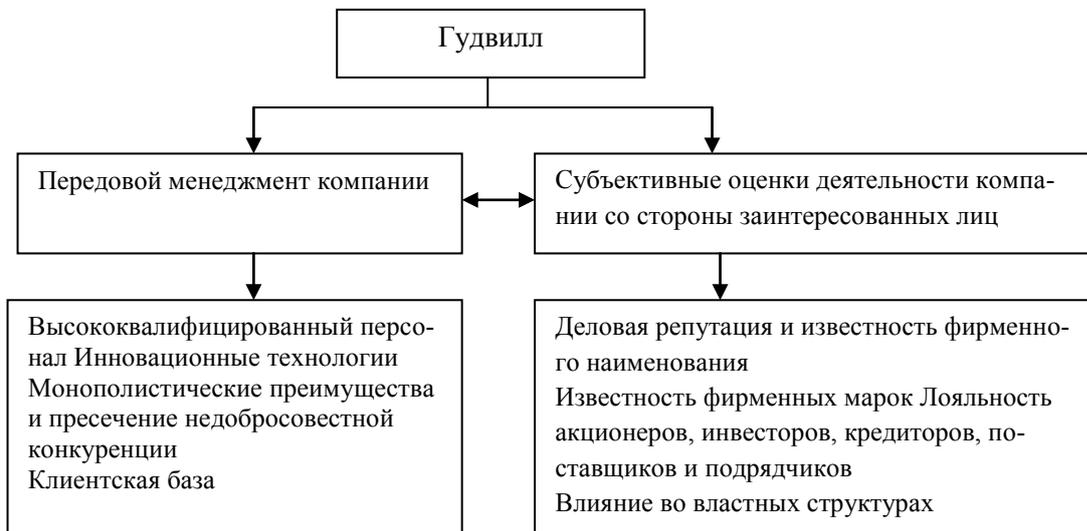


Рисунок.1. Система элементов гудвилла на предприятии

Множество существующих способов оценки деловой репутации всего лишь отражает разброд умов в определении того, что это такое. Эти способы представлены в таблице 1.[2]

Таблица 1. Методы оценки гудвилла

Качественный		Количественный
Метод социальных опросов		Метод избыточных прибылей
Экспортный метод		Метод расчета на основе положений по бухгалтерскому учету
Рейтинговый	Рекомендательный	Международный бухгалтерский метод

Из таблицы 1 видно, что существуют качественные и количественные подходы.

К качественному подходу относятся:

Метод социальных опросов: при применении этого метода узнается мнение о компании у людей, относящихся к ее целевым аудиториям. Ими могут быть представители исполнительной и законодательной власти, аналитики рынка, инвесторы и акционеры (их отношение определяет реакцию фондового рынка), средства массовой информации, потребители продукции. Главный недостаток этого метода связан с тем, что не так-то просто выяснить мнение людей, обладающих реальным влиянием, из-за их занятости или нежелания говорить искренне. Впрочем, этим страдает любой соц. опрос. Кроме того, вряд ли стоит переводить проценты данных опроса в денежные единицы.

Экспертный метод. К разновидностям которого можно отнести следующие методы:

Рейтинговый метод. Главная особенность рейтингового метода заключается в том, что компания, которая хочет оценить свою репутацию, сама ничего не делает. Рейтинги составляют уважаемые независимые организации. Из-за этого само попадание в него повышает репутацию оцениваемой компании. Ими занимаются журнал Fortune, газета Financial Times. Кроме рейтингов деловой репутации существуют близкие к ним рейтинги корпоративного управления (РКУ). В России их составлением занимаются Standard & Poor's и Институт корпоративного права и управления. Эти два рейтинга и не взаимозаменяемы, но тем не менее РКУ работают на улучшение деловой репутации.

Рекомендательный метод. Он всюду "окучивается" PR-компаниями. Так же как и в рейтинговом, специалисты анализируют каждый компонент деловой репутации оцениваемой компании, но никакого сравнения с другими участниками рынка не проводят. Выявляются описательные характеристики репутации и имиджа компании. Но при этом не переводятся качественные параметры в количественные, а тем более в финансовые. В результате подобного исследования появляется аналитическая справка, которая, позволяет получить достаточно много информации для управления компанией и планирования ее деятельности.

Что касается **количественного подхода**, то он представляет собой методы оценки стоимости деловой репутации. А именно:

Метод избыточных прибылей Компаний Brand Finance и Interbrand. По этой модели расчет стоимости деловой репутации происходит в два этапа.

На первом этапе выявляются избыточные доходы, появившиеся за счет работы гудвилла.

На второй стадии полученный результат умножается на специальный коэффициент, способ нахождения которого – ноу-хау компаний Brand Finance и Interbrand. Но известно, что он рассчитывается экспертами по таким критериям, как лидерство, интернациональность, стабильность. Способ расчета этого коэффициента и есть самая слабая сторона метода и он является более справедливым для компаний, работающих на розничном рынке. Другими словами, чувствуется маркетинговое происхождение метода.

Официальные методы оценки стоимости деловой репутации резко отличаются от предыдущего. Дело в том, что бухгалтеры оценивают деловую репутацию по факту сделки, при постановке купленной компании на баланс. По ПБУ гудвилл – это разница между ценой предприятия (как приобретаемого имущественного комплекса в целом) и стоимостью всех его активов по бухгалтерскому балансу. А по международным стандартам финансовой отчетности МСФО, гудвилл – это разница между ценой предприятия и справедливой стоимостью всех его активов.[3]

Исходя из рассмотренных методов, можно сказать, что мало кто знает, что такое деловая репутация, но все хотят ее оценить. Из-за этого возникли разнообразные методы расчета гудвилла, порой противоречащие друг другу. Возможно, стоит для начала точно определить, что же представляет собой деловая репутация предприятия, а уже потом оценивать. [4] Поэтому для получения более точной оценки гудвилла необходимо использовать как качественные, так и количественные методы, отражающие ценность деловой репутации, не только в стоимостном выражении, но и в объективном взгляде на репутацию компании.

Список используемой литературы:

1. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) ст.150 «Нематериальные блага» от 30.11.1994 N 51-ФЗ.
2. Абдулаева Н.А., Колайко Н.А.. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): Учеб. пособие. - М.: Издательство «ЭКМОС», 2008.-346с.
3. Смирнова С.А. Оценка интеллектуальной собственности: Учеб. пособие. - М. :Финансы и статистика,2008.- 452с.
4. Андрей Школиню Как оценить деловую репутацию. [Электронный ресурс] – Режим доступа www.standardandpoors.ru

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БИЗНЕСА: СРАВНЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ЗАТРАТНОГО И ДОХОДНОГО ПОДХОДОВ

Бохонец О. А., студент, Васильковская Н. Б., доцент

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

К комплексной оценке бизнеса прибегают, когда хотят определить потенциал предприятия и разработать стратегию его развития. Объектом исследования является ОАО «ССС», основной вид деятельности которого - сдача внаем собственного нежилого недвижимого имущества.

При изучении существующих концептуальных подходов оценки бизнеса и особенностях оцениваемого предприятия было принято решение о проведении оценки бизнеса предприятия ОАО «ССС» методами дисконтирования денежных потоков (далее ДДП) и методом чистых активов (далее ЧА). Предприятие находится в предкризисном состоянии: отсутствуют источники финансирования оборотных активов; наблюдается дефицит денежных средств для расчетов по своим краткосрочным обязательствам. В 2007 году наблюдается значительное увеличение количества долгосрочных кредитов. Z-счет Альтмана показывает, что вероятность банкротства ОАО «ССС» достаточно высока, хотя за последний год она снижается.

В методе ДДП учитывалась только та часть его капитала, которая может приносить доходы в той или иной форме в будущем. Прогнозный период – 5 лет. При расчете прогнозируемого денежного потока были использованы фактические и прогнозные значения ИПЦ в РФ и в Томской области за период 2007-2012 гг.

В соответствии с кумулятивным методом построения ставка дисконтирования для собственного капитала ОАО «ССС» рассчитывалась по формуле 1 и составила 28,36%.

$$R_e = R_f + \beta * (R_m - R_f) + S_1 + S_2 + S_3, \quad (1)$$

где R_e - ожидаемая инвестором ставка дохода (на собственный капитал);

R_f - безрисковая ставка;

β - коэффициент “бета”;

$(R_m - R_f)$ - рыночная премия за риск акционерного капитала;

S_1 - премия за страновой риск;

S_2 - премия за малую капитализацию;

S_3 - премия за специфический риск оцениваемой компании.

В соответствии с моделью Гордона была рассчитана остаточная стоимость, которая составила 80 114 163 рубля (Таблица 1).

Таблица 1 – Расчет остаточной стоимости

Показатель	Последний год прогноза, 2012 г.	Постпрогнозный период, 2013 г.
Рост выручки, %		9%
Выручка, тыс. руб.	46 108,043	50 257,767
Маржа ЕБИТ, %	45,22%	45,22%
Операционная прибыль (ЕБИТ), тыс. руб.	20 850,057	22 726,562
Ставка налога на прибыль	20%	20%
Чистая операционная прибыль (NOPLAT), тыс.руб.	15 846,043	17 272,187
Изменение оборотного капитала, тыс. руб.	2 561,183	2 858,280
Денежный поток, тыс.руб.	13 284,860	14 413,907
Ставка дисконтирования, %	28,36%	28,36%
Остаточная стоимость, тыс.руб.		80 114,163

Расчет рыночной стоимости ОАО «ССС» методом ДДП основан на учете размера денежного потока на собственный капитал (по полной сумме за период), и остаточной стоимости. Таким образом, рыночная стоимость собственного капитала, округленно равна 136 991 000 рублей

Метод стоимости чистых активов применяют в том случае, если компания обладает значительными материальными активами и ожидается, что будет по-прежнему действующим предприятием. Рыночная стоимость составляет 166 774 000 рублей. Расчет приведен в таблице 2.

Для целей управления стоимостью предприятия используется несколько методов оценки и, соответственно, несколько показателей стоимости. Эти показатели не подлежат интегрированию, они анализируются отдельно, сравниваются между собой и служат для принятия различных управленческих решений.

Таблица 2 - Расчет рыночной стоимости ОАО «ССС» методом чистых активов, тыс.руб.

	Остаточная балансовая стоимость на 01.01.2008 г.	Корректировки	Рыночная стоимость на 01.01.2008 г.
Всего активы	35 561,000	166 697,000	202 258,000
Всего обязательства	33 504,000	1 980,000	35 484,000
Стоимость чистых активов	2 057,000	164 717,000	166 774,000
Итого рыночная стоимость собственного капитала округленно	166 774,000		

Так как оцениваемое предприятие имеет организационно-правовую форму ОАО, то была рассчитана цена выкупа обыкновенной акции, которая составила 11,123 тыс.руб.

Каждый из подходов имеют свои преимущества и недостатки.

Неоспоримым преимуществом затратного подхода является то, что он базируется на реальной стоимостной оценке существующих активов предприятия. Данный подход определения стоимости предприятия применим в случае его купли-продажи целиком или по частям и необходим для оценки предприятия для подписания договоров, устанавливающих доли совладельцев в случае расторжения договора или смерти одного из партнеров. Недостатком подхода является невозможность учета будущих денежных поступлений и уровня отдачи на существующие активы.

ДДП с точки зрения доходности обладает преимуществом учета прогнозных оценок, опирается на ожидания относительно будущих доходов, расходов и капитальных вложений. Однако он ориентирован не на факты, а на умозрительные заключения относительно возможных вариантов будущего развития. Метод ДДП применим в процессе стратегического планирования, при котором важно оценить будущие доходы фирмы, степень ее устойчивости и ценность имиджа; определить кредитоспособности предприятия и стоимости залога при кредитовании.

По нашему мнению, в данном случае, наиболее достоверен в данном случае затратный подход, который базируется на рыночной стоимости реальных активов предприятия, но не отражает будущие доходы бизнеса. Сложность применения доходного подхода заключается в непредсказуемости темпов инфляции и нестабильности рыночной экономики в нашей стране. Тем не менее, считаю возможным применение доходного подхода при обобщении результатов оценки (таблица 3).

Таблица 3 – Сравнение результатов оценки стоимости бизнеса двумя методами

Критерии	Затратный подход	Доходный подход
Полнота, качество и достоверность исходных данных	0,80	0,20
Степень учета потребительских свойств объекта	0,6	0,4
Система расчета стоимости	0,6	0,4
Ранг	2,0	1,0
Вес	0,60	0,40

Оценочное заключение базируется на анализе преимуществ и недостатков каждого метода, а также на анализе количества и качества данных в обоснование каждого из примененных методов.

Список используемой литературы:

1. Оценка бизнеса: Учебник, 5 изд. /Под ред. А.Г.Грязновой, М.А.Федотовой.-М.:Финансы и статистика,2007.-736 с.
2. Три подхода к оценке стоимости бизнеса (Джеймс Р. Хитчнер, 2008) - Издательство: Маросейка, 2008 г.- 304 стр.
3. Оценка стоимости бизнеса (В.М.Рутгайзер, 2008) - 2-е издание, Издательство: Маросейка, 2008 г.- 432 стр.

АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ И ПУТЕЙ ЕЕ СНИЖЕНИЯ

Варюшкин А. С., студент

Томский политехнический университет

В статье описывается методика, позволяющая управлять затратами путем выявления и учета отклонений фактических значений затрат на производство от норм, бюджетов и планов в строительной организации. Приводятся соответствующие бухгалтерские записи.

Себестоимость продукции – один из основных экономических показателей, характеризующих производственно-хозяйственную деятельность организации. Он отражает не только все стороны этой деятельности, но и эффективность использования ресурсов, рациональность организации производства, труда, управления. Величина себестоимости продукции влияет на формирование прибыли, фондов и резервов и соответственно на налогообложение. Чем больше сумма прибыли, тем больше сумма налога, уплачиваемого организацией в бюджет. Поэтому государство регламентирует состав и уровень расходов, включаемых в себестоимость продукции. Чем меньше себестоимость производимой продукции, тем выше ее конкурентоспособность, ощутимее экономический эффект от продажи продукции.

Себестоимость продукции служит базой для ценообразования и формирования финансовых результатов. Поэтому систематическое снижение себестоимости продукции - необходимое условие повышения экономической эффективности производства. От уровня себестоимости зависят финансовые результаты деятельности, темпы расширенного воспроизводства, финансовое состояние хозяйствующего субъекта.

Себестоимость продукции (работ, услуг) представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на производство и реализацию.

Анализ общепроизводственных и общехозяйственных расходов требует значительных затрат времени. Эти статьи расходов являются комплексными и состоят из большого набора элементарных видов расходов, разнообразных по своему экономическому содержанию. Эффективность и оперативность управления затратами посредством выявления и учета отклонений зависят от инструмента, с помощью которого осуществляется выявление отклонений.

В мировой учетной практике применяются в основном два направления учета отклонений от норм, бюджетов, планов. Первое направление основано на отражении отклонений в системном бухгалтерском учете на синтетических и аналитических счетах, анализе данных об отклонениях, аккумулирующихся на этих счетах со значительной степенью детализации информации, и последующем списании отклонений на счета реализации или результатов. Второе направление характеризуется отражением отклонений в первичной документации и учетных регистрах вне системы синтетических и аналитических счетов.

Отечественной практике был свойствен внесистемный метод учета и анализа отклонений, который для выявления и учета отклонений обходился без специальных счетов и субсчетов. При использовании существующего плана счетов возможно отражение на счетах отклонений только по готовой продукции и материалам.

Многие отклонения можно зафиксировать в момент их возникновения в первичных документах. Эти отклонения называются документированными. Но существуют отклонения, которые нельзя выявить в момент их возникновения, они определяются расчетным путем. Такие отклонения называются недокументированными. Недокументированные отклонения представляют собой разницу между общей суммой отклонений (фактические затраты по данным бухгалтерского учета минус затраты по нормам) и документированной их частью. Возможные причины недокументированных от-

клонений - неточность расчета документированных отклонений, недостатки организации отпуска и замены материалов, скрытый брак, приписки, недостачи, потери, порча деталей и конструкций, применение неодинаковых оценок в нормативных калькуляциях и текущем бухгалтерском учете, неточность определения остатков незавершенного производства и его оценки и т.д.

В действующей системе учета затрат можно организовать учет нормативных и бюджетных (сметных) затрат с целью их сравнения и оперативного выявления всех возникших отклонений в системном порядке. Для эффективного применения данной методики учета в случае нормативных затрат необходимо соблюдать следующие условия:

- открываются субсчета для затрат по нормам и отклонений от норм;
- учет затрат производится по одинаковым аналитическим признакам на субсчете для затрат по нормам и отклонений от норм;
- первичная документация содержит все необходимые реквизиты;
- за каждым конкретным подразделением закрепляются статьи затрат по конкретным видам ресурсов;
- первичная документация обрабатывается оперативно.

Выявление отклонений фактических затрат от нормативных или бюджетных осуществляется на счете 20 "Основное производство", к которому открываются два субсчета: 20-1 "Основное производство. Нормативные затраты" и 20-2 "Основное производство. Отклонения в затратах".

Предлагается следующий порядок ведения основных записей хозяйственных операций на счетах.

На первом этапе фиксируются фактические затраты на производство:

Дебет 20-2, Кредит 10, 70 и др.

На втором этапе производится отражение всех нормативных или бюджетных (сметных) затрат по статьям затрат, составляющим производственную себестоимость строительной продукции, по дебету субсчета 20-1 в корреспонденции с кредитом субсчета 20-2. Путем сопоставления фактических затрат с нормативными (по материалам, трудовым затратам и затратам на использование машин и механизмов) и сметными (по общепроизводственным расходам) на субсчете 20-2 выявляются соответствующие отклонения.

В результате сопоставления дебетовых и кредитовых оборотов на субсчете 20-2 устанавливаются: статьи затрат, место возникновения затрат, объект строительства, отклонения в себестоимости строительной продукции. При этом, если оборот по дебету превышает оборот по кредиту, то отклонения неблагоприятны, если оборот по кредиту превышает оборот по дебету, то благоприятны.

Существуют два варианта перенесения отклонений с субсчета 20-2. Это зависит от способа оценки строительной продукции - по нормативным или фактическим затратам.

В первом случае отклонения отражаются на счетах реализации следующим образом. при перерасходе:

Дебет 90, Кредит 20-2.

При отражении экономии - способом "красное сторно":

Дебет 90, Кредит 20-2.

Во втором случае отклонения отражаются в себестоимости строительной продукции и оформляются в конце каждого месяца следующими записями.

При перерасходе:

Дебет 20-1, Кредит 20-2.

При отражении экономии - способом "красное сторно":

Дебет 20-1, Кредит 20-2.

Кроме того, субсчет 20-2 может закрываться только в конце года. Это означает, что он имеет сальдо по окончании каждого месяца.

Таким образом, в итоге дебетовая сторона субсчета 20-1 представляет собой нормативные или бюджетные затраты и корректировку отклонений в затратах. Кредитовая и дебетовая сторона субсчета 20-2 служит для отражения отклонений фактических затрат от нормативных (бюджетных).

Информация, содержащаяся на субсчетах 20-1 и 20-2, предназначена исключительно для внутреннего использования в организации и поэтому должна носить конфиденциальный характер.

Выявленные отклонения анализируются по факторам цен и объемов в несистемном порядке.

Отклонения фактических затрат от бюджетных можно выявить по такой же методике открыв, субсчета для бюджетных затрат и отклонений от бюджетов к счетам 25 "Общепроизводственные расходы" и 26 "Общехозяйственные расходы".

Преимущества предложенной методики учета состоят в относительной простоте учета и выявления отклонений затрат от норм и планов, а также в том, что эта методика не нарушает целостности системы учета, обеспечивая тождественность данных управленческого и бухгалтерского учета и соответственно возможность контроля, делает информацию доступной для внутренних пользователей. Недостатком является то, что выявляется общая сумма отклонений без разделения на отклонения по факторам (норм и цен). Дальнейший анализ отклонений осуществляется внесистемным способом в специальных регистрах с применением математических методов.

Список используемой литературы:

1. Бороненкова С.А. Экономический анализ в управлении предприятием. - М.: Финансы и статистика. 2009. 224 с.
2. Макарьева В.И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации для бухгалтера и руководителя. - М.: Налоговый вестник. 2009. 251 с.
3. Пошерстник Н.В., Мейксин М.С. Бухгалтерский учет в строительстве. - СПб.: "Издательский дом Герда". 2008. 592 с.
4. Пронина Е.А. Учет и налогообложение в строительстве. - М.: Изд-во "Бухгалтерский учет". 2010. 256 с.
5. Строительство: учет и налогообложение/Под ред. Л.В. Тереховой. - Издание второе, перераб. и доп. - М.: ИД ФБК-ПРЕСС. 2008. 248 с.

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Войшева А. С., студент; Кашук И. В., доцент

Томский Политехнический Университет

E-mail: ya.anechka88@yandex.ru

Повышение уровня конкурентоспособности организации, в том числе и в условиях кризиса в решающей степени определяется качеством имеющегося персонала: его квалификацией, потенциалом, степенью сплоченности, лояльностью к организации и мотивацией к высокопроизводительному труду. Разумеется, качества отдельных руководителей играют немаловажную роль для эффективной деятельности предприятия, однако его стабильность и степень «выживаемости» зависят, прежде всего, от качеств «среднего» персонала, которые в свою очередь, определяются существующей системой управления трудом.

В условиях рыночной экономики конкурентоспособность организации определяется тем, насколько мобильно она реагирует на любое изменение внешней по отношению к ней среды, насколько чутко улавливает изменения потребностей рынка, насколько она готова к постоянным изменениям.

В этих условиях требуется принципиально новый тип работника: высококвалифицированный, инициативный, склонный к инновациям, готовый самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность, привязывающий свои личные цели к целям организации, в которой работает, ориентированный на долгосрочное сотрудничество.

Как правило, одной из базисных причин кризисного состояния отечественных предприятий, наряду с микро- и макроэкономическими причинами является несоответствие принципов и методов управления персоналом современным условиям рыночной экономики.

У руководителей предприятия слишком сильны стереотипы административной системы управления, для которой персонал является ресурсом вспомогательным, а каждый работник рассматривался лишь как легко заменимый «винтик» механизма.

Правильное использование сотрудников организации, в соответствии с их способностями, является одной из главных причин ее успешной работы.

И, наоборот, незнание способностей людей, а, следовательно, и их потенциальных рабочих возможностей, расстановка людей в нарушение личностных интересов, в несоответствии со способностями является одной из возможных причин кризиса организации. Как показывает практика, отечественное предприятие, находящееся в системном кризисе, чаще всего сталкивается не только с

проблемами технологического или финансового характера, но и с такими «кризисогенными» проблемами в сфере управления персоналом, как:

- чрезмерная жесткость и иерархичность организационных структур;
- монополизация информации, полномочий и ответственности в рамках руководства предприятия;
- отсутствие четкого, рационального распределения функций между подразделениями, дублирование работ;
- отсутствие общих для всего персонала традиций и норм поведения;
- низкая трудовая дисциплина;
- избыточная численность персонала, несоответствие его квалификационной структуры потребностям предприятия;
- низкая производительность и т.п.

Все вышеуказанные явления обусловлены в первую очередь недостатками существующей на предприятии системы управления трудом. Таким образом, совершенствование системы управления персоналом является одним из направлений антикризисной стратегии предприятия, что должно быть отражено в антикризисной программе.

Эта программа должна предусматривать переориентацию на принципиально новые цели и методы работы с персоналом.

К ним относятся:

- ориентация на наиболее полное использование имеющегося на предприятии кадрового потенциала;
- уменьшение иерархических уровней управления, упрощение организационных структур за счет децентрализации полномочий и ответственности в масштабах предприятия;
- разработка объективных критериев оценки результативности деятельности работников;
- совершенствование стимулирования работников, переход к предельно гибким системам оплаты труда, ориентирующим работника на эффективный труд не только на его рабочем месте, но и на достижение конечных целей деятельности предприятия в целом;
- создание эффективной системы совершенствования кадрового потенциала предприятия на основе программ развития персонала;
- выработка корпоративной культуры предприятия, обеспечивающей высокие социально-экономические показатели.

Нужно отметить, что согласно концепции организационной культуры, принятой в современном менеджменте, организация рассматривается как живой организм, способный за счет собственных ресурсов к постоянному обновлению.

Адаптация к изменениям внешней среды расценивается в настоящее время как норма деятельности предприятия в рыночной экономике. Успех этой адаптации определяется тем, насколько работники интегрированы в систему ценностей предприятия, насколько они готовы к постоянным новациям, существует ли на предприятии единая организационная культура, или каждая социальная группа живет по своим собственным правилам.

Состояние корпоративной культуры предприятия является результирующей деятельности по управлению имеющимися человеческими ресурсами и, одновременно, индикатором соответствия или несоответствия принципов и методов системы управления персоналом реалиями среды деятельности предприятия.

Новые методы управления человеческими ресурсами, ориентированные на быстрые технологические изменения и инновационность превращаются в важные компоненты стратегии управления. А сами работники начинают рассматриваться как ключевые ресурсы предприятия.

В антикризисном управлении особое главенствующее значение имеет качество руководства, способность основных менеджеров предприятия решать самые, казалось бы, неразрешимые проблемы бизнеса, используя весь современный управленческий инструментарий на основе новаторских методов и приемов:

- а) наличие глубоких знаний в области управления предприятием;
- б) высокая компетентность в вопросе технологии производства в той отрасли производства, к которой относится фирма по виду и характеру своей деятельности;
- в) владение не только навыками администрирования, но и предпринимательства, умение контролировать ситуацию на рынках, проявлять инициативу и активно перераспределять ресурсы фирмы в наиболее выгодные сферы применения;

г) способность принимать обоснованные и компетентные решения на основе согласования с нижестоящими руководителями и работниками, также в сфере распределение и оценка результатов участия каждого в их исполнении.

Конструктивное взаимодействие сотрудников предприятия по выводу из кризиса может быть основано прежде всего на авторитете руководителя, координирующего данную деятельность- антикризисного управляющего.

Успех его деятельности зависит от решения взаимосвязанных проблем, обусловленных его отношениями с трудовым коллективом кризисного предприятия:

- проблемы своей собственной адаптации к новой должности и, в связи с этим, к новой профессиональной деятельности, к новому социальному окружению;
- проблемы мобилизации кадрового потенциала предприятия на реализацию антикризисной программы.

Для работников предприятия, оказавшегося в условиях системного кризиса, большое значение имеет демонстрация руководителем своей близости к коллективу. Разумеется, немаловажное значение для мобилизации коллектива имеет доверие к профессиональной компетентности и социальной ответственности управляющего, вера в то, что он достаточно тверд, чтобы воплотить задуманное и достаточно квалифицирован, чтобы сделать это с наименьшими потерями для коллектива. Иными словами, крайне желательно наличие у антикризисного управляющего неких личностных черт, которые позволяют ему сплотить коллектив вокруг себя и мобилизовать его на реализацию антикризисной программы.

Создание подлинно эффективной системы управления трудом на предприятии процесс длительный, требующий постоянных усилий и неослабленного внимания со стороны администрации на основе создания высококвалифицированных служб управления персоналом и обеспечения их высокого статуса в структуре предприятия.

Необходимо изменение приоритетов управления в сторону человеческих ресурсов, которые в настоящее время считаются главным достоянием предприятия, основным фактором его стабильности и эффективности.

Список используемой литературы:

1. Баринов В.А. Антикризисное управление: Учебное пособие. - М.: ИДФБК-ПРЕСС, 2002. – 520с.
2. Базаров Т.Ю., Еремин Б.Л. Управление персоналом – Москва: Юнити, 2002г.
3. www.top-personal.ru

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БИЗНЕСА

Гаак В. В., студент

Томский политехнический университет

E-mail: gv-leon@sibmail.com

Научный руководитель: Еремин В. В., к.э.н., доцент.

Оценка стоимости бизнеса – это процесс определения рыночной стоимости его капитала. Возникновение таких процессов как приватизация, появление фондового рынка, развитие системы страхования, переход коммерческих банков на систему выдачи кредитов под залог имущества формируют потребность в проведении работ по оценке бизнеса. Другое определение оценки звучит следующим образом: Оценка бизнеса – это акт или процесс определения стоимости предприятия или доли акционеров в его капитале. Работы по оценке бизнеса могут стать постоянно осуществляемой функцией. Ею необходимо заниматься для определения влияния инновационно-инвестиционной деятельности на рыночную стоимость предприятия (стоимость акций предприятия), при оценке предприятия подлежащего продаже, а также того, на какую сумму может быть застраховано стабильно работающее предприятие.

Часто распространенный случай – это оценка бизнеса для его продажи. Смысл таких операций состоит в том, что при изменении направлений деятельности предприятию значительно выгоднее выделить продаваемое направление в отдельную компанию и продать ее, как действующее предприятие, чем увольнять сотрудников и распродавать материальные и нематериальные активы отдельно. Ведь стоимость работающего бизнеса и суммарная стоимость его активов за вычетом обязательств

могут отличаться в разы. Как раз для таких целей и проводится оценка бизнеса, ведь фактически она говорит о том, сколько будет стоить предприятие, в которое будет передан этот бизнес.

В основе оценки стоимости любого бизнеса лежит детальный анализ его финансовой эффективности и привлекательности, как средства размещения капитала. Такой подход оправдан еще и тем, что покупатель, прежде всего, ориентирован на получение прибыли, именно для этого он занимается предпринимательской деятельностью и делает новые приобретения. Его интересует какие доходы приносил этот бизнес в прошлом, какие доходы он может принести в будущем и какие средства нужно в него вложить. Именно эти соображения влияют на его решение о покупке. Хотя суммарная рыночная стоимость всех, приобретаемых в составе предприятия, материальных и нематериальных активов: оборудования, недвижимости, запасов, торговой марки, ноу-хау и технологий - конечно, имеет важное значение, но все-таки именно финансовая успешность бизнеса и перспективы развития являются наиболее весомыми аргументами при его покупке и оценке стоимости.

Для оценки стоимости бизнеса необходимо определить:

- стоимость всех активов компании (финансовых вложений, нематериальных активов, недвижимого имущества, в виде машин и оборудования, складских запасов);
- эффективность работы компании (абсолютно все доходы в прошлом, настоящем и будущем);
- перспективы развития и проблемы конкуренции на данном рынке;
- сравнение оцениваемой компании с предприятиями такого же типа.

Такая комплексная оценка бизнеса предприятия дает реальную картину состояния предприятия и позволяет наметить перспективы развития, либо коррекцию бизнеса по некоторым проблемным направлениям.

Метод оценки должен определяться причинами ее проведения. После определения причин возникновения оценки и прежде чем приступать к обсуждению подходов и методов, применяемых в процессе оценки бизнеса необходимо четко понимать, что весь процесс оценки напрямую зависит от причин ее побудивших и целей ею преследуемых. При этом один и тот же объект на одну дату обладает разной стоимостью в зависимости от целей его оценки, и следовательно стоимость определяется различными методами.

В таблице 1 приведена примерная классификация существующих целей оценки бизнеса со стороны различных субъектов.

Таблица 1

Субъект оценки	Цели оценки
Предприятие как юридическое лицо	Обеспечение экономической безопасности
Разработка планов развития предприятия	
Выпуск акций	
Оценка эффективности менеджмента	
Собственник	Выбор варианта распоряжения собственностью
Составление объединительных и разделительных балансов при реструктуризации	
Обоснование цены купли-продажи предприятия или его доли	
Установление размера выручки при упорядоченной ликвидации предприятия	
Кредитные учреждения	Проверка финансовой дееспособности заемщика
Определение размера ссуды, выдаваемой под залог	
Страховые предприятия	Установление размера страхового взноса
Определение суммы страховых выплат	
Фондовые биржи	Расчет конъюнктурных характеристик
Проверка обоснованности котировок ценных бумаг	
Инвесторы	Проверка целесообразности инвестиционных вложений
Определения допустимой цены покупки предприятия с целью включения его в инвестпроект	
Государственные органы	
Определение облагаемой базы для различных видов налогов	Подготовка предприятия к приватизации
Установление выручки от принудительной ликвидации через процедуру банкротства	
Оценка для судебных целей	

Мы видим, насколько различны цели оценки. А теперь представим, может ли стоимость приобретения предприятия для реализации инвестпроекта быть равной стоимости принудительного банкротства, или суммарная стоимость акций реальной стоимости бизнеса по его активам? В действительности искомая стоимость бизнеса будет соотноситься с целью проводимой оценки через саму стоимость.

Для того, чтобы оценка бизнеса осуществлялась качественно есть необходимость не только учитывать затраты связанные с производством товара, но и обращать пристальное внимание на экономический имидж предприятия (положение предприятия на рынке, уровень конкуренции, риски, фактор времени).

Список используемой литературы:

1. Материалы с сайта <http://www.dist-cons.ru/>
2. Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» №135 от 29 июля 1998г.
3. «Оценка Объектов и Прав Собственности», Журнал “Нефтегазовая вертикаль” №6 (163), апрель 2007.
4. Грязнова А.Г., Федотова М.А. «Оценка бизнеса». Учебное пособие, Москва, Финансы и статистика, 2002г.

ОСОБЕННОСТИ И ФАКТОРЫ ОЦЕНКИ ПРЕДПРИЯТИЯ В АНТИКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД

Гомбоева Л. В., студентка

Томский Политехнический университет

E-mail: dzhimmi-dzhimmi@mail.ru

Научный руководитель: Ерёмин В. В., к.э.н., доцент.

Современная экономическая ситуация в России и в мире в целом характеризуется рядом негативных явлений, все сферы экономики так или иначе пострадали от разрушительной силы недавнего кризиса. В ситуации экономического кризиса вопросы оценки предприятия приобретают особую значимость: претерпевают изменение факторы оценки предприятий и бизнеса в целом, выделяются некоторые особенности оценки предприятий в указанный период.

Прежде чем мы начнём рассматривать данные особенности факторы, определим, что такое оценка предприятия.

Оценкой предприятия называют определение рыночной стоимости активов и пассивов (недвижимости, оборудования, машин, запасов на складах, финансовых вложений, а также нематериальных активов – стоимости бренда, интеллектуальной собственности, наработанной базы клиентов, отношений с персоналом и т.д.)

При оценке предприятия также обязательно подлежит оценке эффективность его деятельности, настоящие, прошлые и потенциальные доходы, перспективы развития и конкурентная среда на данном рынке. В результате такого комплексного подхода определяется реальная рыночная стоимость предприятия и его способность приносить прибыль.

Оценка предприятия – определение рыночной стоимости предприятия, хозяйствующего субъекта, со всей совокупностью лежащих на нем прав и обязательств. Оценка рыночной стоимости предприятия включает углубленный финансовый, организационный и технологический анализ текущей деятельности и перспектив оцениваемого предприятия.

Оценка предприятий обычно проводится при:

- приватизации предприятия;
- осуществлении эмиссии акций;
- проведении операций купли-продажи;
- реорганизации или ликвидации предприятия;
- оценке целесообразности принятия управленческих решений.

Сторонами, заинтересованными в оценке предприятия, являются – собственник данного предприятия, потенциальный его покупатель, управленческое звено предприятия и партнёры.

Оценка стоимости предприятия, в том числе определение стоимости его ценных бумаг, долей в его капитале, паев необходима при целом ряде операций, например, при выкупе акций, эмиссии ценных бумаг, а также при обжаловании решения об отчуждении собственности и т.д.

Главной особенностью оценки предприятия в антикризисный период является повышение ответственности в определении рисков. Поскольку главной целью в этой ситуации является адекватная и максимально объективная оценка предприятия, то в антикризисный период необходимо учитывать следующие факторы:

- резкие колебания цен на недвижимость и оборудование;
- сложность определения уровня доходов предприятия из-за нестабильности экономической ситуации;
- изменчивость конкурентной среды в данный период.

При оценке предприятия в антикризисный период рекомендуется использовать три подхода – затратный, доходный и рыночный.

Суть затратного подхода состоит в оценке стоимости предприятия с точки зрения издержек на его создание при условии, что предприятие является действующим. Затратный подход наиболее подходит для оценки предприятия для целей имущественного или подоходного налогообложения, страхования, проведения технико-экономического анализа. При определении инвестиционной привлекательности предприятия, инвестора, прежде всего, интересуют будущие доходы от владения бизнесом данного предприятия в антикризисный период. Здесь на помощь приходит доходный подход.

Суть доходного подхода к оценке стоимости предприятия заключается в определении величины будущих доходов, которые будет получать собственник бизнеса, с учетом риска их неполучения. Оценка предприятия доходным подходом предполагает составление прогноза будущих доходов от функционирования бизнеса и их приведение к стоимости на дату проведения оценки. Доходный подход всегда применяется для оценки инвестиционной привлекательности бизнеса, определяемой для конкретного инвестора, с учетом его индивидуальных требований к доходности, рискам, масштабам инвестиций и пр.

Наконец, суть сравнительного подхода к оценке бизнеса состоит в сопоставлении стоимости оцениваемого предприятия со стоимостью других (аналогичных) предприятий. В рамках этого подхода, проводится сравнение оцениваемого предприятия с аналогичными предприятиями, чьи акции или доли в уставном капитале недавно были реализованы на открытом рынке. Этот подход можно использовать и для оценки бизнеса предприятия, акции которого не участвуют в открытой продаже на фондовом рынке, при условии сравнения его с аналогичными по своей производственной деятельности предприятиями, акции которых участвуют в биржевых операциях.

Очевидно, что комплексная оценка бизнеса предприятия должна осуществляться как с учетом результатов затратного подхода, так и с учетом результатов, полученных с помощью доходного и сравнительного подходов. Другими словами, для получения точной и обоснованной величины рыночной стоимости предприятия, необходимо провести комплексное исследование, базирующееся на одновременном использовании трех подходов к оценке, что позволит устранить односторонность оценок, полученных с применением разных оценочных подходов.

Стоит отметить, что сама оценка стоимости предприятия служит исходной информацией для принятия определенных решений в ходе антикризисного управления. И если произошел самый печальный исход в бизнесе: оценка стоимости играет немаловажную роль в арбитражном управлении на различных стадиях процедуры банкротства.

Список используемой литературы:

1. А. Т. Зуб . Антикризисное управление Учебное пособие – М.: «Аспект Пресс»; 2005.
2. <http://arbitration.narod.ru/>
3. <http://www.anticrisis.ru/>

УПРАВЛЕНИЕ ПОРТФЕЛЕМ АКЦИЙ: ПРОБЛЕМА РЫНОЧНОГО РИСКА

Дробот Л. П., студент

Томский государственный университет

E-mail: Ldrobot@mail.ru

Научный руководитель: Счастливая Т. В., к.э.н., доцент

Управление портфелем акций – процесс принятия решений в постоянно меняющихся рыночных условиях. Ожидаемая доходность и вероятность ее недостижения всегда выступают областью неопределенности, риска. Между тем требования, предъявляемые к конечному результату управления портфелем акций, всегда остаются неизменно-определенными. Обеспечение сохранности капитала, его накопление или агрессивный рост – вот главные принципы, на которых базируется любая инвестиционная политика. Реализация этих принципов на практике является основной задачей инвестирования на рынке акций.

Методология формирования инвестиционного портфеля и дальнейшего управления им является областью практического применения научных знаний. Фактически это инструмент принятия инвестиционных решений, прямо влияющий на итоговый результат инвестирования, потому что этот процесс представляет особый исследовательский интерес.

В частности, актуальной проблемой, требующей серьезного исследования, представляется несовершенство методологической основы традиционных стратегий управления портфелем акций – современной портфельной теории, в центре которой находится модель оптимально диверсифицированного портфеля.

Согласно данному подходу, риск, с которым связано владение активом, можно разделить на две части. Первая составляющая — это рыночный риск. Его также именуют системным или недиверсифицируемым, или неспецифическим. Он связан с состоянием конъюнктуры рынка, общезначимыми событиями, например, войной, революцией. Его нельзя исключить, потому что это риск всей системы. Вторая часть — нерыночный, специфический или диверсифицируемый риск. Он связан с индивидуальными чертами конкретного актива, а не с состоянием рынка в целом. Например, владелец какой-либо акции подвергается риску потерь в связи с забастовкой на предприятии, выпустившем данную бумагу, некомпетентностью его руководства и т. п. Данный риск является диверсифицируемым, поскольку его можно свести практически к нулю с помощью диверсификации портфеля. Как показали исследования западных ученых, портфель, состоящий из хорошо подобранных 10-20 активов, способен фактически полностью исключить нерыночный риск. Широко диверсифицированный портфель включает в себе практически только рыночный риск. Слабо диверсифицированный портфель обладает как рыночным, так и нерыночным рисками. Таким образом, инвестор может снизить свой риск только до уровня рыночного, если сформирует широко диверсифицированный портфель. При этом рыночный риск считается принципиально неустранимым. [2, с. 278-280]

Ввиду того, что в мировой практике, и в том числе на российском фондовом рынке, при управлении портфелями акций эта теоретическая концепция нашла самое широкое применение, а реализация рыночных рисков в последние годы – явление более чем распространенное, инвесторы год за годом сталкиваются с тем, что результаты использования стратегий, базирующихся на постулатах современной портфельной теории, кардинальным образом не совпадают с первоначальными инвестиционными целями и периодически приводят к серьезным потерям стоимости инвестированного капитала. Так, например, анализируя только последние годы, можно вспомнить обвал российских акций, связанный с делом «ЮКОСа», когда никакая диверсификация портфеля по всеми акциям, доступным на национальном рынке, не спасала вложенные капиталы от разрушительных по величине убытков. Можно вспомнить и возникший в результате подъема учетной ставки ФРС США глобальный биржевой кризис, когда от убытков не спасла бы даже международная диверсификация между национальными рынками. Также ярким примером ситуации, повлекшей за собой огромные убытки, когда диверсификация не смогла предотвратить это, является последний финансовый кризис 2008 года. Таким образом, важной целью исследователей методологии управления портфелем акций видится поиск подходов к управлению портфелем акций, содержащих механизм управления рыночным риском. Один из возможных путей достижения этой цели, на наш взгляд, может быть одновременное применение не одной, а сразу нескольких инвестиционных стратегий. [1, с. 47]

Исходя из объективно существующих проблем отдельных стратегий управления портфелем акций, важной задачей представляется поиск методического подхода полноценной диверсификации

портфеля акций, позволяющего управлять рисками любой отдельно взятой стратегии (включая рыночный риск современной портфельной теории) и использовать лучшие качества этих стратегий для повышения эффективности инвестиций. Посмотрим, за счет чего может быть обеспечена защита вложений от рыночного и иных классифицированных факторов риска при одновременном использовании не одной (как это предлагается современной портфельной теорией), а сразу же нескольких инвестиционных стратегий.

Категория рыночного риска теоретически может быть полностью устранена, как только инвестор начнет одновременно с традиционными стратегиями использовать альтернативные активные стратегии, допускающие возможность «коротких» позиций (прибыль от снижения котировок получается, когда инвестор занимает акции у брокера и продает по дорогим ценам, после чего в случае падения котировок покупает акции обратно дешевле и возвращает назад брокеру). [1, с. 50]

В случае, когда теоретически инвестор обладает возможностью превратить падение биржевых индексов в прибыль (занять на рынке только «короткие» позиции), реальным фактором риска становится общерыночный рост котировок. В результате чего инвестору приходится совершать выбор – какой сценарий развития рыночной ситуации представляется ему наиболее вероятным. Выбор этот определяется на основании используемой стратегии инвестирования и, в частности, метода прогнозирования ситуации, лежащего в ее основе. Следовательно, общий риск потерь при использовании нескольких стратегий одновременно зависит только от эффективности этих стратегий, а не от абстрактной, вследствие чего и неуправляемой, категории рынка. Неопределенность относительно эффективности этих стратегий в будущем – вот, что действительно должно беспокоить инвестора. Однако никакой речи о том, чтобы просто принять эту неопределенность как должную и смириться со всеми рисками в этом случае уже не идет: конечный результат зависит в первую очередь от самого управляющего, а не от неуправляемого системного риска, а значит, вполне управляем.

Тогда можно привести описание базовой модели полноценной диверсификации портфеля акций по аналогии с базовой моделью современной портфельной теории. Основным отличием такого подхода от решения проблемы, предложенного в свое время классической портфельной теорией, станет объект диверсификации. Теоретическая возможность устранения рисков отдельных стратегий управления портфелем акций (включая рыночный риск современной портфельной теории) при сохранении доходности инвестиций становится возможной при проведении инвестором диверсификации капитала среди различных инвестиционных стратегий, а не доступных на рынке акций. Для достижения этой цели инвестору следует выбрать такую комбинацию стратегий, в которой каждая из стратегий будет исторически эффективна, при этом доходности этих стратегий должны быть как можно более независимыми друг от друга. [1, с. 50]

Соблюдение требований эффективности и независимости позволяет защитить портфель от всех классифицированных факторов риска отдельных стратегий: подобный портфель стратегий не зависит от уровня эффективности рынка (одновременно используются как традиционные, так и альтернативные стратегии), склонности к росту капитализации рынка (некоторые стратегии в портфеле используют «короткие» продажи, нивелирующие риски значительных падений цен), а также ошибки выбора единственной оптимальной стратегии, поскольку портфель управляется несколькими стратегиями, любая из которых в определенных условиях рыночной среды становится оптимальной.

В заключение, учитывая тот факт, что представленная модель полноценной диверсификации дает эффект полного устранения рисков лишь в идеализированных теоретических условиях, хочется предложить несколько практических рекомендаций по использованию подхода в реальных условиях рынков акций:

1) если в конкретный момент времени инвестор не располагает стратегиями, удовлетворяющими его требования к доходности и риску, следует отказаться от инвестиций вообще либо заняться поиском новых стратегий;

2) оптимальным следует считать такой портфель стратегий, который обеспечивает максимальной доходностью приемлемый уровень риска либо подвергает инвестора минимальному уровню риска при заданной норме доходности;

3) если расчет оптимальной комбинации независимых эффективных стратегий затруднен или невозможен в следствие отсутствия необходимых данных, слабой формализации правил стратегий или изменчивости свойств уже найденной комбинации с течением времени, при прочих равных условиях приоритет следует отдавать портфелю стратегий, базирующихся на разных представлениях о природе рынков, ввиду того, что стратегии с похожей теоретической базой могут нести в себе идентичные риски,

4) ввиду того, что с течением времени характеристики инвестиционной среды могут меняться, оптимальный портфель стратегий может потерять свои оптимальные свойства, следовательно, инвестору следует периодически пересматривать состав и структуру используемых стратегий, время от времени проводя их рекомбинацию.

Результаты исследования специалистов [1, с. 52] позволяют говорить о том, что подход полноценной диверсификации портфеля акций может использоваться как частными инвесторами (например, при создании портфеля торговых систем, основанных на сигналах технического анализа), так и профессиональными участниками рынка (при управлении инвестиционными фондами).

Список используемой литературы:

1. Белоглазов А.А., Золотаренко С.Г. Проблемы минимизации рыночного риска портфеля акций.// Управление риском. – 2007. - № 3. – С. 47-52
2. Буренин А.Н. Рынок ценных бумаг и производных финансовых инструментов: учебное пособие – М.: 1 Федеративная Книготорговая Компания, 1998. – 352 с.

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ РАБОТНИКОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРОЦЕДУРЫ БАНКРОТСТВА

Емельянов А. С., студент; Горохов А. А., к.т.н., доцент

Курский государственный технический университет

E-mail: alexgor1973@yandex.ru

Научный руководитель: Емельянов С. Г., д.т.н., профессор.

Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)» N 127-ФЗ от 26 октября 2002 года (далее ФЗ «О банкротстве») установлено, что одним из лиц, участвующих в арбитражном процессе по делу о банкротстве является представитель работников (ст.35), то есть лицо, уполномоченное работниками должника представлять их законные интересы при проведении процедур банкротства (ст.2). При этом права и обязанности представителя работников в арбитражном процессе по делу о банкротстве четко в законе не определены, и постараемся разобраться в роли и функции представителя работников.

1. ФЗ «О банкротстве» не предусматривает порядок избрания представителя работников: порядок созыва собрания работников, порядок определения кворума, порядок принятия голосования, требования к составлению Протокола собрания работников. Таким образом, совершенно не понятно, каким кворумом принимается решение об избрании представителя: большинством от общего списка работников должника или большинством от пришедших на собрании.

2. Полномочия представителя работников для участия в арбитражном процессе по делу о банкротстве подтверждаются только Протоколом собрания работников должника, подписанных председателем и секретарем собрания работников, который должен на основании ст. 38 ФЗ «О банкротстве» прикладываться к заявлению должника заявления о признании должника банкротом. В случае, если представитель работников был избран после подачи заявления о признании должника банкротом, то Протокол необходимо лично вручить арбитражному управляющему под роспись или уведомить его ценным письмом, а также приобщить к материалам дела в арбитражном суде.

Требование арбитражного управляющего о предоставлении доверенности на представителя работников от председателя собрания работников при регистрации для участия в собрании кредиторов является не законным, т.к. ФЗ «О несостоятельности» предусматривает только Протокол собрания работников. Мало того, третье лицо, в том числе работник должника, не могут представлять интересы представителя работников по доверенности, как при участии в собрании кредиторов, так и в арбитражном суде (это не предусмотрено ФЗ «О несостоятельности»). Представитель работников только лично может принимать участие в собраниях кредиторов и заседаниях арбитражного суда и только при рассмотрении дела о банкротстве должника. Таким образом, полномочия представителя работников распространяются только на участие в арбитражном процессе по делу о банкротстве конкретного должника.

3. Ст. 12 ФЗ «О несостоятельности» установлено, что в собрании кредиторов представитель работников должника вправе участвовать без права голоса, но при этом вправе выступать по вопросам повестки собрания кредиторов. Таким образом, представитель работников не может повлиять на принятие решений собранием кредиторов, лишен права на обжалование решения собрания кредито-

ров в судебном порядке, и т.д. При этом, кредиторы второй очереди (работники должника), интересы которых представляет представитель работников, лишены права на участие в собрании кредиторов.

4. Ст.12 ФЗ «О банкротстве» установлено, что Арбитражный управляющий обязан обеспечить доступ к копиям документов, прикладываемых к Протоколу собрания кредиторов представителю работников должника, в частности копиям: реестра требований кредиторов на дату проведения собрания кредиторов; бюллетеней для голосования; документов, подтверждающих полномочия участников собрания; материалов, представленных участникам собрания для ознакомления и (или) утверждения; документов, являющихся доказательствами, свидетельствующими о надлежащем уведомлении конкурсных кредиторов и уполномоченных органов о дате и месте проведения собрания кредиторов; иных документов по усмотрению арбитражного управляющего или на основании решения собрания кредиторов.

ФЗ «О банкротстве» не предусматривает получение представителем работников документов собраний кредиторов, документов должника, в том числе выписок о задолженности перед кредиторами второй очереди из реестра кредиторов, копии самого реестра кредиторов.

5. Представитель работников, на основании ст. 16 ФЗ «О банкротстве», имеет право обращаться в Арбитражный суд в случае возникновения между ним и арбитражным управляющим разногласий, связанных с очередностью, составом и размером требований о выплате выходных пособий и об оплате труда лиц, работающих по трудовым договорам.

Учитывая, что трудовые споры между должником и работником должника рассматриваются в порядке, определенном трудовым законодательством и гражданским процессуальным законодательством (п.11.ст.16, ФЗ «О банкротстве»), представителю работников, в случае разногласий при подаче документов в арбитражный суд, необходимо прикладывать вступившие в законную силу Решений мировых судей (районных судов) о взыскании задолженности по заработной плате с должника. Иначе арбитражный управляющий в судебном заседании может утверждать, что у него отсутствуют (ему не передавались от предыдущего управляющего, директора и т.п.) документы подтверждающую задолженность, штатное расписание, трудовые договора, приказ о приеме (увольнении) работников и т.д. Например, Внешний управляющий ООО «Курский завод бытовой химии», получил под роспись, приказы о приеме, штатное расписание, вступившие в законную силу до введения внешнего управления решений Комиссий по трудовым спорам о взыскании задолженности по заработной плате. После получения, полностью игнорировал требования и отказывался включить задолженность перед кредиторами второй очереди в реестр кредиторов, утверждая, что включит только по решению Арбитражного суда.

6. Представитель работников на основании ст. 34 ФЗ «О банкротстве» не является лицом, участвующими в деле о банкротстве, а является на основании ст. 35 ФЗ «О банкротстве», лицом, участвующим в арбитражном процессе по делу о банкротстве. Таким образом, на основании ст. ст. 98 и 145 ФЗ «О банкротстве» и АПК РФ, представитель работников лишен права на подачу в арбитражный суд жалобы лица, участвующего в деле о банкротстве, на неисполнение или ненадлежащее исполнение внешним управляющим возложенных на него обязанностей при условии, что такое неисполнение или ненадлежащее исполнение обязанностей нарушило права или законные интересы заявителя жалобы, а также повлекло или могло повлечь за собой убытки должника или его кредиторов. Данная позиция было подтверждена Определениями Арбитражного суда Курской области от 23 октября 2007 года и 27 февраля 2008 года по делу А35-8361/06 «г» о возврате жалобы представителя работников на действия арбитражного управляющего, требовавшего его отстранения от исполнения обязанностей.

7. Представитель работников, а также сами работники могут подавать жалобы только в саморегулируемую организацию арбитражных управляющих, в которой состоит управляющий и Федеральную регистрационную службу. Надо осознавать, что СРО работает по принципу «свой своего не выдаст». Федеральная регистрационная служба все жалобы перенаправляет в СРО, а потом проводит проверку. Здесь доходит до абсурда, например. Управление Федеральной регистрационной службы по Курской области дважды проводит проверку по жалобам представителя работников и самих работников, на действия управляющего ООО «Курский завод бытовой химии». В действиях внешнего управляющего за невыдачу по письменным запросам выписок из реестра кредиторов, справок о задолженности, трудовых договоров и других документов, связанных с трудовой деятельностью, за выдачу трудовых книжек работникам с записью о приеме на работу без приказа об увольнении и т.д., ФРС не находит нарушений и мало того представителю работников и самим работникам не выдает Постановление об отказе в привлечении к административной ответственности, ссылаясь, что ч. 3.

ст.14.13 КоАП РФ не позволяет включить в число лиц, участвующих в деле об административном правонарушении, заявителя обращения, послужившего поводом к возбуждению дела об административном правонарушении и проведению административного расследования. При этом заявитель обращения (представитель работников и сами работники), не являясь лицом, участвующим в деле об административном правонарушении, не могут быть признаны потерпевшими на основании ст. 25.2 КоАП РФ. Данная позиция подтверждена письмом № 45-27-4345 от 31 июля 2008 года Управления ФРС по Курской области (далее ФРС). И самое удивительное, что представитель работников и сами работники, которые являлись заявителями жалоб не могут ознакомиться с материалами дела об административном правонарушении и принимать участие в нем, и соответственно арбитражный управляющий, зная об этом, может по своему усмотрению предоставлять информацию и документы в ФРС, которые его устраивают. При повторных обращениях в ФРС, данный орган принимает решение о не целесообразности проведения повторных проверок. Данная позиция подтверждена письмом № 45-27-4344 Управления ФРС по Курской области от 30 июля 2008 года.

Парадокс, да и только. Жалоба на действия управляющего ФРС рассматривает, а Решения не выдает и тем самым лишает право на обжалование ненормативного правового акта согласно Конституции РФ.

Таким образом, роль представителя работников в арбитражном процессе по делу о банкротстве является исключительно наблюдательной, которая не может повлиять ни на процесс банкротства (собрания кредиторов и т.д.) ни на действия арбитражного управляющего в рамках действующего законодательства.

Список используемой литературы:

1. ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» N 127-ФЗ от 26 октября 2002 года

АНТИКРИЗИСНЫЙ PR В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Ерёмина Е. А., студент; Кашук И. В., доцент

Томский политехнический университет

E-mail: katerina@sibmail.com

От кризиса никто не застрахован – ни организация, ни бренд, ни персона. Но далеко не каждая кризисная ситуация становится внешним кризисом, достоянием общественности. Только если негативная информация оказалась вовне, а ее распространение вышло из-под контроля и напрямую угрожает стабильности бизнеса.

Кризисы бывают прямыми (или реальными) и опосредованными (или виртуальными). Если в газетах написали, что вы производите некачественное мыло, то это кризис реальный. А вот если конкуренты инициировали появление информации, что триклозан в определенных дозах вызывает рак кожи, а ваше мыло рекламируется под слоганом «мыло с триклозаном – лучшая защита вашей кожи», то тогда кризис можно считать опосредованным. От этого, конечно, не легче, но поле для маневра в этом случае шире.

Кризис никогда не возникает на пустом месте. И здесь, как и в случае с болезнью, гораздо эффективнее проводить профилактику до, чем тратиться на терапию. Если вы – успешная компания, то просто обязаны прогнозировать кризис по любому из направлений, а значит, быть готовыми к антикризисному реагированию в любое время дня и ночи.

Если антикризисные коммуникации организованы неграмотно, то у компании резко возрастают репутационные риски, риски падения продаж, а также риски «потери» всей команды. Поэтому у многих крупных компаний есть антикризисные платформы на все случаи потенциальных кризисов.

Что делать, если кризис стал-таки внешним? Пользоваться уже сделанными заготовками! Заранее разработайте общую стратегию для защиты репутации организации и ее продукции в глазах целевых аудиторий – клиентов, партнеров, сотрудников, потребителей и других. Все, что вы делаете в рамках PR в кризисной ситуации, работает для достижения простой цели – сохранить репутацию вашей компании, а также ее продуктов и услуг в глазах максимального количества целевых аудиторий.

Вот несколько основных шагов к этому:

1. **Обязательно консолидируйте роль спикера.** Один спикер от компании в условиях кризиса всегда лучше, чем несколько. Ведь в этом случае публика слышит одинаковую информацию,

преподнесенную с помощью одних и тех же приемов. Иногда можно использовать нескольких спикеров, но они должны внимательно следовать указаниям главного спикера и не «перекрывать» друг друга по темам и ключевым сообщениям.

2. Немедленно реагируйте на любое отрицательное упоминание вашей компании в СМИ. Никогда не пускайтесь в ответную атаку, не выяснив причины кризиса, но и не затягивайте решение по плану действий. Например, корпоративные юристы любят ждать полной судебной документации и потом долго дискутировать по поводу того, что сказать общественности. Но кризисная ситуация – пора быстрого реагирования. Помните: чем дольше компания затягивает с ответом, тем труднее будет преподнести ваш вариант развития событий публике. Коммуникации с аудиториями, особенно с экспертами и лояльными СМИ нужно начинать сразу после появления кризиса.

3. Не приуменьшайте значение проблемы, не скрывайте и не лгите. В 99,9% случаев правда все равно откроется, и это не прибавит доверия к вашей компании. Также не сообщайте плохие новости маленькими дозами. Это будет означать, что вы что-то скрываете и воодушевит репортеров на поиск новой информации. Весь негатив надо сообщать сразу. Да, тактика пугающая, но, как показывает практика, единственно верная.

4. Не работайте в одиночку, кооперируйтесь с людьми, вовлеченными в кризисную ситуацию – экспертами отрасли, журналистами, пишущими про рынок, лидерами мнений, и т.д. Делитесь информацией предпочтительно до того, как вы сделаете ее гласной, планируйте совместные действия. В нашей практике есть несколько кейсов, когда сложный информационный кризис удалось решить именно с помощью привлечения на свою сторону авторитетных экспертов.

5. Не оглашайте информацию, которую должен огласить кто-то другой (например, правительственная структура). Но при этом никогда не позволяйте никому из посторонних людей управлять связями вашей компании. Заберите у журналистов контроль над ситуацией, не позволяйте общественным организациям управлять СМИ, никогда не позволяйте правоохранительным органам сообщать за вас плохие новости – заявите о них сами. Пусть ваша кризисная ситуация находится под вашим контролем.

6. И, наконец, помните: не используйте кризис для продвижения вашей компании или ее продукции на рынке. Это дурной тон. На время кризиса о языке маркетинга лучше забыть.

Правила: следовать или нарушать?

Есть несколько основных, можно сказать прописных, правил действия в кризисных ситуациях, которые известны, пожалуй, каждому PR-специалисту. Причина, по которой они существуют, проста: каждое из них доказало свою эффективность в прошлом. Однако никогда нельзя забывать о том, что не бывает двух одинаковых кризисов. Кризисная ситуация может развиваться абсолютно непредсказуемо, и искусство менеджмента здесь заключается в умении действовать сообразно моменту. Иными словами, правила могут быть нарушены, если ситуация того требует. Более того, есть ситуации, в которых лучше НАРУШИТЬ зарекомендовавшее себя годами правило, нежели слепо следовать ему.

Приведем несколько примеров.

1. Правило гласит: всегда следуйте составленному плану действий в кризисной ситуации.

Комментарий: каждой компании необходимо иметь план действий, охватывающий как можно больше возможных кризисных ситуаций. Но редко возникающий кризис бывает именно таким, как вы планировали. Используйте план в качестве направляющего фактора, а не правила.

2. Правило гласит: при кризисе открывайте все каналы связей с общественностью

Комментарий: лучше оставляйте открытыми столько каналов связи с общественностью, сколькими сможете управлять. Иначе другие люди начнут говорить за вас, «авторитетно» сообщая информацию, не соответствующую действительности и вашим задачам.

3. Правило гласит: лучший спикер по кризису – первое лицо компании

Комментарий: это действительно так, за исключением тех случаев, когда ваш руководитель не обучен работе со СМИ, находится за пределами страны, вынужден говорить на темы, в которых плохо разбирается, боится говорить перед большой аудиторией. Если хотя бы один из выше перечисленных пунктов правда – лучше тактично договориться о другом «лице компании» на время кризиса.

4. Правило гласит: советуйтесь с юристами

Комментарий: конечно, советуйтесь, но не давайте юристам полного контроля над ситуацией. Они придерживаются правила «говорить как можно меньше». Это подходит для судебной процедуры, но такая тактика во время информационного кризиса заведомо проигрышна.

5. Правило гласит: говорите только тогда, когда у вас будут факты

Комментарий: все так, но когда они будут? Через несколько часов? Через несколько дней? Когда закончится расследование? А что делать все это время? Действительно, нужно говорить только то, что знаешь. Однако если вы не говорите НИЧЕГО, кто-то другой расскажет за вас.

6. Правило гласит: отвечайте на любые вопросы

Комментарий: действительно, фраза «без комментариев» должна навсегда уйти из вашего лексикона. Но если вам нечего сказать, лучше не ответить на вопрос, чем спекулировать догадками. Скажите, что вы не можете ответить СЕЙЧАС и объясните почему, а также сообщите журналисту, когда будете готовы поговорить об этом.

7. Правило гласит: дружите со СМИ, создавайте союзников

Комментарий: да, но помните, что журналисты всегда при исполнении обязанностей. Будьте дружелюбны, отзывчивы, но знайте, что диктофон всегда включен, и нет такого понятия – «не для печати».

8. Правило гласит: ваша компания должна выйти из кризиса победителем

Комментарий: иногда лучше проиграть сиюминутную битву, отступить, собраться с силами – и выиграть войну. Поэтому не смотрите на кризис как на фатальную, конечную ситуацию – рассматривайте его в развитии. Что мы можем из него извлечь? Как минимум, мы получаем неоценимый опыт и возможность сделать наши коммуникации более эффективными!

Антикризисные PR-коммуникации могут стать как соломинкой, которая не даст компании пойти ко дну вследствие громкого корпоративного скандала, так и последним гвоздем в крышке гроба ее репутации и благосостояния. Антикризисный PR никогда не должен "отключаться". Большая часть деятельности службы связей с общественностью направлена на создание репутационного капитала, необходимого как раз во время кризиса. И мероприятия антикризисного PR являются тактическими инструментами использования этих подушек безопасности.

Список используемой литературы:

1. Федотова М.Г. PR как антикризисный менеджмент. – Омск.: Изд-во ОмГТУ, 2008. - 234 с.
2. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. – СПб.: Изд-во «Питер», 2007.- 436 с.

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Захаренко А. В., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: nefirtitti@mail.ru

Научный руководитель: Кашук И. В., к.т.н., доцент

Оценочная деятельность все активной внедряется и в жизнь каждого человека, и в систему управления собственностью предприятиями и организациями, и в систему государственного управления. Несмотря на то, что оценочная деятельность зародилась в России еще в 1893 году, в годы плановой экономики она была забыта и второе рождение получила только в 1992 году. 18 лет – крайне малый срок для развития какой бы то ни было отрасли. И, тем не менее, за этот небольшой срок оценочная деятельность уже успела завоевать свою часть рынка.

Сфера наибольшей востребованности услуг по оценке лежит в области обязательной оценки, как то: оценка предметов залога для обеспечения кредита, оценка имущества предприятий при процедуре банкротства, оценка государственного (муниципального) имущества для совершения сделок по продаже – аренде. Существует кадровая проблема, связана она с общей тенденцией развития высшего образования в России – узкой направленностью обучения. У молодых специалистов зачастую отсутствует широта кругозора необходимая оценщику. Ведь при оценке действующего предприятия необходимо определять стоимость каждого актива: зданий, спецсооружений, оборудования, иногда и скота в составе стада. Как решается эта проблема? Стимулируется самообразование. Проводятся семинары внутри компании; устраиваются мастер классы; всячески поощряется получение дополнительного образования и участие в конференциях.

2006 год был неким переходным периодом – отменено лицензирование оценочной деятельности, запущен механизм саморегулирования. Смещение акцента «Исполнителя услуг по оценке» от юридического лица к физическому (специалисту-оценщику) в соответствии с новым законодательством привело к открытию отделов по оценке в фирмах, для которых оценка является не профильным

направлением, а сопутствующим. Так, риэлтерские, страховые компании, адвокатские, нотариальные конторы принимают в штат оценщиков для так называемой «карманной» оценки. Исчезает независимость оценки, снижается уровень качества услуг. [1]

Оценщики, не имеющие лицензии, смогут осуществлять оценочную деятельность с соблюдением требований Федерального закона РФ № 135-ФЗ от 29.07.1998 г. «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» в редакции ФЗ № 157-ФЗ от 27.07.2006 г. Это значит, что деятельность оценочных организаций на территории Российской Федерации будет осуществляться по принципу саморегулирования. Закон призван изменить систему регулирования оценочной деятельности, снизить степень давления со стороны государства на профессиональные отношения. Закон фактически передает функции лицензионного контроля, установления стандартов, правил оценочной деятельности и проверки соблюдения законности субъектами оценочной деятельности членам саморегулируемых организаций (СРО). Поэтому, в связи с отменой лицензирования оценщик сможет заниматься своей профессиональной деятельностью без лицензии, но при этом обязательным условием для осуществления оценочной деятельности является его членство в одной из СРО.

Однако существует проблема в том, что до сих пор не все СРО оценщиков зарегистрированы в Федеральной регистрационной службе. На 10 марта 2010 года зарегистрировано всего 9 СРО, ниже перечисленных в таблице [2].

Название	Номер	Дата регистр
НП «Сообщество специалистов-оценщиков «СМАО» (НП "СМАОс")	0001	28.06.2007
Некоммерческое партнерство "Саморегулируемая Организация Ассоциации Российских Магистров Оценки" (НП "СРО АРМО")	0002	04.07.2007
Саморегулируемая Организация "Российское общество оценщиков" (СРО "РОО")	0003	09.07.2007
Некоммерческое партнерство "Саморегулируемая организация оценщиков "СИБИРЬ" (НП СРО "СИБИРЬ")	0004	08.08.2007
Некоммерческое партнерство «Межрегиональный Союз Оценщиков» (НП "МСО")	0005	11.12.2007
Некоммерческое партнерство "Саморегулируемая организация "Национальная коллегия специалистов оценщиков" (НП СРО НКСО")	0006	19.12.2007
Межрегиональная саморегулируемая некоммерческая организация – Некоммерческое партнерство "Общество профессиональных экспертов и оценщиков" (МСНО-НП "ОПЭО")	0007	27.12.2007
Национальный Совет по оценочной деятельности (НСОД)	0008	23.03.2009
Некоммерческое партнерство «Сообщество профессионалов оценки» (НП «СПО»)	0009	20.11.2009

Томские Компании входят в саморегулируемые организации оценщиков:

Общероссийская общественная организация «Российское общество оценщиков».

Российская коллегия оценщиков.

Некоммерческое партнёрство «Саморегулируемая межрегиональная ассоциация оценщиков».

Некоммерческое партнёрство «Объединение томских оценщиков для осуществления профессиональной деятельности» (22 компании) входит в состав саморегулируемой организации Некоммерческое партнёрство «Сибирская межрегиональная палата оценщиков».

Наиболее известные компании оценщиков в Томске: Бухгалтерско-правовое агентство; Институт оценки собственности и финансовой деятельности; Профоценка; ТОККО; Центр независимой экспертизы и оценки; Томское региональное отделение Российского общества оценщиков

Появились новые направления в связи с изменениями экономической и финансовой ситуации. Резко сократится оценка для целей ипотечного кредитования, да и, в целом, оценка предметов залога. Оценка ущерба при ДТП плавно перетечет под крыло страховых компаний. Должно сократиться число желающих перейти на международную систему финансовой отчетности (МСФО), следовательно, уменьшится и количество заказов по оценке, требуемой в рамках МСФО. Но не все так грустно: финансовый кризис гонит новую волну передела собственности: менее квалифицированные, удачливые собственники уступят место более эффективным. Значит нас ждет работа по оценке предприятий (пакетов акций) при продаже, слиянии-поглощении, а также, в рамках процедуры банкротства.

Внедрение саморегулирования очень важно для многих вопросов в России. Мы знаем цены на рынке на жилье, знаем ипотеку, знаем рейдерство, где оценочная деятельность часто используется, по сути главное в данном вопросе – репутация, а не государство, которое самостоятельно в данном вопросе не может привести к созданию нормальной оценочной среды, к сожалению. И такая ситуация во всем мире, где слово оценщика должно быть нейтральным, где оно должно говорить о профессионализме. [3]

В России мы только приходим к этому положению вещей. У нас часто появлялись фирмы (и сейчас существуют), которые оценивают крупную компанию, а на следующий день пропадают, и становится непонятно, что это была за оценка. Когда заказчик приносит результаты оценки в государственный орган, очень часто говорят: «а мне это неинтересно, я проверю сам». Пока еще это возможно, пока еще оценщик вынужден ориентироваться на того, кто будет принимать оценку, на заказчика, как он на это посмотрит, что он захочет. На самом деле, независимая оценка, видимо, одно из главных условий нормального регулирования рынка. Что здесь государство? Государство здесь регулятор принятия решений, и ни в коем случае не автор различных методик оценки. Мы уже имеем этот опыт, когда государство, создавая свои собственные стандарты оценки, причем каждое ведомство. Скажем, согласование проектов проходит не месяц, не одно окно, а год, а то и два. За это время государственный чиновник может три раза отклонить оценку. Я думаю, что саморегулирование во многом ликвидирует эти препятствия, постепенно и во многом.

На сегодняшний день Общественную палату заботят в основном условия, как дать возможность стартовать частям гражданского общества так, чтобы большая часть существенных решений лежала в области уже гражданского общества. Мы сегодня можем критиковать принятый закон, мы можем говорить, что его можно было сделать лучше, можно было там что-то исправлять, но, тем не менее, некий мораторий на изменение закона на два года должен существовать. Он даст возможность стабилизироваться, понять, как работать в новых условиях, понять, что написано в законе, образовать регулятор, в этом случае уже можно говорить об исправлениях. Думая, что сегодняшние попытки срочно поменять закон до опыта его внедрения – это желание, чтобы его не было вообще, либо желание самоутвердиться. [4]

Все это позволяет надеется, что к новому, намеченному законодателями сроку, оценщики подойдут более организованно и профессионально. Ну а внедрение системы саморегулирования в отрасли действительно сделает рынок оценки более прозрачным и клиентоориентированным.

Список используемой литературы:

1. Материалы круглого стола «Оценочная деятельность Сибири: проблемы и перспективы развития» <http://belazor.ru/publikacii/materialy-kruglogo-stola-ocenohnaja-dejatelnost>
2. Единый государственный реестр СПО оценщиков <http://rosreestr.ru/control/appraiser/data>
3. Материалы: Научно-практическая конференция "Актуальные вопросы оценочной деятельности. Методика оценки бизнеса" <http://www.appraiser.ru/default.aspx?ContId=400&Id=564&SectionId=7>
4. Григорий Томчин «Саморегулирование» <http://www.dialogbv.ru/forum/index.php?showtopic=1472>

СУЩНОСТЬ ПРОЦЕДУРЫ ДОСУДЕБНОЙ САНАЦИИ

Зосимов М. М. , студент

Томский политехнический университет

E-mail: z-mm@mail.ru,

Научный руководитель: Еремин В. В. доцент, к.э.н.

В системе стабилизационных мер, направленных на вывод предприятия из кризисного финансового состояния, важная роль отводится его санации.

Санация представляет собой систему мероприятий по финансовому оздоровлению предприятия, реализуемых с помощью сторонних юридических или физических лиц и направленных на предотвращение объявления предприятия-должника банкротом и его ликвидации.

В условиях рыночной экономики санация предприятий имеет значительный экономический потенциал, является важным инструментом регулирования структурных изменений и входит в систему наиболее действенных механизмов финансовой стабилизации предприятий.

Санация предприятия проводится в трех основных случаях:

- 1) до возбуждения кредиторами дела о банкротстве, если предприятие в попытке выхода из кризисного состояния прибегает к внешней помощи по своей инициативе;
- 2) если само предприятие, обратившись в арбитражный суд с заявлением о своем банкротстве, одновременно предлагает условия своей санации (такие случаи санации наиболее характерны для государственных предприятий);
- 3) если решение о проведении санации выносит арбитражный суд по поступившим предложениям от желающих удовлетворить требования кредиторов к должнику и погасить его обязательства перед бюджетом.

В двух последних случаях санация осуществляется в процессе производства дела о банкротстве предприятия при условии согласия собрания кредиторов со сроками выполнения их требований и на перевод долга.

Наиболее широкий диапазон форм имеет санация, инициируемая самим предприятием до возбуждения кредиторами дела о его банкротстве. В этом случае она носит упреждающий характер, полностью согласуется с целями и интересами предприятия, подчинена задачам антикризисного его управления и сочетается с осуществляемыми мерами внутренней финансовой стабилизации.

Иницируемая предприятием санация представляет сложный и во многих отношениях болезненный для него процесс, требующий эффективного финансового управления на всех стадиях его осуществления. Такое управление осуществляется на предприятии по следующим основным этапам:

1. *Определение направления осуществления санации.* В зависимости от масштабов кризисного состояния предприятия, идентифицированных в процессе диагностики банкротства, и принятой концепции санации различают два основных направления ее осуществления:

а) Санация предприятия, направленная на рефинансирование его долга. Такая санация осуществляется обычно для помощи предприятию в устранении его неплатежеспособности, если его кризисное состояние идентифицировано как временное и не носящее катастрофического характера. Это направление санации не меняет статуса юридического лица санируемого предприятия.

б) Санация предприятия, направленная на его реструктуризацию (реорганизацию). Такая санация осуществляется при более тяжелых масштабах кризисного финансового состояния предприятия и требует осуществления ряда реорганизационных процедур, обеспечивающих более эффективные организационные формы его хозяйственной деятельности. Как правило, этот вид санации связан с изменением статуса юридического лица санируемого предприятия.

2. *Выбор формы санации.* Форма санации непосредственно характеризует тот механизм, с помощью которого достигаются ее основные цели. Эти формы избираются в рамках конкретного направления санации, избранного предприятием, с учетом особенностей его кризисной ситуации.

- дотации и субвенции за счет средств бюджета;
- государственное льготное кредитование;
- государственная гарантия коммерческим банкам по кредитам, выдаваемым санируемому предприятию;
- целевой банковский кредит;
- перевод долга на другое юридическое лицо;
- реструктуризация краткосрочных кредитов в долгосрочные;
- обслуживание;
- выпуск облигаций и других долгосрочных ценных бумаг под гарантию санатора;
- отсрочка погашения облигаций предприятия;
- списание санатором-кредитором части долга;
- слияние;
- поглощение;
- разделение;
- преобразование в открытое акционерное общество;
- передача в аренду;
- приватизация.

3. *Подбор санатора.* Такой подбор осуществляется исходя из выбранных форм санации и предшествует разработке бизнес-плана санации предприятия, в которой санатор должен принимать обязательное участие. В реальной практике разработка бизнес-плана санации часто осуществляется до выбора санатора и лишь представляется ему на рассмотрение.

При формах санации, направленных на рефинансирование долга предприятия, основными санаторами могут выступать:

- собственники предприятия (в том числе и государственные органы — по предприятиям государственной формы собственности);
- кредиторы предприятия;
- коммерческий банк, осуществляющий обслуживание предприятия.

При формах санации, направленных на реструктуризацию (реконструкцию) предприятия, основными санаторами могут быть:

- собственники предприятия;
- предприятия-кредиторы;
- сторонние хозяйствующие субъекты — юридические лица;
- трудовой коллектив санируемого предприятия.

4. *Подготовка бизнес-плана санации.* Он представляет собой основной документ, определяющий цели и процесс осуществления санации предприятия-должника. Бизнес-план санации разрабатывается обычно представителями санатора, предприятия-должника и независимой аудиторской фирмы. В бизнес-плане санации содержатся следующие основные разделы:

а) Расчет эффективности санации. Этот расчет позволяет определить целесообразность всего процесса санации, оценить различные альтернативные ее формы. Эффективность санации опережается путем соотнесения результатов (эффекта) и затрат на ее осуществление в предложенной форме.

б) Результаты санации (хотя и направлены на устранение неплатежеспособности и восстановление финансовой устойчивости предприятия) в конечном итоге могут быть оценены размером дополнительной прибыли (разницей между ее суммой после и до осуществления санации). Дополнительная прибыль в этом случае получается за счет нормализации хозяйственной деятельности предприятия при соответствующей финансовой поддержке (в сравнении с суммой прибыли, получаемой в условиях кризисного его развития). В процессе расчета эффективности санации сумма дополнительной прибыли предприятия приводится к настоящей стоимости.

в) Затраты на осуществление санации определяются путем разработки специального бюджета (бюджета санации). Принципиально эти затраты могут рассматриваться как инвестиции санатора в санируемое предприятие с целью получения прибыли (в прямой или косвенной форме) в предстоящем периоде.

г) Утверждение бизнес-плана санации. После рассмотрения проекта бизнес-плана санации с расчетом ее эффективности всеми заинтересованными сторонами (предприятием-должником, его кредиторами и санаторами) он утверждается их представителями и принимается к исполнению.

д) Мониторинг реализации мероприятий бизнес-плана санации. Такой мониторинг включается в систему текущего и оперативного финансового контроллинга и обеспечивается финансовой службой предприятия.

Цель санации считается достигнутой, если удалось за счет внешней финансовой помощи или реорганизационных мероприятий нормализовать хозяйственную деятельность и избежать объявления предприятия-должника банкротом с последующей его ликвидацией.

Список используемой литературы:

1. Баринов В.А., Антикризисное управление: Изд-во ФБК-Пресс, 2005 г.
2. www.AntiCrisis.ru/03_34_05.htm
3. <http://bbest.ru/management/osnfinmng/sysmechfinstan/formsanpredieff/?curPos=2>
4. http://otherreferats.allbest.ru/management/00002835_0.html

ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Иванов К. И., студент

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: kest@vtomske.ru

Научный руководитель: Семиглазов А. М., д.т.н., профессор.

Проблемы экономии энергоресурсов являются особо важными в текущий период развития нашей страны. Стоимость топлива и тепловой энергии непрерывно растёт, и эта тенденция прогнозируется на будущее. При этом удельное потребление энергии на единицу производимой продукции и услуг в России в три - четыре раза выше, чем в развитых странах. Энергоемкость ВВП за последние двадцать лет в мире сократилась, в среднем, на 18%, а в России, за последние десять лет, этот показатель увеличился в 1,4 раза [1].

Энергосбережение, как составная часть процесса повышения эффективности использования энергоресурсов в целом, является одним из важнейших факторов устойчивого развития экономики страны. Экономия энергии предупреждает ухудшение экологической ситуации и истощение запасов природного органического топлива. Поэтому энергосберегающая политика признана главным приоритетом энергетической стратегии, а вопросы энергосбережения и энергоэффективности вошли в ранг основных направлений государственной политики России.

С учетом всего сказанного выше, весьма актуальной представляется получившая не так давно выражение концепция антикризисного управления промышленными предприятиями. Ее новизна заключается в дополнении анализа ряда мало изученных проблем, таких как определение содержания и роли энергосберегающих мероприятий в системе антикризисного менеджмента промышленного предприятия, формирование антикризисной стратегии на основе контроля над ключевыми факторами стоимости на разных уровнях управленческой иерархии.

Сформулируем ключевые ее положения [2]:

1. Антикризисное управление – это непрерывный процесс, неотъемлемый элемент общей системы управления предприятием, осуществляемого в условиях ограничений по времени и финансам, который включает в себя своевременную диагностику кризисной ситуации, анализ причин ее возникновения, определение системы мер по функционированию предприятия в кризисных условиях, разработку плана выхода из нее. Наряду с традиционно обозначаемыми фазами в жизненном цикле промышленного предприятия (становления, роста, зрелости, спада, кризиса) правомерным представляется выделение фазы трансформации, которая проявляется в преобладании планового обновления бизнеса (модернизации техники и технологии, повышении энергоэффективности), и направлена на достижение позитивного качественного сдвига в развитии предприятия.

2. На стадиях жизненного цикла промышленного предприятия антикризисная стратегия решает следующие задачи: на фазе роста - обеспечение управляемого роста; на фазе зрелости - аналитические задачи, прогнозы изменений, превентивные меры; на фазе спада - удержание показателей в допустимых пределах и подготовка организации к системной трансформации; на фазе трансформации - плановое обновление бизнеса, снижение риска «сползания» в кризис, активная инновационная деятельность, усиливается роль энергоменеджмента; на фазе кризиса - реализация системы восстановительных мер, снижение ущерба для стоимости организации.

3. Применение совокупности индикаторов (коэффициенты возможности предотвращения и выхода из кризиса, коэффициенты текущей ликвидности и обеспеченности собственными оборотными средствами), позволяющее своевременно прогнозировать наступление кризисных ситуаций, а также обеспечивать предотвращение и применение адекватных мер управляющего воздействия в условиях кризиса.

4. Комплексное использование ряда методов (ранжирование энергоресурсов по степени ценности, определение оптимальной партии заказа, поддержание оптимального уровня запасов, нормирование, исключающее традиционное деление оборотных средств на нормируемые и ненормируемые) позволяет использовать механизм планирования потребности в энергоресурсах в системе антикризисного менеджмента как фактор предотвращения или преодоления кризиса.

5. Комплексная система бюджетирования в кризисе учитывает присущие периоду особенности: увеличение роли стратегической оценки рыночной позиции и многовариантности планирова-

ния; усиление действия принципа консервативности в оценке перспектив; применение временных нормативов; увеличение доли переменных расходов; использование прямого метода планирования денежных средств на краткосрочный период и косвенный - на среднесрочный.

6. Ранжирование энергосберегающих мероприятий в рамках предложенной системы бюджетов предприятия позволяет обосновать программы антикризисного управления и построить сценарии их реализации с оценкой эффективности антикризисных энергосберегающих мероприятий.

Для большинства крупных предприятий затраты на энергопотребление составляют примерно двадцать пять процентов от общей суммы операционных расходов. Таким образом, снижение данной статьи может дать существенный эффект снижения совокупных затрат на производство продукции. Кроме того, предприятие, имеющее высокий уровень энергозатрат, подвержено дополнительному риску, поскольку указанный рынок в России, по своей сути, является естественной монополией, а цены на энергоресурсы в несколько раз ниже, чем среднемировые, что позволяет прогнозировать их дальнейший рост. Например, тарифы на электроэнергию для промышленных предприятий выросли за четыре последних года в три раза, и можно предположить, что эта тенденция сохранится.

Рассмотрение проблемы энергосбережения невозможно без определения его сущности. Анализ изученных работ в данной области показывает отсутствие четкого понимания данной категории. Необходимо внести ясность в том, что подразумевается под энергосбережением.

Энергосбережение подразумевает снижение потребления энергии, нацеленное на экономию топлива за счет сокращения потребления конкретных ее видов по этапам переработки, измеряемое в абсолютных единицах (например, Гкал, ТУТ.), и имеет идеальным результатом полное прекращение потребления энергии. Энергоэффективность, в свою очередь, представляет собой стремление получить максимальный эффект от использования единицы энергии, является относительной величиной (Гкал/куб. м, Гкал/кв. м и т.д.) и имеет идеальным результатом, полное, без потерь, использование первичной энергии на соответствующие нужды.

По мнению идеологов Национального доклада «Теплоснабжение Российской Федерации. Пути выхода из кризиса» термин «энергосбережение» - не самый подходящий для российских условий, т.к. предполагает снижение потребления энергии любыми методами и с любыми затратами. В российских условиях главное – это не экономия энергии, а экономия финансовых средств. Гораздо более правильно применять термин «энергоэффективность» - максимальный эффект от использования единицы энергии или максимально эффективное потребление единицы энергии - например, путем лучшей теплоизоляции помещений или путем расширения использования естественного света для освещения производственных помещений и т.д. [3].

Таким образом, применительно к рассматриваемой концепции антикризисного управления промышленным предприятием (учитывающей энергосбережение как один из ключевых своих инструментов), энергосбережение понимается как деятельность по повышению экономического эффекта от использования единицы энергии при условии не нарушения интересов общества, с учетом экологических и социальных аспектов.

На данный момент, энергосбережение становится одним из ключевых инструментов антикризисного управления, и не только на уровне отдельных предприятий, но и на уровне страны в целом. Неслучайно базовым направлением для модернизации экономики Президент РФ Д.А. Медведев назвал энергоэффективность.

Список используемой литературы:

1. Григорьева Н.А. Прогнозирование реализации потенциала энергосбережения в России в условиях развивающихся рыночных отношений: Автореферат канд. экон. наук: Москва 2004. – 3 с.
2. Ясько А.Д. Разработка и внедрение энергосберегающих мероприятий в системе антикризисного управления промышленным предприятием: Дис. на соиск. степ. канд. экон. наук: Казань 2006.
3. Теплоснабжение Российской Федерации. Пути выхода из кризиса: Национальный доклад. – М., 2001.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ФАКТОРА НА ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА

Иванова Ю. И., студент

Томский политехнический университет

E-mail: Chapay70@yandex.ru

Научный руководитель: Кащук И. В., к.т.н., доцент.

Исследование проблем человека в различных аспектах его взаимоотношений с окружающей средой с давних пор и по настоящее время остается привлекательным и чрезвычайно важным для ученых самых различных областей знаний. Развитие природоохранного законодательства в Российской Федерации за последние годы привело к формированию мощного экологического фактора, воздействующего на разные стороны экономической жизни и, в частности, на организацию и управление производством. В статье рассматриваются научно-обоснованные пути структурной перестройки предприятия в связи с развитием природоохранного законодательства.[1] Это оказывает непосредственное воздействие на уменьшение производственных затрат предприятия и, соответственно, повышение эффективности его работы.

На конференции ООН, посвященной развитию окружающей среде, проведенной в Рио-де-Жанейро в 1992 г., Россией была ратифицирована Базельская Конвенция "О контроле за трансграничной перевозкой опасных отходов и их удалением".[2]

Часть нормативно-правовых документов в сфере экологии непосредственно определяют порядок внесения и размер экологической платы. Не вызывает сомнения, что экологическая плата оказывает значительное влияние на экономическое состояние предприятия - природопользователя.

Экологическая плата значительно уменьшает прибыль, остающуюся в распоряжении предприятия, так как увеличивает затраты. Такие платежи могут свести прибыль к нулю и даже вызвать банкротство предприятия. Одна из проблем создания производственной структуры адаптированной к экологическому фактору упирается, в объемы возможных для предприятия капитальных затрат на совершенствование производственной структуры.

Основные виды экологической платы указаны в Постановлении Правительства РФ № 632. [3] К ним относится плата за сбросы и выбросы загрязнений соответственно в гидросферу и атмосферу, а так же за размещение отходов. При этом плата осуществляется за нормативные и сверхнормативные загрязнения. Все платежи за нормативные загрязнения производятся за счет себестоимости продукции, а за сверхнормативные (лимитные, сверхлимитные) - за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.

Наряду с этим предусмотрено льготирование налогообложения для предприятий, занимающихся природоохранной деятельностью. В настоящее время эти льготы касаются налога на прибыль и имущество предприятия. Однако Закон предусматривает более широкое экономическое стимулирование деятельности предприятий, направленной на защиту окружающей природной среды.

Рост цен на природные ресурсы остро ставит вопрос о широком внедрении в практику энергоресурсосбережения. Цены на природные ресурсы в значительной степени влияют на себестоимость продукции, а неэффективное использование ресурсов приводит к дополнительному загрязнению окружающей природной среды, что увеличивает экологическую плату из прибыли, остающейся в распоряжении предприятия. По сути дела, неэффективное использование природных ресурсов увеличивает их "цену".

В настоящее время природоохранное законодательство активно трансформируется, изменяя тем самым внешнюю среду предприятия. В этой ситуации предприятия – природопользователи вынуждены изменять организационные структуры, адаптированные к новым условиям.

Анализ количества правовых документов в России, регулирующих общественные отношения в сфере охраны окружающей природной среды, на уровне законов, указов президента и постановлений правительства за последние пять лет, показывает их неуклонный рост. Даже, если этот процесс в дальнейшем будет замедляться или вообще остановится, то объем правовой базы будет вполне достаточным для формирования такого экологического фактора, без учета которого предприятие-природопользователь не сможет нормально функционировать. При существующей правовой тенденции можно предположить, что Законодательство в области экологии будет влиять практически на все показатели финансового положения предприятия.

Подавляющее большинство ранее известных работ и нормативно-правовых документов по экологизации производства в России посвящено вопросу экономической компенсации за ущерб ок-

ружающей природной среде. В частности, многие публикации работ рассматривают общие принципы организации производства на предприятии-природопользователя и экологические функции элементов его производственной структуры.

Несмотря на интенсивное развитие экологического фактора, проблема организационной адаптации предприятия к этому фактору остается малоизученной. Не ясно, в частности, по каким принципам должна строиться организационная структура хозяйствующего субъекта для того, чтобы иметь наименьшие экономические потери из-за экологических причин.

Для выявления и анализа исходных предпосылок возможно использование статистического подхода. Статистический подход предполагает использование аппарата теории вероятности и рекомендуется в случаях, когда накоплен значительный опыт реализации проектов данного вида.

В ряду существующих проблем организации производства проблема адаптации производственной структуры к экологическому фактору приобретает все большее значение. Можно предположить, исходя из тенденций природоохранного законодательства, что эта проблема станет одной из доминирующих в следующее десятилетие.

Теоретической и методологической основой исследования являются законы организации производственных систем, принципы и методы системного анализа, достижения отечественной и мировой науки в области организации производства.

Если поставить цель на получение новых научных результатов и разработку на их основе рекомендаций организационного характера по адаптации предприятия к экологическому фактору, то необходимо отметить, что нужно решить следующие задачи:

- разработать пути совершенствования производственной структуры предприятия с учетом влияния экологического фактора;
- произвести оценку влияния экологического фактора на экономическую эффективность производства;
- разработать рекомендации для бизнес-планирования природоохранных мероприятий на предприятиях;
- определить основные направления разработки природоохранных мероприятий.

В итоге можно получить следующие результаты:

1. Изучить проблемы влияния экологического фактора на организацию производственной системы. Влияние происходит в рамках системы законов организации производства, на базе которых будут разработаны рекомендации по адаптации предприятия к экологическому фактору.
2. Произвести оценку влияния экологического фактора на экономическую эффективность производственной системы. Обосновывается вывод о том, что экологическая плата с ростом объема производства может создать вторую точку безубыточности.
3. Определить роли органов государственной власти и местного самоуправления в формировании влияния экологического фактора на экономическую эффективность производства в регионе.
4. Предложить метод бизнес-планирования для организации природоохранных мероприятий на предприятиях-природопользователях.
5. Разработать основные направления формирования организационных мероприятий природоохранного назначения. Выбрать конкретные экологические организационно-технические мероприятия, а также предложить пути совершенствования организации экологического контроля на предприятии.

Порядок проведения производственного экологического контроля определяется технологическими регламентами (инструкциями), производственными программами, графиками инструментального контроля, планами природоохранных мероприятий. Контроль проводится экологическими службами или специалистами-экологами предприятия в соответствии с «Положением о производственном экологическом контроле предприятия» [4].

Разработанные рекомендации по организации природоохранной системы на предприятии и бизнес-планированию природоохранных мероприятий позволяют использовать их при проектировании новых производств и адаптировать уже существующие производства к экологическому фактору, снизить экологические платежи предприятия и избежать возможных экологических аварий и катастроф.

Список используемой литературы:

1. Жаворонков М.Д. Влияние экологического фактора на процесс организации производства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/73844.html>

2. Марков В.И. Базельская конвенция. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.basel.int/convention/bc_glance-r.pdf
3. Постановление Правительства РФ от 28.08.1992 N 632. Порядок определения платы и ее предельных размеров за загрязнение окружающей природной среды. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: КонсультантПлюс: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=32118>
4. Жаворонков М.Д. Организация и проведение производственного экологического контроля. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sk-kuban.ru/3047.html>

ОСОБЕННОСТИ ДИАГНОСТИКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ НА РЫНКЕ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ

Ивашечкина Ю. С., студентка, Павленко А. Н., ассистент
Томский политехнический университет
E-mail: DGP4040@yandex.ru

Добыча нефти и газа — одно из самых прибыльных направлений промышленной деятельности, осуществляемых в Российской Федерации. Существует ряд важных особенностей, которые придают данному рынку. Начнем, пожалуй, с того, каким образом отечественные компании развивают и совершенствуют свой бизнес. Первое, что бросается в глаза, вложение капитальных инвестиций в производственные мощности имеет не интенсивный, а экстенсивный характер. Благоприятно сложившаяся конъюнктура стимулирует производителей к увеличению объемов добычи, вот только совершенствовать технологии спешит далеко не каждый. Такое положение вещей стало актуально с тех пор, как отечественные производители начали активную экспансию на зарубежные рынки. Оборудование постепенно изнашивается и морально стареет, а потому нередко эффективность добычи нефти и газа не отвечает мировым стандартам.

Нефтяная отрасль России представляет собой одну из ключевых отраслей, отвечающих за обеспечение конкурентоспособности страны на мировых рынках. Эта отрасль играет существенную роль в развитии внутренней экономики, придавая ей динамизм, отвечая за значительную часть валового внутреннего продукта и обеспечивая занятостью тысячи людей. В этой связи сопоставительный анализ конкурентоспособности российской и мировой нефтяной отрасли позволяет как выявить слабые места, так и сделать акцент на сильных сторонах нефтяной отрасли России, что может способствовать развитию оптимальной стратегии в данной отрасли на ближайшую перспективу.

Анализ необходим по трем основным направлениям развития нефтяной отрасли: добыча, переработка и сбыт. Цель анализа нефтяной отрасли состоит в получении ответа на следующие вопросы:

- Какова степень влияния основных конкурентных сил на уровень конкуренции в нефтедобывающей и нефтеперерабатывающей отраслях на мировом рынке и России?
- Каковы основные тенденции развития мирового рынка и какова степень их влияния на российский рынок нефтепродуктов?
- Каково место российской нефтяной промышленности на мировом рынке и есть ли возможность улучшения ее позиций? [1]

Переход к рыночной экономике требует от предприятий повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективных форм хозяйствования и управления производством, преодоления бесхозяйственности, активизации предпринимательства, инициативы и т.д.

В рыночной экономике финансовое состояние предприятия по сути дела отражает конечные результаты его деятельности. Конечные результаты деятельности предприятия интересуют не только работников самого предприятия, но его партнеров по экономической деятельности, государственные, финансовые, налоговые органы и др.

ОАО «Томскнефть» — предприятие, осуществляющее добычу нефти и газа на территории Томской области и Ханты-Мансийского автономного округа. Основной – преобладающий и имеющий приоритетное значение - вид хозяйственной деятельности, обеспечивающий до 95 % выручки Общества – добыча нефти.[2]

Добыча нефти в 2008 году составила 11 004,1 т.тн или сократилась по сравнению с 2007 годом на 2,8 % (11326,7), добыча газа в 2008 году составила – 1722 млн.куб.м., или увеличилась на 3,2 % по сравнению с 2007 годом (1669). Объем реализации нефти составил – 10 796,1 т.тн. или сократился по сравнению с 2007 годом на 4,8 % (11 336,7). Доля доходов от добычи нефти за 2008 год составила 92,4 % в общих доходах Общества.[2]. Доля доходов от каждого вида деятельности представлена в таблице 1:

Таблица 1 Динамика выручки от реализации ОАО «Томскнефть» в структуре выпускаемой продукции

	2007 год		2008 год		Изменения	
	млн. руб.	уд. вес (%)	млн. руб.	уд. вес (%)	млн. руб.	(%)
Доходы - всего	70 431,9	100,0	73 800,3	100,0	3 368,3	4,8
Нефть	67 573,2	95,9	68 194,7	92,4	621,5	0,9
Газ	1191,1	1,7	780,7	2,4	589,6	49,5
ГСМ			1 888,3	2,6		
Прочие	1667,2	2,4	1 936,5	2,6	268,9	16,1

Выручка от продажи нефти увеличилась на 0,9% по сравнению с 2007 годом за счет увеличения цены на нефть. Среднегодовая цена 1 тонны нефти за 2008 год составила 6 316,59 руб. что на 6% выше средней цены за 2007 год.

Россия является крупнейшей нефтяной державой мира. Однако в действительности нефтеперерабатывающая продукция не является конкурентоспособной на мировом рынке, что обусловлено рядом причин:

- основные центры нефтепереработки далеки от крупных морских портов, что увеличивает издержки на транспортировку продукции;
- отсутствие крупных нефтеперерабатывающих комплексов;
- отсутствие крупных складов по хранению сырой нефти и нефтепродуктов;
- глубина переработки нефти составляет 60-70%, (для сравнения в США – 86%), что приводит к выпуску менее качественной продукции.

В результате действия подобных факторов для российских компаний, в отличие от западных, существенное превышение добычи нефти над ее переработкой.

Доля доходов от переработки нефти за 2008 год на предприятии ОАО «Томскнефть» составила 2,6% в общих доходах.

ОАО «Томскнефть» ВНК уделяет особое внимание программе утилизации попутного газа, что позволяет не только получить собственную электроэнергию (ввод в эксплуатацию ГТЭС на Игольско-Таловом и Западно-Полуденном нмр - работают на попутном газе, ЛГКС на Лугинецком месторождении, компрессорные станции на Вахском и Северном месторождениях), но и сохраняет экологическое благополучие регионов. За семь лет осуществления программы доля утилизированного газа выросла с 25,9% в 2000 году до 78 % в 2007 году. В 2008 году коэффициент использования попутного газа достиг в среднем 81,2%. Сведения об основных и оборотных средствах предприятия ОАО «Томскнефть» приведены в таблице 2.

Таблица 2 Структура основных и оборотных средств ОАО «Томскнефть» за 2007-2008 г.г.

	2007 год, тыс. руб.	2008 год, тыс. руб.
Основные средства:	37 053 268	42 668 353
в том числе:		
земельные участки и объекты природопользования	6 454	6 454
здания, сооружения, машины и оборудование	36 872 850	42 505 580
прочие основные средства	173 964	156 319
Оборотные средства:	3 473 396	3 343 917
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	1 978 818	2 049 211
готовая продукция и товары для перепродажи	1 236 317	1 137 330
расходы будущих периодов	258 261	157 376

Основные средства предприятия ОАО «Томскнефть» увеличились по сравнению с 2007 годом на 5 615 085 тыс.рублей. Специфика нефтяной отрасли такова, что оборотных средств у предприятия очень мало, по сравнению с 2008 годом оборотные средства сократились на 129 479 тыс.рублей.

ОАО «Томскнефть» ВНК внедряет в производство новейшие технику и технологии, призванные увеличить эффективность предприятия и сохранить окружающую среду. В 2008 году в рамках данного направления реализовано 39 мероприятий, затраты на которые, включая приобретение нового оборудования, составили 232,9 млн. рублей (за 2007 год - 197,3 млн. рублей).

В течение 2008 года пробурено 336,7 тысяч метров горных пород, введено в эксплуатацию 104 новых добывающих скважины.

В отчетном периоде долгосрочные займы и кредиты Общества отсутствовали.

По состоянию на 01.01.08г. краткосрочные займы и кредиты составили 7 226 734 тыс.руб., по состоянию на 31.12.08г. – 6 350 793 тыс.руб. Сумма краткосрочных займов и кредитов за 2008 год уменьшилась на 875 941 тыс.руб. за счет:

- списания просроченной кредиторской задолженности Администрации г.Кедровый на сумму 442 тыс.руб. (Приказ ОАО «Томскнефть» ВНК №1153/1 от 31.07.08г «О списании просроченной кредиторской и дебиторской задолженности»).

- проведения зачета встречных однородных требований ООО «Газпромнефтьфинанс» на сумму 1 530 922 тыс.руб.

- заключения договоров займа с дочерними обществами ОАО «Томскнефть» ВНК на сумму 655 423 тыс.руб. (Согласно письма ОАО «НК «Роснефть» исх.№ПО"Б-4450 от 22.11.06г «О повышении эффективности использования денежных средств»).

Еще одна особенность, которая присуща нефтяной отрасли России — нестабильность рыночных условий. Сегодня никого не удивляет тот факт, что «нефтяники» весьма заполитизированны и, зачастую, руководствуются далеко не экономическими принципами. Нередко это приводит к значительным потерям, ведь добыча нефти и газа — это непрерывное производство, консервация которого обходится очень дорого. В таких условиях компаниям нужна выверенная политика ведения бизнеса, основанная исключительно на экономических интересах поставщиков и покупателей.

В период 2001–2008 гг. нефть стала своего рода "мировой валютой", которая стабилизировала процессы в реальной экономике. Еще в 2004 году цена нефти за баррель была ниже \$40. К концу 2008 г. она выросла более чем в 2 раза и составила около \$90 (рис.1). [3]

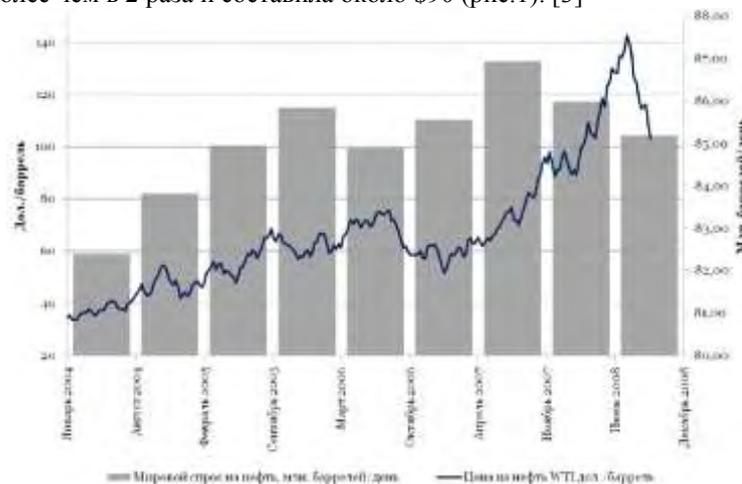


Рис. 1 — Мировой спрос и цена нефти, 2004–2008 гг.

На сегодняшний день, в условиях кризиса, ситуация на рынке неоднозначная, но тем не менее можно увидеть тенденцию к спаду – до \$80 за баррель и ниже.

Какое влияние оказывает рост нефтяных цен на российские компании топливно-энергетической отрасли? За рубеж поставляется примерно половина добываемой в России нефти, а также половина выпускаемых в стране нефтепродуктов. Основные страны – импортеры нефти – Юго-Восточная Азия и Европа. [4]

Очевидно, что растущие цены увеличивают доходы экспортёров. Кроме того, под воздействием благоприятной конъюнктуры рынка нефтяные компании наращивают физический объём производства, что также способствует улучшению их финансового положения.

Далеко не вся прибыль от рекордных цен на нефть достаётся нефтяным компаниям. Более половины доходов нефтяных компаний в виде пошлин и налогов поступает в доход государства.

Для обеспечения Российской нефтяной отрасли равного места на рынке и равной конкурентоспособности на мировом уровне, необходимо приложить определенные усилия как технологического характера – со стороны самих нефтяных компаний, так и структурно-организационного характера – со стороны государства. Только во взаимодействии компаний и государства российская нефтяная отрасль может достичь экономического роста и сделать существенный вклад в повышение благосостояния страны в целом.

Одной из задач реформирования предприятия является переход к управлению финансово-хозяйственной деятельностью на основе анализа экономического состояния с учетом постановки стратегических целей деятельности предприятия, адекватных рыночным условиям, и поиска путей для привлечения инвестиций, для модернизации основных средств, технологии добычи и переработки нефти и газа с целью улучшения качества продукции и снижения себестоимости продукции. Результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия интересуют как внешних рыночных агентов (потребителей и производителей, кредиторов, акционеров, инвесторов), так и внутренних (работников административно-управленческих подразделений, руководителей предприятия и др.).

Чтобы обеспечивать выживаемость предприятия в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать финансовое состояние как своего, так и его существующих и потенциальных контрагентов.

Список используемой литературы:

1. Розанова Н. М., Ряскова М. В. Экономический вестник Ростовского государственного университета 2003. Том 1 № 2.
2. <http://www.tomskneft.ru>; www.energystrategy.ru/.../oil_03.2009.htm; <http://www.fx-commities.ru>

УЧЕТ ВЛИЯНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА СТОИМОСТЬ НЕДВИЖИМОСТИ

Казарьян Д. А., студент, Кащук И. В., доцент

Томский политехнический университет

E-mail: kazarjand@mail.ru

Качественное состояние природно-антропогенной окружающей среды существенно влияет на ценность того или иного объекта недвижимости. Можно много говорить о существующих методиках оценки экологических факторов при определении стоимости недвижимости, но основная масса из них, к сожалению, не соответствует настоящим условиям российской экономики. Вследствие чего необходимо совершенствовать методическую и правовую базы в этом отношении.

Оценка экологического вреда регламентируется огромным перечнем нормативно-методических документов, но это не делает данную процедуру более эффективной. В настоящее время существует более 70 нормативных документов федерального значения, устанавливающих и разъясняющих различные аспекты деятельности в этой области.

Для расчета вреда, причиненного окружающей среде, используют ряд основных документов и методик, таких как: Федеральный закон от 20 декабря 2001 г. «Об охране окружающей среды», методика исчисления размера вреда окружающей среде (поверхностные и подземные воды, земля, атмосферный воздух); методика определения предотвращенного экологического ущерба; временная методика определения предотвращенного экологического ущерба; методические указания по оценке и возмещению вреда, нанесенного окружающей природной среде в результате экологических правонарушений; и ряд других.

Из отечественных нормативно-методических документов следует, что при расчете экологического ущерба целесообразно руководствоваться: ФЗ «Об охране окружающей природной среды РФ» 2001 года, Гражданским кодексом РФ, ФЗ «О государственной экологической экспертизе» 1995 года (с изменениями 2007 года), так как в этих документах даются общие принципы оценки и возмещения вреда и убытков, включая вред, причиненный окружающей природной среде в результате экологического правонарушения.

Для определения стоимости объекта недвижимости с учетом экологических факторов необходима их экспертиза, позволяющая конкретизировать основные параметры качественного состояния окружающей природно-антропогенной среды рассматриваемого объекта. С позиции негативного влияния экспертиза должна проводиться на основе анализа окружающей среды по трем основным видам загрязнения: механическое, химическое и физическое.

Механическое загрязнение – это захламление (например, мусор) территории (участка земли) объекта недвижимости, оказывающее лишь механическое негативное воздействие без физико-химических последствий.

Химическое загрязнение – это изменение химических свойств атмосферы, почвы и воды (в случае наличия в структуре объекта недвижимости обособленного водного объекта), оказывающее негативное воздействие как непосредственно на объект недвижимости: снижение урожайности сельскохозяйственных культур на сельскохозяйственных угодьях, коррозия металлических конструкций зданий и сооружений и прочие, так и на обитателей рассматриваемого объекта недвижимости, проживающих в жилом доме, работающих в офисе.

Физическое загрязнение – это изменение физических параметров окружающей природно-антропогенной среды объекта недвижимости; тепловое, волновое (световое, шумовое, электромагнитное), радиационное и т. п.

Исходя из распространенных подходов по оценке недвижимости и принципа вложенного в территорию труда, высокую стоимость имеет земля, с высокой степенью застройки, насыщенная инженерными и транспортными коммуникациями. В этих условиях земли, занятые природными компонентами и расположенные преимущественно на периферии города, оказываются самыми "дешевыми" и доступными для хозяйственного освоения в новых экономических условиях.

Основными экологическими проблемами для инвесторов при приватизации являются: высокие уровни загрязнения, обусловленные низкими затратами на охрану окружающей среды в прошлом и ущерб, оставшийся от прошлой хозяйственной деятельности.

За время своего существования и особенно в XX веке человечество ухитрилось уничтожить около 70% всех естественных экологических (биологических) систем на планете, которые способны перерабатывать отходы человеческой жизнедеятельности, и продолжает их "успешное" уничтожение. Кроме того, значительную роль при оценке участка территории должно играть окружение этого участка, причем не насыщенность чем-либо, а качественное наполнение. Стоимость не использованная базируется на стоимости существования, которая является попыткой экономически оценить довольно тонкие этические и эстетические аспекты: ценность природы самой по себе, эстетическая ценность природы для человека, долг по сохранению природы перед будущими поколениями, ценность наследия. При оценке этой стоимости используются упрощенные экономические подходы, прежде всего связанные с теорией «готовности платить», делаются попытки построения «суррогатных» рынков. Широко применяются методы анкетирования и опросов.

При экологической экспертизе объектов недвижимости наряду с инвентаризацией и анализом рассмотренных выше негативных последствий загрязнения окружающей среды объекта недвижимости определяются и характеристики благоприятных экологических факторов, которые рассматриваются как позитивный экологический и психосоциальный эффект, существенно влияющий на рыночную стоимость объекта недвижимости. Существует огромный ряд позитивных экологических факторов, таких как: наличие природного ландшафта и возможность его созерцания из окон конкретного объекта недвижимости, разнообразие видов зеленых насаждений и их высокая экологическая эстетичность на территории размещения объекта недвижимости, высокая эффективная доступность обитателей объекта недвижимости к экологически чистым природным объектам (парк, водоем, заповедник, и т. п.).

Кроме того, значительную роль при оценке участка территории должно играть его окружение. В этом случае немалое значение придается стоимости этих окружающих участков, так как цена двух смежных одинаковых наделов территории не может различаться в несколько раз.

Все это не может не повлиять на результат комплексной оценки земли.

Известно, что кроме экологических факторов на формирование стоимости недвижимости могут в большей или меньшей степени влиять и другие факторы, такие как престижность района, характеризующаяся центральной частью города или удаленностью от центра; наличием транспортных магистралей, линий метро и рядом других. При улучшении экологической ситуации в районах округов стоимость недвижимости возрастает, а при ухудшении экологической обстановки – стоимость значительно падает.

Повышение качества окружающей природной среды как фактора качества жилья вызовет рост цен на жилую недвижимость. Об этом свидетельствуют много фактов. Но более вероятно, что экологическая ситуация в целом сохранит тенденции, наметившиеся в последнее время.

Улучшению экологии, как фактора качества недвижимости мегаполиса, могут способствовать:

- усиление контроля со стороны соответствующих органов управления; изменение нормативно – правовых актов;
- изменение психологии жильцов в сторону повышения значимости экологического фактора;
- установление государственных дотаций для лиц, проживающих в экологически загрязненных районах.
- строительство хорошо проветриваемых широких улиц;
- разделение территории города на зоны с выделением жилых и промышленных микрорайонов;
- оснащение вредных предприятий очистными установками или вывод их за пределы города;
- реализация специфических компенсационных мероприятий, направленных на преодоление или смягчение негативных последствий загрязнения;
- разработка новых стратегий и внедрение новых инструментов хозяйствования с использованием информационных и компьютерных технологий и математических моделей;
- должное регулирование и совершенствование методов оценки показателя экономической ответственности за прошлый экологический ущерб.

Таким образом, анализ факторов, влияющих на формирование стоимости цены недвижимости, позволяет заключить, что экология и цена жилой недвижимости – это две взаимосвязанные категории, которые необходимо неразрывно учитывать при определении стоимости недвижимости.

Список используемой литературы:

1. Влияние экологических факторов на стоимость недвижимости. Экономико-правовой журнал «Экономический лабиринт» №7-8 (74-75) август-сентябрь 2007г.
2. Гриненко С. В. Экономика недвижимости. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2008 г. – 107 с.
3. Об охране окружающей среды. Федеральный закон от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ.
4. Оценка бизнеса / Под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой. – М.: Финансы и статистика, 2008 – 512 с.
5. Оценка недвижимости: Учебник / Под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой. – М.: Финансы и статистика, 2007.– 496 с.: ил.
6. Оценка стоимости недвижимости. Грибовский С. В., Иванова Е.Н., Львов Д. С., Медведева О. Е. - М.: Интерреклама, 2009. -704 с.

ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К ЭКСПЕРТУ-ОЦЕНЩИКУ

Карнаухов А. К., студент

Томский политехнический университет

E-mail: majibilli@sibmail.com

Научный руководитель: Кащук И. В., к.т.н., доцент

С развитием рыночных отношений, появлением международных компаний на национальном рынке, появляется объективная потребность в профессиональной и независимой оценке имущества, активов для эффективного взаимодействия с поставщиками и инвесторами.

В соответствии с Международными стандартами оценки, оценщики — это специалисты, работающие в области экономики, связанной с проведением оценки имущества и составлением соответствующей отчетной документацией. Как профессионалы, оценщики должны соответствовать жестким требованиям в плане образования, специальной подготовки, компетентности и проявляемых профессиональных навыков.

В различных странах становление профессии оценщика происходило по-разному. В каждой из стран выработаны свои критерии и требования, предъявляемые к оценщикам. Но есть и общие тре-

бования, которые предъявляются к оценщику во всех развитых странах и без соответствия которым он не может вести деятельность на рынке оценки имущества. К таким требованиям относятся: [1]

- соответствующие начальные знания;
- постоянная работа по совершенствованию своих знаний и формированию баз рыночных данных;
- опыт работы;
- независимость и объективность;
- высокие личные моральные качества оценщика;
- пунктуальность в соблюдении сроков выполнения работ;
- активное участие в работе общественных организаций оценщиков.

Теория и практика оценки, а также рыночные условия постоянно претерпевают изменения, поэтому оценщику необходимо отслеживать их и совершенствовать свои знания. В федеральном законе об оценочной деятельности в РФ есть немало требований, предъявляемых к эксперту оценщику: [2]

- соблюдение законодательства Российской Федерации об оценочной деятельности;
- быть членом одной из саморегулируемых организаций оценщиков;
- наличие документа об образовании, подтверждающего получение профессиональных знаний в области оценочной деятельности (диплом о высшем образовании, диплом о профессиональной переподготовке) у предпринимателя или штатного сотрудника юридического лица;
- повышение не реже раза в три года квалификации в области оценочной деятельности работника юридического лица и индивидуального предпринимателя;
- страхование гражданской ответственности лицензиата путем заключения договора страхования по конкретному виду оценочной деятельности либо по конкретному договору об оценке объекта оценки;
- предоставление по запросу лицензирующего органа документов и информации, необходимых для осуществления контроля над соблюдением лицензионных требований и условий.
- справку об отсутствии неснятой или непогашенной судимости за преступления в сфере экономики, а также за преступления средней тяжести, тяжкие и особо тяжкие преступления.

Основной обязанностью оценщика является — оценка имущества, под которой понимается определение стоимости имущества в соответствии с поставленной целью, процедурой оценки и требованиями этики оценщика. Можно подробно указать основные цели оценки, отражение в отчетности, купля-продажа, мена; проведение конкурсов, аукционов, торгов; аренда, права аренды, лизинг; залог; раздел, наследование, дарение; страхование; исчисление налога, пошлин, сборов; приватизация; конфискация; национализация; ликвидация; разрешение имущественных споров; передача прав собственности; внесение имущества в уставный капитал; определение доли имущественных прав; передача в доверительное управление; инвестиционное проектирование; коммерческая концессия; возмещение ущерба; хранение; составление брачного контракта.

Если организация приглашает оценщика на условиях гражданско-правового договора, то документом, определяющим права и обязанности оценщика, является сам договор. Должностная инструкция разрабатывается только для работников, с которыми заключен трудовой договор. Это означает, что при разработке инструкции необходимо дополнить квалификационную характеристику оценщика (эксперта по оценке имущества), которая содержит обязанности и права по отношению к заказчикам оценки, обязанностями и правами специалиста по отношению к организации-работодателю.

В должностной инструкции желательно определить полномочия оценщика (эксперта по оценке имущества) по заключению договоров с клиентами от имени организации.

В данный момент очень большое внимание уделяется большому вниманию пункту о том что эксперт оценщик должен быть членом одной из саморегулируемой организации.

В соответствии с Федеральным законом от 31.12.2005 г. N 200-ФЗ "О внесении изменений в статью 18 Федерального закона "О лицензировании отдельных видов деятельности" с 1 июля 2006 года прекращено лицензирование оценочной деятельности. Этот факт изменил всю систему принципов и механизмов регулирования деятельности оценщиков и сместил вектор с государственного регулирования предпринимательской деятельности на регулирование профессиональной деятельности в сфере независимой оценки.

В этой ситуации важная роль отводится профессиональным объединениям оценщиков, которые должны заслужить определенное доверие и положение на этом рынке, во многом качеством оказания услуг по оценке имущества. [3]

В соответствии со ст.15 Федерального закона от 29.07.1998 N 135-ФЗ "Об оценочной деятельности в Российской Федерации" оценщик обязан быть членом одной из саморегулируемых организаций оценщиков. Саморегулируемые организации способствуют развитию профессии посредством организации дополнительного обучения и повышения квалификации своих членов, установления этических норм и профессиональных правил, контролируют работу своих членов на предмет соблюдения требований законодательства, федеральных стандартов оценки, а также стандартов и правил оценочной деятельности и профессиональной этики.

Помимо этого саморегулируемые организации оценщиков выступают гарантом перед потребителями оценочных услуг за деятельность своих членом. Для этих целей они формируют компенсационный фонд для обеспечения ответственности своих членов, который расходуется только в том случае, если для покрытия ущерба, нанесенного виновными действиями оценщика, не хватает суммы страховки. В некоторых случаях саморегулируемые организации вправе применять меры дисциплинарного воздействия к своим членам, вплоть до исключения из состава членов, что фактически является лишением права заниматься оценочной деятельностью.

Также большое внимание уделяется, договору обязательного страхования ответственности оценщика при осуществлении оценочной деятельности являются имущественные интересы, связанные с риском ответственности оценщика (страхователя) по обязательствам, возникающим вследствие причинения ущерба заказчику, заключившему договор на проведение оценки, и (или) третьим лицам. [4]

Страховым случаем по договору обязательного страхования ответственности является установленный вступившим в законную силу решением арбитражного суда или признанный страховщиком факт причинения ущерба действиями (бездействием) оценщика в результате нарушения требований федеральных стандартов оценки, стандартов и правил оценочной деятельности, установленных саморегулируемой организацией оценщиков, членом которой являлся оценщик на момент причинения ущерба.

В случае наступления страхового случая страховщик производит страховую выплату в размере причиненного заказчику или третьему лицу реального ущерба, установленном вступившим в законную силу решением арбитражного суда, но не более чем в размере страховой суммы по договору обязательного страхования ответственности.

Договор обязательного страхования ответственности заключается на срок не менее одного года с условием возмещения ущерба, причиненного в период действия договора обязательного страхования ответственности, в течение срока исковой давности, установленного законодательством Российской Федерации.

На сегодняшний день уделяется очень большое внимания улучшению качества оценки. Существует тенденция децентрализации - правительство РФ наделяет СРО полномочиями на выполнения оценочной деятельности. Это ведет к тому, что повышается надежность и качество оценочных услуг, так как СРО предъявляет свои требования к эксперту оценщику и следит за его компетенцией и качеством оказываемых им услуг.

Список используемой литературы:

1. Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 512с
2. Федеральный Закон № 135-ФЗ29 июля 1998 года.
3. Правила деловой и профессиональной этики Российского общества оценщиков (РОО)
4. www.valuer.ru/ocenshik/p_etika.doc
5. Интернет-интервью заместителя директора Департамента корпоративного управления Министерства экономического развития Российской Федерации Д.В. Скрипичникова
6. <http://www.garant.ru/cooperation/gov/interview/25082008.htm>

СИСТЕМА КОЛИЧЕСТВЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНЦИИ НА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКАХ

Кащук И. В., к.т.н., доцент

Томский политехнический университет

Современная Концепция социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. предусматривает формирование высоко конкурентной среды во всех областях и сферах производства. В таких условиях все регионы должны конкурировать за ресурсы, капиталы, рынки сбыта и квалифицированные кадры, формируя и реализуя свои стратегии.

В настоящее время социально-экономическая ситуация в различных регионах сильно отличается. Отсутствует единый общегосударственный упорядоченный процесс по их разработке.

В Концепции Программы развития конкуренции в Российской Федерации определены четыре основные задачи конкурентной политики, это – сокращение вмешательства органов власти в конкурентную среду; совершенствование системы антимонопольного регулирования; развитие инфраструктуры; информационное обеспечение рыночной деятельности; активная поддержка развития конкуренции на основе таможенно-тарифного и налогового стимулирования [1].

Реализация этих направлений в настоящее время сильно осложняется отсутствием систем наблюдения состояния конкурентной среды, показателей и критериев ее оценки.

Все немногочисленные маркетинговые исследования последнего десятилетия в основном ориентировались на качественные показатели оценки опрошенных предпринимателей и не давали возможности объективно количественно оценить состояние существующих рынков.

Хотя система количественных показателей оценки конкуренции давно определена теорией организации отраслевых рынков, ее теоретические и практические аспекты мало известны российским менеджерам и не используются в системе регионального рыночного управления.

В экономической литературе нет точного определения предмета экономики отраслевых рынков. Существуют два подхода определения отраслевых рынков: американский вариант – «Industrial Organization» и европейский – «Industrial Economics». Содержательного адекватного перевода названия на русский язык пока не предложено. В русскоязычной литературе встречаются различные определения: «Структура отраслевых рынков», «Экономическая теория рынков», «Экономика отраслевых рынков», «Теория отраслевых рынков» и ряд других.

Многие авторы предлагают свои подходы повышения эффективности работы рыночных структур. Так, американские ученые Ф. М. Шерер и Д. Росс считают, что основным объектом анализа теории отраслевых рынков является механизм, приводящий всю производственную деятельность в соответствие с рыночным спросом, т.е. механизм функционирования рынков в форме свободного рынка[2].

Российский ученый А. Т. Юсупов считает, что теория отраслевых рынков должна изучать способы конкурентной борьбы фирм на рынке и их влияние на рыночную структуру[3].

Американский исследователь Кабраль определяет особую роль в теории отраслевых рынков стратегиями фирмы: товарным, ценовым, сбытовым, коммуникационным, которые должны быть характерны для конкретного рыночного взаимодействия. Исходя из большого многообразия и неоднозначности точек зрения, более приемлемым определением теории отраслевых рынков является «экономика несовершенной конкуренции» [4].

В теории отраслевых рынков модели микроэкономики получают дальнейшее развитие и углубление применительно к различным рыночным ситуациям. Системный подход в экономике отраслевых рынков позволяет целенаправленно использовать такие инструменты микроэкономики как: эластичность спроса, субституты, производственные факторы и масштабы производства, концентрация продавцов и покупателей, барьеры входа и выхода, дифференциация продукта, методы ценообразования, оптимизация цены и объемов продаж, стратегическое взаимодействие фирм, рыночная цена и прибыльность.

Исследователь Коуз дал определение экономики отраслевых рынков как – описание того, как хозяйственная деятельность разделена между фирмами. На рынке существуют разные фирмы: одни осуществляют много разных видов деятельности, у других круг деятельности сильно ограничен; одни фирмы большие, другие малые; некоторые интегрированы вертикально, другие нет. Все это и есть организация промышленности или организация отраслевых рынков [5].

Таким образом, теория отраслевых рынков исследует закономерности формирования и функционирования разного рода рыночных структур, основные принципы поведения фирм на разных

рынках, результаты такого поведения для экономики в целом и варианты отраслевой политики государства.

Предмет теории отраслевых рынков связан с рыночным подходом, согласно которому потребители и производители действуют в соответствии с ценовыми сигналами, порожденными взаимодействием предложения и спроса на более или менее свободно функционирующих рынках. В самом общем виде предмет теории отраслевых рынков - механизм, приводящий общественную производственную деятельность в соответствие с общественными потребностями. Рассматривается поведение фирм, но предметная область не ограничивается только фирмой, она включает и отрасль как совокупность фирм, и регион как пространственную составляющую отрасли. Анализ отрасли или оптимального количества фирм в отрасли проводится с учетом размером рынка.

В мировой практике используют две основные научные концепции формирования и функционирования отраслевых структур. Первая была предложена еще в 30-е годы Эдвардом Мейзоном и Джоем Бейном и впоследствии получила название парадигмы «структура – поведение – результат» («structure - conduct – performance»). Вторая – с точки зрения теории цен, использующая микроэкономические модели для объяснения поведения экономических субъектов и структуры рынков. Современное состояние теории отраслевых рынков сочетает эти концепции по принципу системного подхода [2].

В рамках первой парадигмы функционирование отрасли зависит от поведения продавцов и покупателей, которое определяется структурой рынка. Структура отрасли зависит от таких фундаментальных условий, как технология и спрос на продукт. Исследования, которые ведутся в рамках этой модели, ставят своей целью проверить, действительно ли определенные характеристики отраслей (например, небольшое число продавцов), оказывают устойчивое влияние на конкурентные стратегии и положение фирм и покупателей на соответствующих рынках.

Концепция теории цен исследует проблему экономического выбора, с которой сталкиваются производящие и потребляющие экономические агенты. Отправной точкой анализа в этом случае служат не объективные характеристики отраслей, а закономерности принятия оптимизационных управленческих решений. Одним из первых исследователей, применивших микроэкономическую теорию к анализу рынков, был Джорж Стиглер. Он считал, что микроэкономическая теория, используя эмпирические данные о рынках, должна ответить на вопросы относительно причин и последствий государственной промышленной политики. Одной из наиболее актуальных проблем данной концепции является функционирование и результативность квазимонопольных и квазиконкурентных рынков[2,4].

Квазимонопольными называют рынки, на которых монопольная власть существует, несмотря на относительно низкую концентрацию продавцов. Экономическая прибыль фирм на рынках с низким уровнем концентрации служит убедительным аргументом в пользу концентрации этих рынков. Отсутствие жесткой связи между рыночной долей фирмы и ее экономическим положением нуждается в объяснении. Кроме того, необходимо проанализировать процесс возникновения на рынках доминирующих продавцов, обладающих монопольной властью[4].

Особенности квазимонопольных рынков описываются двумя теориями: транзакционных издержек и квазиконкурентных рынков.

Транзакционные издержки, связанные с заключением контрактов и с обеспечением их соответствующего выполнения, ослабляют возможности ценовой конкуренции между агентами рынка. На основании различия уровня и преобладающего типа транзакционных издержек объясняются различия в структуре отрасли, поведении фирм и функционировании рынков. Чем выше уровень транзакционных издержек, тем медленнее осуществляется перераспределение рынка между фирмами, тем более устойчива и консервативна рыночная структура. Этот подход направлен на выявление наборов субъективных и объективных факторов, которые могли бы объяснить политику фирм как по отношению к рынкам, так и в области внутренней структуры.

Теория квазиконкурентных рынков, развитая Демзетом, Баумолем, Панзаром и Виллигом, исследует влияние барьеров входа на поведение фирм в отрасли. Отрасль с небольшим числом фирм также может быть конкурентной, если существует угроза входа в отрасль новых фирм. Рынки, на которых действуют несколько фирм, но существует реальная угроза входа потенциальных конкурентов, называются квазиконкурентными.

Наличие необратимых затрат, обусловленных входом нового потенциального конкурента на рынок, создают барьеры на его пути и препятствуют рассасыванию экономической прибыли в долгосрочном периоде, поэтому рынок с высокими необратимыми затратами входа характеризуется более

высокой степенью монопольной власти. Таким образом, на одном полюсе - поведение фирм в современной рыночной экономике оказывается квазимонопольным, на другом - квазиконкурентным.

Важной проблемой теории отраслевых рынков служит идентификация факторов, определяющих экономическое положение фирм. Исследования зарубежных ученых показывают наличие прямой зависимости доходности капитала фирм от их рыночной доли. Однако наряду с распределением рынка между фирмами на прибыль фирм и на монопольную власть существенно влияет высота барьеров входа в отрасль и вероятность проникновения и успешной конкуренции новых фирм, а также стратегическое поведение участников рынка. Ограничивающие ценовую конкуренцию трансакционные издержки и препятствующие входу необратимые затраты, возникающие на рынках с асимметричной информацией, приводят к повышению монопольной власти действующих на рынке продавцов и отражаются на уровне их прибыли.

Таким образом, государственная политика в отношении отраслевых рынков должна базироваться на макроэкономической политике и реализовываться на основе постоянных эмпирических исследованиях отраслей и рынков по основным показателям на мезо – и микро – уровнях.

К ним можно отнести: показатели концентрации, основанные на сопоставлении размеров фирмы с размером рынка и показатели монопольной власти, основанные на сравнении реальных рынков с рынками совершенной конкуренции.

Рыночную концентрацию принято рассматривают как плотность размещения рыночных структур и неравномерность возможностей агентов рынка относительно объемов предложения или спроса. Малое число фирм на рынке, а значит, и малая их плотность, свидетельствуют о высоком уровне концентрации продавцов. Предельный случай, когда плотность равна единице, соответствует монопольному рынку. Если число фирм на рынке фиксировано, то чем больше они отличаются друг от друга по объему реализации товара, тем выше уровень рыночной концентрации продавцов. Уровень концентрации агентов на рынке оказывает существенное влияние на их поведение. Чем меньше на рынке продавцов, тем выше их взаимозависимость. Поэтому вероятность их согласованных действий велика, а уровень конкурентности рынка ниже. В теории и на практике используются различные показатели, позволяющие измерять степень концентрации производителей и покупателей на рынке такие, как: индекс концентрации; индекс Херфиндаля—Хиршмана; индекс Ханна и Кея; показатель дисперсии рыночных долей; индекс Джини; индекс Холла—Тайдмана; индекс энтропии и ряд других. Применение всех их хорошо апробировано на Западе. Выбор показателей следует делать на основе адекватности отображения состояния исследуемой рыночной структуры[6].

Соперничество между действующими конкурентами имеет форму гонки за передовые позиции с использованием тактик, основанных на ценовой конкуренции, рекламных битвах, освоении новой продукции, расширении обслуживания потребителей и предоставлении гарантий. Интенсивность соперничества определяется целым рядом взаимодействующих факторов, главным из которых является существование высоких барьеров отрасли. Наличие устойчиво высокой нормы прибыли фирм на некоторых отраслевых рынках указывает на определенные экономические и другого характера препятствия для входа новых фирм. Эти препятствия, получившие наименование «входных барьеров», позволяют функционирующим на данных рынках фирмам получать более высокую прибыль, не опасаясь появления новых конкурентов. Под барьерами выхода из отрасли понимаются экономические, стратегические и психологические факторы, удерживающие фирмы на конкурентном поле даже при низких доходах или убытках. Определить их можно, исходя из асимметрии в поведении действующих и входящих фирм, то есть, как издержки производства, которые должны нести входящие и несут функционирующие, укоренившиеся фирмы.

Барьерами «входа-выхода» является совокупность объективных и субъективных факторов, препятствующих входящей фирме организовать прибыльное производство на отраслевом рынке, либо противодействующих выходу с него укоренившейся фирме без существенных потерь.

Существует противоречивость феномена барьеров: они могут, с одной стороны, вести с искажением межотраслевого и внутриотраслевого распределения ресурсов по сравнению с оптимальным с точки зрения общества, с другой стороны, могут мотивировать усилия как функционирующих на рынке, так и стремящихся на него фирм к модернизации производства и повышению производительности труда.

Исследователи Д.Бэйн и Г.Манн в 50-е гг., классифицировали входные барьеры в зависимости от источника их возникновения, определив четыре типа:

1. за счет абсолютного преимущества в издержках (absolute cost advantages) у работающих на рынке фирм при любом объеме производства и реализации продукции;
2. за счет экономии на масштабе производства (economies of scale);

3. за счет дифференциации продукции действующих на рынке фирм (product differentiation advantages);

4. за счет объема первоначальных инвестиций, необходимого для обеспечения входа на рынок (capital requirements).

Кроме того, все барьеры условно можно разделить на два типа по степени объективности:

Субъективные – стратегические, создаваемые стратегией самой фирмы, ее поведением;

Объективные – нестратегические или структурные, выступающие для любых хозяйствующих субъектов как внешняя данность и связанные с фундаментальными условиями функционирования отрасли[7].

Выделяют следующие виды нестратегических барьеров входа в зависимости от источника возникновения барьеров:

1. Административные (правительственные) - правообеспеченные ограничения на ведение определенных видов деятельности. Это лицензирование, квотирование, сертификация, нормы контроля, регламенты и прочее воздействие со стороны государственных органов.

2. Гражданские - ограничения на ведение определенных видов деятельности (правила и стандарты профессиональной деятельности) со стороны различных гражданских объединений, в том числе и криминальных структур.

3. Социально-экономические - ограничения на ведение определенных видов деятельности, связанные с емкостью рынка, объемом первоначальных инвестиций, необходимых для входа на рынок, абсолютными и относительными преимуществами укоровившихся фирм в уровне затрат.

Стратегические барьеры входа подразделяют на два вида: связанные с ценовыми и неценовыми стратегиями поведения фирм.

Ценовая стратегия активной фирмы представляет собой установление такого уровня цен, который способен предотвратить появление на данном рынке новых конкурентов. Обычно они еще называются запретительными ценовыми стратегиями. Их суть состоит в том, что активная фирма, опасаясь конкурентов, снижает уровень цен до уровня ниже цены, приносящей максимальный доход (прибыль) в краткосрочный период.

Неценовые стратегии представлены тремя формами:

1) Дополнительным инвестированием в оборудование. Если активная фирма имеет незадействованные производственные мощности, то при угрозе входа на рынок новых конкурентов она может максимально увеличить объем выпуска продукции.

2) Устойчивыми связями с другими участниками рынка. Любая фирма, действующая на рынке длительное время, имеет устоявшиеся связи со всеми рыночными участниками, в то время как новой фирме потребуется определенное время для установления таких связей.

3) Дифференциацией продукта. Суть стратегии активной фирмы состоит в возможном разнообразии предлагаемой продукции, т.к. расходы, связанные с увеличением торговых марок, исследованиями рынка возрастают медленнее, чем получаемая в результате этих действий прибыль.

Хотя концептуально барьеры для выхода из отрасли и барьеры для вхождения - разные понятия, общая характеристика их уровней является важным аспектом анализа отрасли. Наилучший вариант с точки зрения получения прибыли - сочетание высокого уровня барьеров для вхождения и низкого уровня барьеров для выхода. В этом случае появление новых конкурентов будет менее вероятным, а проигравшие фирмы легко покинут отрасль. Если оба барьера высоки, потенциал прибыльности высок, но связан с повышенным риском. Ситуация с низким уровнем обоих видов барьеров пророчит стабильную и низкую доходность. Наихудшим вариантом, по понятным причинам, является сочетание низких барьеров для входа и высоких барьеров для выхода с рынка. Политика установления барьеров входа в отрасль является предпочтительной для фирмы (фирм), действующей в отрасли, только если текущая ценность потока прибыли, обеспечиваемого этой политикой, будет превышать уровень прибыли, получаемой при максимизации прибыли в краткосрочном периоде.

Однако отслеживать состояние данных показателей в условиях информационного дефицита весьма проблематично. Поэтому наиболее остро стоящей проблемой сегодня является наличие информационных барьеров, созданных на основе непрозрачных отношений между участниками рынка, отсутствия доверия, наличия неформальных, коррупционных отношений, не зрелой профессиональной аналитики.

Отсутствие информационной инфраструктуры породило и другое негативное последствие для развития конкуренции рынков, такое как формирование вертикально-интегрированных компаний (холдингов). Недостаток информации для изучения потенциальных рынков, дефицит доверия, низкая культура ведения бизнеса (опыт неплатежей) привели к боязни партнерских отношений, какими бы

перспективными они не были. Крупные и средние фирмы стали создавать собственные структуры поставки (предприятия по добыче и переработке сырья) и сбыта готовой продукции (дистрибьюторские компании). Вертикальная интеграция использует ограниченную конкурентную практику, делит рынок по территориальному принципу, использует закрытые тендеры, ограничивает количество независимых участников рынка и в целом препятствует эффективному развитию рыночных структур.

Кроме того, реальной угрозой является высокая концентрация производства в ключевых для российской экономики сырьевых отраслях: нефтяной, металлургической, нефтехимической и прочих. В этих отраслях сохраняется преобладание крупных и сверхкрупных компаний. Данная тенденция в последние годы усилилась благодаря слияниям и созданиям крупных сетей дистрибьюторских организаций. Представители малого бизнеса видят реальную для себя угрозу в «монополизации рынков» крупными компаниями.

Список используемой литературы:

1. Концепция Программы развития конкуренции в Российской Федерации // Министерство экономического развития РФ. [Электронный ресурс. – режим доступа: <http://www.economy.gov.ru> .- 09.10.2008
2. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. – М.: ИНФРА-М, 1997. - 698с.
3. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков.– М.: ИНФРА-М, 2008. - 442с.
4. Кабраль Луис М. Б. Организация отраслевых рынков: вводный курс; пер. с англ. А. Д. Шведа. - Минск: Новое знание, 2003. - 356 с.
5. Третьяк В.П. Фирма как субъект отраслевых рынков //Российский экономический журнал.– 2002.– №2. - С.95-98.
6. Третьяк В.П. Основные характеристики структуры отраслевых рынков //Российский экономический журнал.–2001.– №7. - С.75-80.
7. Третьяк В.П. Барьеры входов и выходов фирм на отраслевых рынках //Российский экономический журнал.–2001.– №10. - С.64-68

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В ВОПРОСАХ ФОРМИРОВАНИЯ И ОЦЕНКИ РЫНКА КЕРАМИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ И ИЗДЕЛИЙ

Кащук И. В., к.т.н., доцент

Томский политехнический университет

Предприятия Томской области, производящие строительную керамику, относятся к региональному рынку промышленного назначения. Особенностью такого рынка является осуществление преимущественно крупных сделок по приобретению значительных объемов сырья, материалов, комплектующих изделий для последующего производства продукции, применяемой в строительстве.

Субъектами промышленных рынков обычно являются крупные предприятия, осуществляющие немногочисленные, но крупные сделки с покупателями. Спрос на этих рынках определяется спросом на конечные потребительские товары в соответствии с индустриальной цепочкой и является неэластичным. Его величина меняется более быстрыми темпами по сравнению со спросом на потребительские товары под влиянием экономической конъюнктуры рынка. Повышение или понижение цены обычно не вызывает соответствующего роста объема продаж и, в основном, определяется потребностями производственного процесса.

На спрос оказывают влияние установленные сроки поставки и формы расчета с поставщиками. Спрос на промышленные товары характеризуется совмещенностью товаров, когда покупка одного изделия, материала вызывает необходимость приобретения другого. Производственному рынку характерна разноплановость тенденций в динамике спроса: с одной стороны, производственная программа предприятия может быть рассчитана на длительные сроки (прогнозируемый спрос), с другой, спрос может характеризоваться неравномерностью, скачками научно-технического прогресса. Возникновение на рынках индивидуального потребления товаров-заменителей может привести к резкому спаду целых отраслей, производящих товары промышленного назначения. Угрозы резких колебаний объемов продаж вынуждают многих диверсифицировать производство и рынки для того, чтобы минимизировать влияние изменений спроса на эффективность деятельности предприятия.

Рынок производственных товаров динамичен, ситуация на нем складывается под воздействием комплекса факторов и обстоятельств и определяется в первую очередь, конъюнктурой.

Конъюнктура рынка (от лат. *conjungo* — соединяю, связываю) — это состояние рынка, или конкретная ситуация, сложившаяся на данный момент или за ограниченный отрезок времени под воздействием комплекса сил, факторов и условий.

Ситуация на конкретном рынке объясняется или обусловлена ситуациями, сложившимися на других смежных рынках: инвестиций, недвижимости, труда, услуг, ценных бумаг. Изучение рынка должно быть комплексным, увязанным с оценками других рынков.

Оценка и анализ изменения параметров рынка: выявление тенденций его развития, перспектив расширения, или необходимость сокращения, относятся к первейшим задачам конъюнктурного анализа, который включает пространственный анализ и анализ колеблемости рынка.

Пространственный анализ определяет масштабы и структуру рынка: число участников, объем сделок, оборот рынка, товарную структуру и прочие.

Колеблемость рынка в значительной мере является проявлением его стихийности, заложенной в рыночном механизме (цикличности, сезонности).

Состояние рынка характеризуется через систему количественных и качественных показателей, каждый из которых отражает определенную сторону конъюнктуры рынка. К ним относятся:

- масштаб рынка (емкость);
- степень сбалансированности;
- тип рынка (конкурентный, монополистический);
- динамика изменения;
- степень деловой активности предприятий;
- уровень устойчивости – колеблемости;
- уровень рыночного риска;
- уровень конкурентной борьбы; цикличность.

Конъюнктурный анализ позволяет всесторонне проанализировать рыночную ситуацию и дать комплексную характеристику состояния рынка.

Важной составляющей конъюнктурного анализа является система рыночных индикаторов. Индикатор рынка – это качественный или количественный показатель, позволяющий единолично или в комбинации с другими показателями отразить или измерить рыночную ситуацию.

Многие индикаторы рынка базируются на специальных конъюнктурных торговых и социологических опросах, опирающихся на мнения заинтересованных лиц: потребителей, производителей, участников торгового процесса, независимых экспертов.

Индикаторы рынка рассчитывается и публикуется Центром экономической конъюнктуры при Правительстве Российской Федерации, а также в информационно-статистическом обзоре Федеральной службы государственной статистики, включая выборочные обследования конъюнктуры и деловой активности торговли.

К рыночным индикаторам относятся: вовлечение товарной массы в сферу рынка; товарооборот; товарные запасы (в стоимостном выражении или в днях оборота); цены (в денежных единицах или в отношении к доходу); прибыль (или рентабельность).

Рыночными индикаторами могут быть как статические, так и динамические показатели. Используются также неформальные конъюнктурные оценки: характеристики покупательских настроений и инфляционных ожиданий, предсказывающих изменения цен. Оба эти индикатора строятся на базе опросов, как потребителей, так и предпринимателей, выступающих на рынке в качестве продавцов. Современным направлением конъюнктурного анализа является метод построения системы индексов деловой активности. К ним относятся показатели динамики рынка: темпы роста производства (или поставки) товаров, товарных запасов, цен и т.д. В качестве дополнительных индикаторов привлекаются такие характеристики рынка, как численность населения; уровень дохода; региональные показатели розничных продаж и т.д.

Деловая активность предприятия должна рассматриваться не только по фактическому уровню, но и в перспективе. Перспективы рыночного бизнеса оцениваются по коэффициенту заполненности портфеля заказов. Этот показатель исчисляется на основе ответов предпринимателей об уровне и тенденции заполненности портфеля заказов.

В качестве индикатора активности бизнеса используется соотношение положительных и негативных оценок. Вместо процента заполняемости портфеля можно рассматривать изменения ситуации за предшествующий период, что позволит распространить сложившуюся конъюнктуру, отражающую реальную ситуацию; на будущий период, представляющую собой прогнозную оценку. Можно полу-

чить среднюю оценку из всех трех показателей: прошлого, настоящего и будущего. Данный показатель может рассматриваться в качестве коэффициента благополучия предприятия.

Коэффициент благополучия предприятия определяет конкурентоспособность предприятия.

Достижению конкурентоспособности может способствовать использование принципов системного подхода, основными из которых являются:

- целостность свойств системы к сумме свойств составляющих ее элементов;
- структурность – установление сети связей и отношений системы; взаимозависимость структуры системы и рыночной среды;
- иерархичность, когда каждый компонент системы в свою очередь может рассматриваться как самостоятельная система;
- множественность описаний каждой из этих систем.

В настоящее время создание такой системы на рынке строительной керамики в Сибирском регионе является актуальной задачей, так как потребность в качественных строительных материалах с каждым годом растет. До настоящего времени большинство материалов ввозится на предприятия Сибири из других регионов России и стран. Количество и качество производимых в регионе материалов не удовлетворяет даже минимальную потребность в них.

При этом Сибирский регион имеет высокий сырьевой потенциал для производства строительных материалов, особенно строительной керамики. В Сибири имеются почти все виды традиционного и нетрадиционного сырья. Добыча полезных ископаемых и их переработка, развитие металлургических производств и теплоэнергетики привели к накоплению большого количества отходов, которые загрязняют окружающую среду и вместе с тем могут являться минеральным сырьем для производства строительных материалов.

Вторичное сырье разнообразно. Только в Красноярском крае потенциальным вторичным сырьем являются: вскрышные глинистые породы разработки угольных месторождений, отходы обогащения железных, молибденовых и никелевых руд, золы и шлаки от сжигания бурых углей Канско-Ачинского бассейна, шлаки и шламы сталеплавильного и глиноземного производства, регенерированные кварцевые пески машиностроительных заводов, отсеvy горных пород и т.д. Все это является достаточной базой для создания регионального рынка сырья, позволяющего потребителям сравнивать альтернативные предложения ценности сырья, а предприятиям по производству сырья или материалов повышать ценность за счет улучшения качества и снижения стоимости.

При использовании системного подхода на основе маркетинговых исследований к производству строительной керамики сначала необходимо сформировать параметры «выхода» производственной системы – готового строительного материала или изделия. Это значит определить что производить, с какими показателями качества, и, следовательно, с какими затратами.

Следующим шагом является определение параметров «входа», то есть какие нужны ресурсы и информация для производственного процесса. Их можно спрогнозировать после изучения организационно-технического уровня, в первую очередь, качества используемого сырья, эффективности соответствующей технологии и квалификации персонала.

Обратная связь системы является коммуникационным каналом между потребителем керамического материала или изделия и его производителем.

Запасы сырьевых материалов Сибири являются достаточной базой для создания регионального рынка сырья, позволяющего потребителям сравнивать альтернативные предложения ценности сырья, а предприятиям по производству сырья или материалов повышать ценность за счет улучшения качества и снижения стоимости.

Покупателю для принятия решения о приобретении строительных материалов или изделий необходима информация об их качестве и ценах. В свою очередь производителю необходимо иметь оперативную и объективную информацию о качестве и ценах закупаемого сырья. Для этого необходимо произвести оценку возможности и эффективности использования того или иного сырьевого компонента для изготовления конкретного материала или изделия и сформировать банк данных сырья на местном и региональном уровнях.

В этих целях необходимо создать модель комплексной технико-экономической оценки, в которой были бы учтены все факторы–критерии, отражающие как технические и технологические, так и экологические и стоимостные характеристики сырья.

Предлагается следующая система оценочных критериев и их приоритетность: оценка качества готовых материалов или изделий; оценка качества используемого сырья; показатели, характеризующие гидрогеологические условия залегания сырья и технологии их разработки; критерии – факторы, влияющие на формирование сметной стоимости керамического материала или изделия; сравнитель-

ные характеристики рыночной цены материала или изделия с учетом его качества по отношению к мировым, российским и региональным ценам.

Предлагаемая приоритетность оценочных показателей характеризует принципиально новую позицию к проведению технико-экономической оценки эффективности использования природного и техногенного сырья с позиции определения конкурентоспособного качества, используя системный и комплексный подходы при расчете эффективности использования того или иного сырьевого материала.

Список используемой литературы:

1. <http://www.atlant.ru/opt/articles/analitika/62200709102622/>, свободный. – Загл. с экрана.
2. Барина Л.С., Куприянов Л.И., Миронов В.В. Силикатный кирпич в России: современное состояние и перспективы развития // Строительные материалы. – 2008. - №11. – с. 4-9.
3. Кризис «уронил» цены на кирпич не менее чем на 10 % // Строительные материалы. – 2009. - №1. – с. 73.
4. Смирнов В. Обзор рынка: отделочные стройматериалы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/out.php?subject=out&from=research&url=http://www.atlant.ru>, свободный. – Загл. с экрана.
5. Оценка ситуации на рынке керамической плитки // <http://www.stroyka.ru/>, свободный. – Загл. с экрана.

ОЦЕНКА БИЗНЕСА В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ

Кобзарь Н. В., студент, Кащук И. В., доцент

Томский политехнический университет

E-mail: natalie.kobzar@gmail.com

В условиях нестабильности российской экономики, отражающейся на положении российских предприятий на рынке, оценка стоимости предприятия и его активов приобретает особое значение. В частности, необходимым является применение оценки предприятия в антикризисном управлении, особенно при проведении процедур банкротства.

Антикризисное управление и оценочная деятельность представляют собой смежные сферы деятельности. Оценочная деятельность является одним из важных инструментов повышения эффективности антикризисного управления. Реализация политики антикризисного регулирования невозможна без оценочной деятельности. Принятие эффективных управленческих решений должно производиться на основе информации о рыночной стоимости предприятия. При увеличении рыночной стоимости наблюдается рост предприятия, развитие производства, расширение сбыта, выход на новые рынки. Снижение рыночной стоимости является главным индикатором неблагоприятного состояния предприятия, возможности кризиса и банкротства.

Оценка бизнеса - одна из важных задач внешних (антикризисных) управляющих, назначаемых по решению суда для осуществления финансового оздоровления или ликвидации признанных судом банкротами предприятий. Можно выделить следующие цели оценки бизнеса, которые существенно влияют на финансовое состояние предприятия: это - эмиссия новых акций; подготовка к продаже обанкротившихся предприятий; оценка в целях реструктуризации; обоснование вариантов санации предприятий - банкротов.

Правовой основой оценки предприятий в процессе антикризисного управления является множество правовых положений, сформулированных в различных законодательных и нормативных документах. Основными документами в этой области являются: Федеральный закон от 29.07.1998 N 135-ФЗ (ред. от 27.12.2009) "Об оценочной деятельности в Российской Федерации"; Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 27.12.2009) "О несостоятельности (банкротстве)"; Федеральный закон от 25.02.1999 N 40-ФЗ (ред. от 19.07.2009) "О несостоятельности (банкротстве) кредитных организаций". Однако принятых к настоящему времени нормативных актов недостаточно для проведения качественной оценки собственности в Российской Федерации, поэтому в практике оценки предприятий, в том числе и в сфере антикризисного управления, широко используются зарубежные стандарты оценки. Эффективное использование информации о стоимости имущества и бизнеса в целом на стадии осуществления процедуры банкротства позволяет максимально удовлетворить интересы собственников и кредиторов, а также может привести к выводу предприятия из кризиса. При-

влечение оценщиков в данном случае регламентируется Федеральным законом от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 27.12.2009) "О несостоятельности (банкротстве)". В ряде статей этого Закона формулируются различные положения, условия и ограничения, налагаемые на оценку собственности в ходе арбитражного процесса.[1]

Выведение предприятий из кризисного состояния нельзя осуществить без представления четкой картины имущественного и финансово-экономического состояния предприятия-должника, его возможностей и ресурсов. Многие элементы такой картины могут быть получены только в результате проведения оценок бизнеса, элементов имущества, долговых обязательств и т.д.

В зависимости от роли и цели оценки предприятия, как имущественного комплекса, рассчитываются разные виды стоимости. Самый широко используемый в оценочной практике вид стоимости – обоснованная рыночная стоимость. Для арбитражного управления данный вид стоимости можно применять на стадиях наблюдения, внешнего управления и финансового оздоровления. Ликвидационную стоимость целесообразно рассчитывать в условиях конкурсного производства. Инвестиционная стоимость в большинстве случаев используется для обоснования инвестиционных проектов и представляет собой стоимость объекта-предприятия для конкретного инвестора, определенная исходя из его субъективных целей. Инвестиционная стоимость при арбитражном управлении может использоваться на стадии внешнего управления. Стоимость действующего предприятия целесообразно рассчитывать в случае, когда предприятие реально функционирует на рынке и приносит доход или находится на начальной стадии кризиса. Налогооблагаемая стоимость может использоваться при разработке финансовых планов и программ оздоровления.[2]

При работе с предприятиями, пребывающими в кризисном состоянии и в процедурах банкротства, оценщики должны знать специфику подходов, применяемых в практике антикризисного управления. Методология оценочной деятельности определяет следующие подходы оценки стоимости предприятия: доходный, сравнительный и затратный. Специфика антикризисного регулирования накладывает некоторые ограничения на их использование. На этапе досудебной санации, пока предприятие способно приносить доход, наиболее часто используется доходный подход, включающий три основных метода: дисконтирования денежных потоков, капитализации, реальных опционов. Вторым по популярности является затратный подход, который включает метод чистых активов. Информация для этого метода поступает в основном из бухгалтерской отчетной документации предприятия. Сравнительный подход используется редко, так как на рынке не существует абсолютно одинаковых предприятий, многие предприятия неохотно предоставляют финансовую информацию оценщикам.[3]

Доходный подход в арбитражном управлении используется редко. Для определения положительной стоимости убыточного предприятия используется затратный подход и его методы: ликвидационной стоимости и чистых активов. Метод ликвидационной стоимости применяют арбитражные управляющие для определения приблизительного размера конкурсной массы, которая формируется в результате реализации имущества на стадии конкурсного производства, реже – на стадии внешнего управления.

Оценка бизнеса, проводимая при антикризисном управлении, выполняет ряд специфических функций. Главная функция заключается в том, чтобы определить соотношение между стоимостью имущества, бизнеса предприятия-должника и его обязательствами. Функции оценки на всех стадиях арбитражного управления имеет свои особенности.

На стадии досудебной санации оценка определяет стоимость залога в процессе кредитования несостоятельного предприятия и стоимость бизнеса, имущества для оценки инвестиционной привлекательности этих объектов с возможной целью их продажи, привлечения инвестиций. На стадии наблюдения оценка обосновывает наличие или отсутствие возможности восстановления платежеспособности предприятия-должника; оценка объектов при согласовании сделок, оспаривании ранее совершенных сделок; определяет размер конкурсной массы и сравнивает ее с задолженностью предприятия; определяет стоимость предприятия при установлении достаточности имущества должника для покрытия судебных расходов и расходов на вознаграждение арбитражным управляющим. На стадии финансового оздоровления оцениваются активы должника, подлежащие продаже в соответствии с планом финансового оздоровления. На стадии внешнего управления оценка определяет стоимость продажи предприятия в целом, рыночной стоимости его акций и отдельных активов. На стадии конкурсного производства оценка определяет ликвидность активов предприятия-должника для установления сроков их реализации при расчете общего срока конкурсного производства; определяет общую стоимость имущественного комплекса для продажи.

Мировое соглашение – процедура, применяемая на любой стадии рассмотрения дела о банкротстве для прекращения производства путем достижения соглашения между должником и кредиторами. Поскольку мировое соглашение означает выход из судебной процедуры, в этом случае оценочная деятельность осуществляется в режиме обычного хозяйственного оборота.

Основная задача оценки бизнеса применительно к процессу санации видоизменяется. Она заключается в определении оценочной стоимости предприятия после того, как будет выполнен запланированный комплекс оздоровительных мероприятий.

Оценка стоимости является неотъемлемым элементом системы антикризисного управления. Оценка стоимости предприятия, оказавшегося в сложном финансовом положении, очень важна для антикризисного управляющего в качестве исходной информации для принятия решений, выработки плана действий. Например, в рамках внешнего управления, по результатам оценки возможности реализации альтернативных проектов, арбитражный управляющий может принять одно из следующих решений: репрофилирование производства, закрытие нерентабельных участков, продажа бизнеса и прочие.

Оценка стоимости выступает критерием эффективности применяемых антикризисным управляющим мер (на основе определения изменения стоимости предприятия в зависимости от применения альтернативных наборов антикризисных решений), т. е. является одним из важнейших элементов управляющей подсистемы системы антикризисного управления. Оценка стоимости играет немаловажную роль в арбитражном управлении на различных стадиях процедуры банкротства. Поэтому для осуществления эффективного руководства предприятием в условиях кризиса необходимо разбираться в основных методах и подходах оценки стоимости предприятия.

Список используемой литературы:

1. Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ "О несостоятельности (банкротстве)" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Тимофеев В.И. Оценка бизнеса в целях антикризисного управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.alti.ru>
3. Лаврова Т.В. Оценочная деятельность в антикризисном управлении [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kolirmet.net>

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ АНТИКРИЗИСНОГО МАРКЕНИНГА: АРОМАМАРКЕТИНГ, ЦВЕТОМАРКЕТИНГ И ПСИХОГРАФИКА

Колесникова Д. С., студентка; Киселева Е. С., ассистент

Томский политехнический университет

Авторы статьи считают, что в настоящее время, когда мировой финансовый кризис является атрибутом экономики многих стран мира, производители товаров и услуг должны еще лучше заботиться о потребителях. Нэнси Остин и Том Петерс в книге «Страсть к совершенству» пишут о том, что существует два способа достичь успеха и удержать свои позиции на рынке. Во-первых, следует тщательно и основательно заботиться о потребителях с помощью отличного постоянного качества товаров и услуг. Во-вторых, необходимо постоянно и планомерно заботиться об обновлении ассортимента предлагаемых товаров и услуг [1, с.39]. На вопрос: «Почему в наши дни главным звеном рынка стал потребитель, а не поставщик товаров?» - известный маркетолог Филип Котлер отвечает следующим образом. «Продолжающийся рост количества продуктов и конкурентов на рынке свидетельствует о том, что на смену дефицита товаров пришел дефицит потребителей. В результате именно они стали центром рыночной вселенной. Возможности выбора возросли как никогда, наряду с доступностью информации... покупатели могут обмениваться мнениями с другими обладателями или пользователями товара, а это, в свою очередь, означает, что влияние покупательских рекомендаций на выбор товара еще больше растет...» [2, с.25-26]. Ф. Котлер также отмечает, что забота о потребителе должна выражаться в конкретных действиях и не ограничиваться только разговорами. Необходимо сравнить уровень удовлетворенности клиентов своей компании с уровнем удовлетворения потребителей конкурентов. Профессионализм и модель поведения персонала также играют важную роль для наличия лояльности клиента [2, с.27]. Ф. Котлер и К. Л. Келлер считают, что фирмы должны

поддерживать контакт с покупателями путем информирования, заинтересованности и заряда энергии. Компании, ориентированные на покупателя, способны не только производить товары, но и сами формировать отношения с ними. Успеха добиваются организации, которые полностью удовлетворяют своих клиентов [3,с.168]. Г.А. Васильев считает, что фирма, заботящаяся о потребителе распространяет свое внимание не на товары, а на потребности покупателя. По мнению автора, главная идея маркетинга состоит в признании того факта, что потребители нуждаются не в продуктах как таковых, а в удовлетворении своих потребностей. Таким образом рынок определяется нуждами и потребностями, а не товарами [3,с.3].

Авторы статьи обозначают основную цель антикризисного маркетинга – удовлетворение нужд и потребностей покупателей изысканными способами. По нашему мнению, для достижения успеха на любом рынке товаров и услуг руководство фирмы и каждый сотрудник без исключения должны заботиться об удовлетворении клиентов. В современных условиях становится все труднее привлечь потребителя, так как существует большое количество различных способов. Цель статьи - обозначить наиболее эффективные способы воздействия на потребителей в современных условиях. Итак, к ним относятся: аромамаркетинг, цветомаркетинг и психографика.

Аромамаркетинг – это ароматизация воздуха для стимулирования продаж и благоприятного влияния на покупателя. Маркетинговые исследования показывают, что наличие приятных ароматов вынуждает покупателей проводить в магазинах на 15-20% дольше, чем обычно. А это, соответственно, положительно сказывается на уровне продаж. Приятный аромат побуждает к импульсивным покупкам [4].

Цветомаркетинг. Обобщая разнородный опыт цветовых исследований, можно набросать приблизительную структуру цветового воздействия. Это структура представляет собой пирамиду. Каждая следующая ступень пирамиды более изменчива и более рассудочна, чем предыдущая. Как и всякое другое, это разделение в определенной степени условно. Всего же выделяют шесть уровней пирамиды. Физиологический. Вспомнив поучительную историю про селезень, можно предположить, что в основе воздействия основных базовых цветов на психику человека все-таки лежат какие-то физиологические механизмы восприятия. Совершенно очевидно, что красный более активно воздействует на глаз, нежели бледно-желтый. Первобытный. Связан с последовательной адаптацией человека к среде. Цветовая семантика определяется первоначальными стихиями, с которыми ассоциируются цвета (голубое небо, зеленая трава, красный огонь). Исторический. Большое влияние на цветовое восприятие и развитие цветовой лексики оказывают социо-культурная эволюция и технический прогресс. К примеру, такое понятие, как "бирюзовый" цвет, начало все чаще встречаться в различных языках за последние несколько десятилетий. Вероятно, это связано с тем, что около полувека назад было изобретено новое синтетическое красящее вещество – фталоцианин, которое придавало изделиям бирюзовый цвет. Ранее же этот цвет редко встречался в природе. Исследование, проведенное Болтоном и Крипом на основе фольклоров сорока разных народов, обнаружило упоминание о бирюзовом цвете только в одном случае - у индейцев хопи из Таоса (штат Нью-Мексико), для которых бирюза с давних времен была важнейшим поделочным материалом. Историко-культурный. В различных культурах на определенных этапах исторического развития появляется своя цветовая семантика. Так, красный цвет в постсоветской России может ассоциироваться с коммунизмом, зеленый – с радикальными исламистами. Контекстуальный. Зависимость цветового восприятия от формы объекта и контекста, в котором он используется. Допустим, красный прямоугольник может вызвать ассоциации с СССР, а вот круг скорее будет ассоциирован со светофором. Индивидуальный. Наконец, восприятие каждого цвета зависит от психофизиологических и интеллектуальных особенностей каждого конкретного человека. Цветовое воздействие, которое испытывает каждый человек, будет зависеть и от уровня его образования и культуры [5].

Итак, цветовое восприятие обусловлено целым комплексом факторов, совершенно различных по своей природе. Очевидно, что в работе над созданием рекламных сообщений и оформлении брендов надо учитывать все уровни этой схемы – от этого будет зависеть эффективность каждого конкретного цветового воздействия. Понятно, что невозможно составлять цветовые решения рекламы для каждого человека индивидуально. Вот здесь и возникает вопрос: есть ли взаимосвязь между социальными группами и группами с одинаковым цветовыми реакциями? Авторы полагают, что такая связь существует и можно говорить о возможном построении эффективной и научно обоснованной системы цветового воздействия на потребителя.

Сегодня в мире маркетинга совершена революция под названием нейромаркетинг. Эта наука появилась на основе исследований человеческого мозга и данных классического маркетинга. Новейшие исследования мозга показали, что поведением человека руководит не разум, а эмоции. Это озна-

чает, что зная биохимию эмоциональных реакций покупателей, продавцы могут эффективно воздействовать на все пять органов чувств человека, применяя позитивные раздражители в виде запахов, музыки, цвета и выкладки товара. Если скидка все более безуспешно пытается воздействовать на покупателя, то эмоции, возникающие при виде бренда, товара и услуги, бьют точно «в яблочко», в обход вечно сомневающегося разума. Нейромаркетинг – это наука, родившаяся в результате исследований человеческого мозга, которые дали ответ на извечный вопрос продавцов: как заставить купить именно мой товар? Понять потребителя можно, но сложно. Чтобы заглянуть в загадочную душу потребителя, исследователям приходится раскошелиться на кругленькие суммы. Психографика включает в себя сотни параметров, наиболее актуальными областями для рекламы и маркетинга являются следующие: восприятие, обучение, мотивация, отношение, личность и образ жизни [5].

Восприятие – это процесс получения информации посредством наших пяти чувств, осознания и придания ей смысла. Восприятие обусловлено влиянием трех составляющих: физическими характеристиками раздражителей; соотношением раздражителей с их окружением; умонастроениями индивидуума. Как раз последняя составляющая и делает восприятие индивидуальным. Каждая личность воспринимает имеющиеся раздражители в своей системе координат. Раздражитель изображает вещи, которые могут быть восприняты из внешнего мира. Общее число раздражителей, на нас влияющих, еще больше усложняет процесс восприятия. Некоторые из этих раздражителей мы воспринимаем полностью, другие частично, некоторые правильно, некоторые неправильно. В конечном счете мы выбираем одни стимулы и пренебрегаем другими потому, что сразу воспринять всю поступающую к нам информацию мы не в состоянии.

Мы отбираем впечатления на двух уровнях: внутреннем и внешнем. Внутренний отбор происходит по психическим и физиологическим причинам (например, люди старшего возраста не видят объявления, напечатанного слишком мелким шрифтом, и не могут услышать слишком тихих объявлений). Психологический отбор, обусловленный нашими чувствами, интересами или опытом, заставляет нас искажать определенные стимулы или вовсе не обращать на них внимания. Эти чувства позволяют гетеросексуальным потребителям не замечать рекламу для геев и лесбиянок. Те же, кто не переносит сексуальных намеков, могут не замечать рекламу с такими намеками.

Обучение. Восприятие ведет к обучению – это означает, что мы не можем изучить что-то до тех пор, пока полностью не воспримем информацию и не осмыслим ее. Обучение является часто неосознанной деятельностью; потребитель обычно даже не знает, когда это происходит. Если рекламодатели понимают, как происходит обучение, они могут создавать рекламу, по которой потребитель может легко изучить такие основные элементы рекламы, как наименование торговой марки, характеристики продукта и цена. Они также могут использовать различные отношения. Убеждения, предпочтения, ценности и стандарты влияют на обучение и покупательское поведение.

Привычка. Когда мы повторяем какой-либо процесс много раз и остаемся удовлетворенными результатом, мы достигаем того, что называется привычкой. Привычка – это сокращенный процесс принятия решения: мы экономим время и усилия, поскольку мы не ищем информации об альтернативах. Кроме того, покупки по привычке снижают риск. Новые покупки той же марки уменьшают возможность неудачного выбора продукта и потерю денег. Конечно, рекламодатели хотели бы, чтобы у потребителей появилась привычка пользоваться их товарами. Достижение этой цели требует сильного обращения, подкрепленного продуктом высокого качества.

Мотивация и потребности. Мотив – это внутренняя сила, побуждающая человека вести себя определенным образом. Эта движущая сила является результатом состояния напряжения, которое возникает в результате неудовлетворенных потребностей. Люди стараются сознательно и бессознательно снизить это напряжение, удовлетворяя свои потребности и тем самым облегчая ощущаемый стресс. В каждый момент вы находитесь под воздействием множества мотивов, некоторые из них противоречат друг другу. Какие-то мотивы сильнее, чем прочие, но это соотношение сил время от времени меняется. Например, ваша мотивация купить новый костюм была бы значительно выше, если бы на следующей неделе у вас было назначено несколько собеседований о приеме на работу. Потребности – это основные желания, которые создают мотивацию что-либо делать. Каждый человек имеет свой уникальный набор потребностей; некоторые из них врожденные, другие – приобретенные. Врожденные потребности – это физиологические, включающие потребность в еде, воде, воздухе, кровле и сексе. Поскольку удовлетворение таких потребностей необходимо для поддержания жизни, они относятся к первичным потребностям. Приобретенные потребности – это те, которые мы формируем, исходя из нашей культуры или окружения. Они могут включать в себя потребности в уважении, престиже, влиянии, власти и познании. Так как приобретенные потребности не являются необходимыми для нашего физиологического выживания, они называются вторичными. Рекламодатели

стараятся оценить наиболее важные потребности потребителей в данное время. Ни одна категория потребностей не имеет постоянного приоритета над другими.

Отношение – это устойчивая позиция; чувство, испытываемое к объекту, персоне или идее, формирующееся на основе ваших представлений и чувств и ведущее к определенному поведению. Отношение обычно бывает весьма стойким – может сохраняться месяцы и годы. Мы формируем и развиваем отношения, мы с ними не рождаемся. Они изменяют свое направление и силу. Так, отношения могут быть положительными или отрицательными, отражая приязнь или неприязнь, или быть нейтральными. Отношения важны для рекламодателей, потому что они влияют на потребительскую реакцию на товар. Позитивное отношение может быть превращено в предпочтение торговой марке и верность ей. Слабо выраженное положительное отношение может оказаться недостаточным для того, чтобы заставить вас действовать. Изменить отношение возможно, но это непросто. Отношения отражают также ценности потребителей. Они говорят миру о том, что мы в нем поддерживаем, и определяют вещи и идеи, которые мы считаем важными. Они также формируют наши положительные и отрицательные реакции на вещи и явления мира. Исследование мнений используется для того, чтобы проверить, что люди чувствуют в отношении других людей, продуктов, марок, обращений и современных тенденций. Одна из самых важных областей для исследования мнений по поводу рекламы – это восприятие марки и продукта. Важно знать, как потребитель оценивает продукт, прежде чем разрабатывать рекламную стратегию.

Индивидуальность. Все перечисленные личные и психологические качества участвуют в создании вашей уникальной индивидуальности. Индивидуальность – это особенности характера и психического склада, отличающие одного человека от другого. То, как вы смотрите на мир, как воспринимаете и интерпретируете то, что происходит вокруг вас, как реагируете интеллектуально и эмоционально, как формируете ваше мнение и позиции, – все это характеризует вашу индивидуальность. Ваша индивидуальность – это то, что делает вас личностью.

Стиль жизни. Факторы стиля жизни в психографическом исследовании часто рассматриваются как основные. Обычно при исследовании стиля жизни смотрят на то, как люди тратят свое время, энергию и деньги. Маркетологи исследуют человеческую деятельность, интересы и мнения – другими словами, то, что они обычно делают и как ведут себя, что интересует или очаровывает их, во что они верят или воспринимают в окружающем их мире.

Из всего вышесказанного становится ясно, что не стоит пренебрегать методами психологического воздействия на потребителя. В некоторых областях это очень необходимо, например в магазине парфюмерии и косметики всегда пахнет духами и порой это притягивает потребителя больше, чем акции и реклама. Еще один пример супермаркет «Смайл-Сити» в торговом зале присутствует запах готовой еды, которую можно приобрести там же. Очень часто в супермаркет приходят люди по пути домой после работы и естественно чувствуют запах, как правило после работы присутствует чувство голода, а ощущение приятных запахов еды при этом способствует покупке данных продуктов. Тем самым увеличивая выручку продавца.

В заключении следует сказать о том, что аромаркетинг, цветомаркетинг и психографика являются эффективными инструментами антикризисного маркетинга. Для того, чтобы привлечь и удовлетворить клиентов руководство компании должно применять вышеперечисленные инструменты и не жалеть финансовых средств для проведения маркетинговых исследований в данных направлениях.

Список используемой литературы:

1. Джеймс Ф. Энджел, Роджер Д. Блэкуэлл, Пол У. Минеард Поведение потребителей – СПб: Питер Ком, 1999.-768 с.: ил.
2. Котлер Филип 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филипп Котлер/Пер. с англ.- М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006-224с.
3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер Маркетинг менеджмент. 12-е изд. – СПб.: Питер, 2006.-816с.: ил.
4. <http://aroma2b.ru/content.asp?pn=353>; <http://www.marconsult.ru/article/24/>

ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ, ВОЗНИКШИХ У ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПЛАНА ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ

Косова Ю. Е., студентка; Киселева Е. С., ассистент

Томский Политехнический Университет

E-mail: jelly@yandex.ru

Необходимость возникновения финансового оздоровления часто вызвано нехваткой денежных средств, кредиторской задолженностью по платежам в бюджет, перед поставщиками, долгами перед заказчиками и нехваткой товаров на складе, которые привели к неблагоприятной финансовой ситуации, длящейся на предприятии больше года. Введение процедуры финансового оздоровления не гарантирует в полном объеме восстановление платежеспособности и дальнейшего процветания предприятия. Несмотря на разработанные планы и стратегии, существует ряд проблем, с которыми сталкивается предприятие при их реализации. Каждое предприятие должно индивидуально подходить к решению этих проблем исходя из своей специфики, размеров и финансового состояния на данный период времени.

Актуальность темы связана с тем, что при проведении крупномасштабных преобразований у предприятия могут возникнуть следующие отрицательные моменты: продажа части имущества, продажа части активов, сокращение персонала, переобучение персонала, поэтапное отправление работников в неоплачиваемый отпуск, снижение заработной платы, потеря кредитов и займов, потеря постоянных клиентов. В теории и практике должны найти свое место антикризисные механизмы, способствующие минимизации влияния этих негативных факторов.

Сокращение персонала – это одно из основных мероприятий при осуществлении реорганизации на предприятии. Результаты сокращения могут иметь следующие последствия для предприятия: риск потери квалифицированных кадров, без которых предприятие не сможет нормально функционировать, отчуждение коллектива от управляющего и снижение мотивации к труду, ухудшение морально-психологической атмосферы в трудовом коллективе и снижение производительности труда.

По мнению авторов, важно подходить к вопросу о сокращении персонала обдуманно и соблюдать следующие правила, сформулированные на основе научной литературы по данному вопросу [1-4].

№ 1. Определить оптимальную численность персонала в кризисной ситуации в разрезе фонда оплаты труда. Определить оптимальную численность персонала в кризисной ситуации в разрезе обеспечения работоспособности компании. Для этого следует параллельно провести следующие мероприятия: оценку персонала; анализ бизнес-процессов; исключить функции и бизнес-процессы, без которых, так или иначе, можно обойтись; выявить кадровое ядро для выполнения необходимых бизнес-процессов и кадровую периферию.

№ 2. Определить основные мотивирующие факторы персонала в кризисной ситуации для использования их в дальнейшем при работе с кандидатами на увольнение и для сохранения кадрового ядра предприятия.

№ 3. Определить порядок изменений в бизнес-процессах компании после сокращения персонала: механически перекладывать обязанности уволенных по горизонтали, то есть на плечи оставшихся сотрудников отделов.

№ 4. Перераспределить функций снизу вверх, то есть распределить функции по разным "корзинам": простые передаются работникам, а сложные возлагает на себя руководитель.

№ 5. Составить план и порядок увольнений работников, назначить ответственных за каждый этап.

Одним из важных вопросов улучшения финансового положения предприятия является выбор типа организационной структуры управления. Учитывая множественность существующих названий одних и тех же видов оргструктур, можно выделить наиболее распространенные: иерархические (формальные, механистические, бюрократические, классические, традиционные), характеризующиеся жесткой иерархией власти в компании, централизованным принятием решений, формализацией используемых правил и процедур, узко определенной ответственностью, и адаптивные (органические, гибкие), характеризующиеся размытостью управления, небольшим количеством уровней управления, гибкостью структуры власти, децентрализацией принятия решений, слабым или умеренным использованием правил и процедур, широко определенной ответственностью в деятельности.

Авторы обозначают следующие недостатки в разных организационных структурах.

Функциональная структура: улучшение координации в функциональных областях, чрезмерное дробление стратегически важных процессов, приоритетность локальных интересов перед интересами организации в целом, возникновение многозвенных процедур, усложняющих координацию и замедляющих согласование и принятие решений.

Дивизиональная структура: увеличение затрат вследствие дублирования одних и тех же функций, сложности в определении зон ответственности корпоративного центра и подразделений, излишняя конкуренция подразделений в борьбе за корпоративные ресурсы, автономия предприятий ограничивает координацию между ними.

Матричная структура: сложность организации и управления, трудности обеспечения баланса между двумя линиями ответственности, способствует развитию бюрократии и ограничивает предпринимательскую активность.

Сетевая структура: большая зависимость от партнеров в сети, зависимость от кадрового состава, возрастание рисков, связанных с текучестью кадров, отсутствие материальной и социальной поддержки участников сети в связи с использованием срочных трудовых договоров, частичной занятости, существование опасности чрезмерного усложнения, вытекающей из разнородности участников, открытости сетей, неясности в отношении членства в ней.

Авторы рассматривают два подхода, способствующих совершенствованию организационных структур при проведении процедуры финансового оздоровления. Первый подход - от идеала: разработка нормативной (идеальной) структуры; сопоставление действующей структуры с нормативной и фиксация расхождений; разработка мероприятий по приближению действующей структуры к идеалу. Второй подход - от проблем: описание действующей структуры; ее оценка, с выявлением недостатков (проблем); разработка мероприятий по решению выявленных проблем.

Первый подход предполагает использование структуры, которую должна иметь организация в соответствии с требованиями классической теории и передового опыта, то есть научно обоснованной. Такая идеальная структура, естественно, должна подбираться сообразно отраслевому профилю компании, масштабам и условиям осуществления хозяйственной деятельности. Найти образец — сложная задача, но еще труднее — использовать. Ведь существует необходимость дополнительно учесть такие факторы деятельности рассматриваемой организации, как многопрофильность, специализация или иная специфика бизнеса, технологическая специфика и уровень технической оснащенности.

Однако в практике распространен преимущественно второй подход. Этот подход предполагает на первом шаге описание действующей организационной структуры. Составить такое описание в общем виде труда не составит. Но даже если все эти документы датированы сегодняшним числом; если штатное расписание не противоречит ни организационной схеме, ни инструкциям; если на схеме отражены подразделения всех иерархических уровней; если положения и инструкции разработаны для всех подразделений и должностей — переходить к анализу еще пока нельзя. Необходимо создать описание фактического, а не формального распределения функций на предприятии.

Чтобы составить продуктивное и обеспечивающее серьезный анализ описание, полезно использовать индивидуальные интервью на тему «Как строится ваш рабочий день»; исследования системы контроля; классический метод «черного ящика»; описание отдельных бизнес-процессов предприятия.

Предприятия, которые находятся на стадии банкротства, должны ответить на вопрос о возможности или невозможности восстановления дееспособности, поиска путей выхода из сложившейся ситуации с минимальными потерями, учитывая интересы трудового коллектива, бюджета, кредиторов. Основные трудности и проблемы, которые могут возникнуть на пути реализации плана преобразования предприятия в рамках арбитражного управления: реструктуризация и реформирование предприятия могут быть существенно затруднены. Одна из основных причин – несвоевременность возбуждения производства по делу о несостоятельности. Чаще всего к данной процедуре обращаются тогда, когда наиболее благоприятное время для преобразований было упущено. Затягивание муниципальными органами процедуры перевода обязательств по обслуживанию объектов социального значения, жилого фонда. Возможность влияния со стороны кредиторов на выбор арбитражного управляющего, кредиторы препятствуют назначению внешнего управляющего, если они не могут контролировать его действия. Следующей проблемой является активное противодействие заинтересованных лиц, частные интересы которых в данных процессах каким-либо образом ущемлены (например, препятствие возврату имущества). Возможность затягивания процедуры возвращения имущества предприятию с помощью судебных разбирательств на различных уровнях.

Как показала российская практика, процедура банкротства может использоваться для активного передела собственности и захвата управления на предприятии. Действующее законодательство и сложившаяся практика его применения дают большие возможности для злоупотреблений в рамках банкротства, причем для каждой стадии данной процедуры характерны свои способы и средства, конечной целью которых является завладение собственностью организации-банкрота.

В заключении следует сказать о том, что единственный путь преодоления вышеперечисленных трудностей - это полное реформирование и строгий контроль над правовой, финансовой и налоговой системой государства в области финансового оздоровления. Арбитражные управляющие не должны иметь личной заинтересованности в исходе дела злоупотреблять своими полномочиями.

Список используемой литературы:

1. Федеральный закон от 26 октября 2002 года № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)», ст. 87
2. Моисеева Н.В. Методы финансового оздоровления предприятий (критериальные оценки) // Евразийский международный научно-аналитический журнал, № 2 (2), 2002., С. 48.
3. <http://www.hr-portal.ru/article/>
4. <http://www.klerk.ru/boss/articles/4768/>

ДЕВЕЛОПМЕНТ: ДО И ПОСЛЕ КРИЗИСА

Костенко М. А. студентка

Томский политехнический университет

E-mail: Masha_Kma@mail.ru

Научный руководитель: Кашук И. В., к.т.н., доцент.

Любой бизнес, состоит из сложностей, и многие проблемы носят не только отраслевой характер, а относятся ко всем сферам деятельности, как, например, страновые риски.

Что касается непосредственно девелопмента это ресурсозависимый и высокорисковый вид деятельности в сфере недвижимости. Сущность этого бизнеса – вложить значительные средства в приобретение невнятного участка, а затем разработать суперпроект, который выстрелит и принесет тысячи процентов прибыли. Можно, конечно, купить задорого хорошую землю в хорошем месте и возвести хорошее здание, снизив таким образом риски до минимума, но вместе с рисками в таком случае до минимума снижается и доходность. А это уже не девелопмент, а банальная строительствость.

Практически ни один крупный проект невозможно реализовать без привлечения кредитных ресурсов. Также, недвижимость всегда была предметом инвестирования и спекуляции. Если рынок растет, то это вызывает приток денег, в результате чего он разогревается, и цены начинают быстро расти. Но, как только наступает стагнация и инвестиционная привлекательность проектов падает, начинается резкий отток капитала, что приводит к падению цен.

Девелоперский бизнес нестабилен, начиная проект, важно грамотно оценивать риски и быть готовым к возможному падению, которое рано или поздно обязательно случится. А так как строительные проекты долгосрочны – то на время их реализации, скорее всего, придется и рост, и падение рынка.

Другой фактор, существенно влияющий на рынок недвижимости – это информация. Покупатели склонны внимательно следить за информационным полем, и часто руководствуются ошибочными и ажиотажными сообщениями. В СМИ регулярно появляются прогнозы разного рода экспертов, и многие из них являются преувеличенно драматическими, или наоборот. Однако определенные категории людей к ним прислушиваются, совершают резкие поступки, что приводит к дестабилизации рынка. Девелоперский рынок чутко реагирует на поведение людей, причем, это происходит как в негативные, так и в позитивные периоды. К примеру, в момент роста рынка недвижимости многие спешно инвестируют свободные средства на фоне прогнозов дальнейшего повышения цен – что естественно влечет за собой их еще большее увеличение и способствует «надуванию ценового пузыря». [1]

В этом году важнейшей составляющей бизнеса каждого девелопера стала работа с банками. Возможности привлечения средств на открытом рынке сегодня практически отсутствуют - в течение первого полугодия ни одна российская компания не провела IPO, да и в целом международные рынки IPO фактически заморожены, что указывается в инвестиционном отчете компании Knight Frank.

Крупные западные финансово-банковские организации, ранее выступавшие в качестве основного источника заемного капитала для российских компаний, сегодня практически полностью приостановили кредитование проектов недвижимости в России. Существенной активности со стороны российских коммерческих банков также не наблюдается. Пожалуй, единственным источником заемного капитала остаются крупные банковские структуры, поддерживаемые государством - Сбербанк, Внешэкономбанк, ВТБ, Россельхозбанк. Несмотря на то, что Центральный Банк трижды за полугодие снижал ставку рефинансирования, условия банковских кредитов для многих девелоперов все еще остаются неприемлемыми.

Из-за резкого снижения финансовых возможностей ряд девелоперских компаний были вынуждены в счет погашения своих обязательств перед кредиторами передать им права на свои объекты недвижимости, выступавшие в качестве залога. Так, например, компания "Капитал Групп" передала Сбербанку часть недостроенного комплекса "Город столиц" в ММДЦ "Москва-Сити", а также помещения гипермаркетов торговой сети «Алпи». Нередко кредиторы не только становятся собственниками объектов, находившихся в залоге, но и получают контроль над компаниями-должниками. Например, ВТБ получил контроль над девелоперской компанией ОАО "Система-Галс" и приобрел 75%-1 акция УК "Динамо". [2]

Помимо проблем, обусловленных финансовым кризисом, российский рынок, к сожалению, все еще остается весьма сложным для инвесторов из-за недостаточно проработанного законодательства и бюрократических проволочек. Наиболее ярким примером за прошедший год стало заявление компании ИКЕА о приостановке инвестиций в Россию по причине, как сообщает компания, "невозможности прогнозирования административных процедур в ряде регионов".

Из-за невозможности в текущих условиях более или менее точно спрогнозировать будущие денежные потоки на несколько лет вперед между участниками рынка отсутствует понимание "справедливой цены" объекта недвижимости. Даже довольно значительные скидки, которые готовы предоставлять продавцы, не убеждают потенциальных инвесторов в целесообразности покупки.

Во второй половине 2009 г. существенного оживления инвестиционного рынка не наблюдалось, что связано с сохраняющейся негативной макроэкономической конъюнктурой и нехваткой кредитных ресурсов. В то же время, характерные для начала года исключительно пессимистичные настроения инвесторов сегодня постепенно сменяются более прагматичными оценками ситуации. Ряд инвесторов выражают заинтересованность в приобретении российских активов по снизившимся ценам.

В первой половине 2010 г. появились реальные признаки оживления мировой экономики, что отмечается некоторыми специалистами, это значит с большой вероятностью можно ожидать постепенного возвращения на российский рынок недвижимости крупных институциональных инвесторов и банковских структур, что повлечет возобновление компрессии ставок капитализации.

Тенденции, которые уже проявились и сохранятся в дальнейшем – это «передел» рынка: смена собственников компаний, а также всевозможные укрупнения и слияния. Небольшим компаниям сейчас сложно выдерживать конкуренцию, и они будут вынуждены либо уйти с рынка, либо влиться в крупные структуры. С рынка ушли все непрофильные игроки, для которых девелопмент был не основным источником прибыли. Что касается крупных компаний, переживших пик кризиса, то вероятнее всего для них основные потрясения уже позади – однако время крупных перемен еще не завершилось.

Другая тенденция – это тотальная реконцепция проектов. Многие компании корректируют проекты, строительство которых еще не начато, делают их менее амбициозными и более адекватными рыночной ситуации. Кто-то переориентирует коммерческие площади в гостиничные или жилые, кто-то перепозиционирует объекты в другие сегментах, упростит конструкцию, уменьшит площади, планировки.

Самое важное сегодня – разработать правильную концепцию. Имея в распоряжении площадку, в первую очередь, надо грамотно определить «best use» - наилучший вариант ее использования. Сегодня уже невозможно, как раньше, руководствоваться принципом: «и так купят». Ограниченность предложения, низкая конкуренция приводили к тому, что выводимые на рынок объекты находили своих покупателей, и приносили прибыль застройщикам, которые зачастую даже не понимали, какие недочеты и ошибки были допущены. Постоянный рост цен компенсировал просчеты и недостатки, которые проявились со всей очевидностью только во время кризиса.

Но сейчас, прежде чем начинать строительство объекта, нужно быть уверенным в том, что он будет востребован. Ошибки на этом этапе могут погубить проект, и он никогда не станет ликвидным и рентабельным.

Другой важный фактор, способный повлиять на успех проекта, – это различные обременения: стоимость земли, доля города, нагрузки по машиноместам и социальным объектам, и так далее. В условиях сократившегося спроса и снижения цен многие проекты, разработанные ранее и имеющие слишком большие обременения, стали нерентабельными и в ближайшее время реализованы не будут.

Для успеха проекта конечно же важна низкая себестоимость, которая достигается за счет уменьшения издержек и сокращения сроков строительства. При этом необходимо сохранить высокое качество, а для этого необходимо использовать современные технологии строительства, которые давно и успешно применяются на Западе.

Еще одно условие – юридическая чистота проекта. Покупатели сейчас обращают большое внимание на полный комплект документации, наличие всех разрешений и соответствие всем необходимым нормам. В нынешних условиях они не готовы идти на риск. Также, не имея всей необходимой документации, невозможно привлечение ипотечных кредитов, доля которых будет постоянно увеличиваться и во многом определять объем продаж.

Российский девелопмент еще довольно молод, и это его первый серьезный кризис, который даст хороший опыт тем, кто его пережил. Не бывает бесконечного роста, как не бывает взлетов без падений. Мировая практика говорит о том, что девелопмент – циклический бизнес с высокими рисками, и это не специфика только России. Те компании, которые справятся с трудностями, несомненно, станут аккуратнее относиться к рискам и четко поддерживать финансовую дисциплину. Девелоперы на своем примере убедились, что рост рынка приводит к притоку инвестиций, а это влечет за собой профицит денежных средств и иллюзию неограниченности финансовых ресурсов. В результате, компании начинают «жить не по средствам», неоправданно рассчитывая на будущие сверхдоходы. Надо надеяться, что финансовая ответственность девелоперов повысится, и рынок станет более устойчив к будущим потрясениям, что позволит переживать их с наименьшими потерями, чем сегодня.

Список используемой литературы:

1. Беседовала Елизавета Суворова. Как можно оценить будущее девелоперских компаний в условиях кризиса. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fintimes.km.ru/persony-biznesa/biznes/9196>
2. Коммерческая недвижимость. Итоги и прогнозы - I полугодие 2009. [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://tomsk.sibarendator.ru/articles.php?sel=read&news_id=92

МИРОВОЙ ОПЫТ ОЦЕНКИ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Худяков Д. А., студент

Томский Политехнический Университет

E-mail: ldimasik@gmail.com

Научный руководитель: Кашук И. В., доцент, к.т.н.

В западной практике существует множество методов оценки компаний. Каждый из них имеет свои положительные и отрицательные качества. Из методов, базирующихся на оценке активов, используются метод чистых активов и метод ликвидационной стоимости. Для оценки предприятия методом чистых активов определяют рыночную стоимость всех его активов как материальных, так и нематериальных.

Для оценки недвижимости – земли и зданий, возможно использование методов всех трех подходов: затратного, доходного и рыночного.

Затратный метод сводится к следующему. Сначала определяют затраты на строительство зданий и сооружений. После этого из них вычитывают износ зданий и сооружений с учетом их физического, функционального, технологического и экономического старения.

Физическое устаревание означает потерю стоимости собственности, вызванную полным изнашиванием, разрушением, увеличением стоимости обслуживания устаревшего оборудования, прочими физическими факторами, вызывающими сокращение жизни и полезности объекта.

Функциональное устаревание — это потеря стоимости собственности, связанная с невозможностью выполнять те функции, для которых она предназначалась. Функциональное устаревание является результатом внутренних свойств собственности и связано с такими факторами, как конструктивные недостатки, избыточные операционные издержки.

Технологическим является функциональное устаревание. Это потеря стоимости, вызванная изменениями в технологии, в результате которых актив становится менее продуктивным, более дорогим в эксплуатации.

Экономическое устаревание характеризуется потерей стоимости актива, вызванной внешними факторами, например изменениями, понизившими спрос на продукцию, или возросшей конкуренцией.

Для получения полной стоимости объекта к восстановительной стоимости зданий и сооружений за вычетом износа прибавляется стоимость земельного участка.

Оценка машин и оборудования осуществляется затратным и рыночным подходами с учетом физического, функционального, технологического и экономического устаревания.

Доходный метод основан на капитализации или дисконтировании прибыли, которая будет получена в случае сдачи недвижимости в аренду. Результат по данному методу включает в себя и стоимость здания, и стоимость земельного участка.

Определение рыночной стоимости объекта недвижимости методом рыночных сравнений базируется на выборе сопоставимых объектов, уже проданных в данном районе. Из этих данных выводится средняя цена за квадратный метр или гектар и путем умножения ее на площадь оцениваемого объекта определяется рыночная стоимость.

Товарно-материальные запасы и готовая продукция обычно оцениваются по себестоимости, при этом устаревшие запасы списываются. Оценка запасов может базироваться на ожидаемой цене их продажи за вычетом издержек на продажу (включая прибыль продавца).

Следующая группа активов, которая оценивается методом накопления активов, это — финансовая. К ним относятся дебиторская задолженность, финансовые вложения в ценные бумаги, расходы будущих периодов.

Дебиторская задолженность обычно оценивается путем анализа сроков ее возникновения. Просроченная задолженность частично или полностью списывается. Суммы к получению дисконтируются. Ценные бумаги обычно оцениваются по их рыночной цене, а расходы будущих периодов — по номинальной стоимости, если еще существует связанная с ними выгода.[2]

К нематериальным активам относятся контракты, клиентура, торговые марки, доступ к рынкам, коммерческие предложения, патенты, лицензии, льготные условия аренды, подобранный и обученный персонал, технические библиотеки, компьютерное обеспечение, инженерные эскизы и плакаты, ноу-хау. Все это обеспечивает предприятию доходность активов выше среднеотраслевых показателей.

Если компания получает стабильные, высокие прибыли, ее доходность на активы или собственный капитал выше среднего, в результате чего стоимость бизнеса, рассчитанная на основе ожидаемых прибылей или денежных потоков, превышает стоимость его материальных активов, то компания имеет гудвилл.

Для оценки гудвилла в западной практике используется метод избыточных прибылей. Суть его сводится к следующему. Сначала определяют рыночную стоимость материальных активов. Далее рассчитывают среднюю доходность по отрасли на активы или собственный капитал, и умножают ее на величину рыночной стоимости активов, определяют прибыль, полученную компанией на материальные активы. Зная прибыль, полученную от операционной деятельности, и прибыль, которая приходится на материальные активы, определяют избыточную прибыль. Разделив ее на соответствующий коэффициент капитализации, определяют стоимость гудвилла.

Сложив рыночную стоимость материальных, финансовых и нематериальных активов, получают рыночную стоимость всего капитала предприятия. Но покупатель не будет оплачивать текущие и долгосрочные обязательства компании, поэтому для определения величины собственного капитала из совокупности капитала вычитают стоимость обязательств. Величина собственного капитала, полученная таким образом, отражает рыночную стоимость компании, определенную методом чистых активов.[1]

Исследования Центра по оценке для центральной и восточной Европы показали интересную зависимость между доходом на собственный капитал (в %) и величиной мультипликатора «Цена к балансовой стоимости активов» за вычетом обязательств. Так, согласно результатам этих исследований, если компания убыточна или ее рентабельность незначительна, то мультипликатор меньше единицы, т.е. активы компании покупаются на рынке по цене ниже их балансовой стоимости. Если рентабельность выше 18 %, то мультипликатор колеблется вокруг двух единиц, т.е. за компанию готовы заплатить двойную цену ее активов (за вычетом обязательств).

Мультипликаторы колеблются в зависимости от отрасли, к которой принадлежит компания. Например, мультипликатор «Цена к прибыли», по данным Лондонской фондовой биржи, в 1993 г. составлял: для автомобилестроения – 27; компаний, производящих стройматериалы, – 24,9; гостиничного бизнеса – 20,3; компаний электронной промышленности – 19,4; вино-водочной промышленности – 15,3, для компаний в электроэнергетике – 9,4. Компании одной отрасли сравниваются между собой по показателям текущей ликвидности, структуре капитала, рентабельности. Если оцениваемая компания имеет финансовые показатели ниже среднего, то величина среднеотраслевого мультипликатора увеличивается, и наоборот.[3]

Величина мультипликатора зависит от риска инвестиций в данную страну, поэтому проводят корректировку на этот показатель.

В результате оценки компании методом рынка капитала получают стоимость неконтрольного пакета ее акций с высокой ликвидностью. Поэтому при оценке контрольного пакета открытого общества к полученной величине добавляют премию за контроль. При оценке закрытой компании делают акцент на недостаточной ликвидности. Учитывается также стоимость нефункционирующих и избыточных активов, которые могут быть проданы на рынке, и избыток или недостаток чистого оборотного капитала.

Использование метода рынка капитала вполне возможно в нашей стране по мере развития финансового рынка и накопления информации для сравнения. Но уже сейчас можно использовать для оценки цены на акции аналогичных компаний за рубежом, при этом финансовую отчетность наших предприятий необходимо скорректировать.

Метод сделок основан на анализе цен купли-продажи контрольных пакетов акций компаний-аналогов. В основе этого метода, так же как и метода рынка капитала, — определение мультипликаторов на базе финансового анализа и прогнозирования. Наиболее часто используются мультипликаторы «Цена к прибыли» и «Цена к балансовой стоимости активов». Главное различие между этими методами заключается в том, что в результате метода сделок определяется величина контрольного пакета. Так же как при оценке методом рынка капитала, делают поправки на нефункционирующие и избыточные активы, избыток или недостаток чистого оборотного капитала и риск инвестирования в данную страну. При необходимости делаются поправки на недостаточную ликвидность.

И наконец, к группе методов компаний-аналогов относится метод отраслевых коэффициентов. Суть этого метода заключается в том, что на основе анализа практики продаж бизнеса в той или иной отрасли выводится определенная зависимость между ценой продажи и каким-то показателем. Этот метод в основном используется для оценки малых компаний и носит вспомогательный характер.[3]

Список используемой литературы:

1. Есипов В., Маховикова Г., Терехова В. Оценка бизнеса: Учебное пособие.- СПб.: Изд-во ДНК, 2004.- 231с.
2. Фред Вилсон Как венчурные инвесторы проводят оценку стартапов. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://ideablog.ru>
3. Мировой опыт оценки предприятия. [Электронный ресурс] -Режим доступа <http://ru.wikipedia.org>

ОЦЕНКА КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ, ЕЁ ЗНАЧЕНИЕ И ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ

Куямжи С. С. студентка, Кащук И. В., доцент

Томский политехнический университет

E-mail: swetakujumgi@mail.ru

В ситуации, когда мировой и региональные рынки функционируют в условиях гиперконкуренции, именно человеческий ресурс или человеческий потенциал становится организационным ресурсом, обладающим наибольшими резервами для повышения экономической эффективности работы предпринимательских структур. Как показывает практика стран с развитыми экономиками, вложения в человеческий капитал являются наиболее экономически эффективными. Это проявляется в достижении наиболее высоких главных экономических показателях, отражающих уровни и динамику развития национальных экономик. По данным университетов Западной Европы, в таких странах, как США, Франция, Германия, Великобритания, Финляндия, Италия, Сингапур человеческий ресурс

используется более чем на 70%; в Испании, Австралии, Японии, Канаде, Чехии - не более, чем на 50%. В группу с низким показателем использования человеческих ресурсов компании (около 25%) попали Россия, Монголия, Украина, КНР, Польша, Мексика. [1]

В современной практике управления трудовыми ресурсами большое значение имеют и такие понятия как «кадры», «кадровый потенциал». Кадры – это основной (штатный) состав квалифицированных работников организаций, государственных учреждений, профессиональных, общественных и иных организаций. Категория "кадровый потенциал" не идентична категории "кадры". В это понятие включаются не только собственно кадры, но и определенный уровень совместных возможностей кадров для достижения заданных целей. Кадровый потенциал организации зависит от потенциалов кадров этой организации, но не является их суммой. Он обладает свойством целостности, принципиально отличным от свойств, присущих потенциалу каждого работника в отдельности. Перед тем как рассматривать методы оценки кадрового потенциала необходимо разобраться в его сущности и его особенностях как ресурса.

Особенностью персонала как ресурса организации является его активность. Люди не являются пассивным объектом управления, они путем этой активности и деятельности изменяют свои личные и профессиональные характеристики, отношение к делу и к организации. Другая характеристика - право человека на индивидуальное поведение. Работник может отказаться от условий, на которых его собираются использовать, требовать изменений в оплате труда, обучаться другим профессиям, уклоняться от исполнения обязанностей, увольняться по собственному желанию и т.д. Это говорит об ограниченной предсказуемости поведения персонала, что ведет к ограниченной управляемости данным ресурсом и ограничением производимых над ним действий. Проблема получения достоверной оценки стоимости индивидуального работника (специалиста, менеджера) остается слабо исследованной и недостаточно полно разработанной. Это характерно как для зарубежной науки и практики, так и для отечественной.

Проблема получения достоверной стоимостной оценки потенциального работника на рынке труда, претендующего на определенную должность, является весьма актуальной. Это обусловлено тем, что российская экономика начинает развиваться ускоряющимися темпами. Результатом такого положения является увеличение спроса на рынке квалифицированного труда. Стоимость персонала (рабочей силы), как и любых других ресурсов, есть сегодняшняя стоимость ожидаемых от них будущих услуг и соответственно доходов. Стоимость индивидуального работника зависит не только от квалификации, но и от продолжительности и успешности работы в данной предпринимательской структуре. Располагая индивидуальными стоимостными оценками отдельных работников, становится возможным определить стоимость кадрового потенциала отдельных подразделений (департаментов) и коммерческого предприятия в целом.[2] Рассмотрим историю возникновения различных методов оценки кадрового потенциала и разберём подробно каждый из них.

У истоков формирования теории человеческого капитала стояли американские экономисты Т. Шульц и Г.Беккер. Они оценивают стоимость работника как сумму инвестиций в его образование, профессиональный опыт, охрану здоровья, затраченных государством, организацией или самим сотрудником. Развитием теории человеческого капитала стала концепция, получившая название "Анализ человеческих ресурсов", ориентированная на использование тех резервов, которые скрыты в персонале. Персонал как ресурс характеризуется, в первую очередь, экономической эффективностью использования и требует отношения к себе не как к затратам или издержкам, которые надо минимизировать, а как к активам, которые надо оптимизировать. Так, ориентируясь на найм специалистов с высшим образованием, предприятие приобретает специалиста с высокой стоимостью, вкладывая средства в его обучение и развитие, объективно увеличивая его стоимость. Объективность связана с востребованностью этого работника другими работодателями и, следовательно, с его стоимостью на рынке труда.

В отличие от "чистой" теории человеческого капитала образование само по себе может оказаться и бесполезным, не имеющим стоимостной ценности, если специалисты какой-либо профессии в данном регионе в данное время не требуются. Здесь более значимыми для повышения стоимости оказывается тот опыт и навыки деятельности, которые приобретает сотрудник, выполняя свои должностные обязанности. Соответственно, стоимость повышается и при наличии у человека таких организационно-полезных качеств, как ответственность, коммуникабельность, умение ладить с коллегами и работать в команде, очень "ценной" оказывается мотивация на исполнение трудовой деятельности как таковой или трудолюбие.

Следующий подход к оценке стоимости персонала связан с марксизмом и определяется как совокупность затрат (заработная плата, издержки на обеспечение и поддержание условий труда, оп-

лата социального пакета и т.д.) на удовлетворение жизнеобеспечивающих и социальных потребностей, наличием которых характеризуется среднестатистический представитель данной профессиональной группы со сходным уровнем квалификации. Такая стоимость равна тому уровню жизни, который может ему обеспечить заработная плата, за которую он соглашается работать, "каждый стоит столько, сколько ему платят".

Достаточно прямолинейный экономический подход, сущность которого заключается в социально-экономическом развитии, позволяет включить в стоимостной анализ персонала такие понятия, как степень достижения не только экономических, но и социальных целей, удовлетворенность условиями и содержанием труда и возможность восстановления работоспособности.

Еще один подход к определению стоимости персонала связан с той реальной выгодой, которую имеет организация от процесса труда персонала. Реализация данного подхода наиболее оправдана там, где можно непосредственно использовать такие критерии оценки эффективности труда персонала как объем, качество и своевременность выполнения закрепленных функций. Сложнее данный подход использовать в оценке таких категорий как "руководители", сложно оценить какова выгода организации от деятельности маркетолога или, например, специалиста по связям с общественностью.

Достаточно широко распространенным методом оценки индивидуальной стоимости работника является фигурирующий под условным названием метод «зарплатоемкости». Он представляет собой некоторый тест, в котором содержится по каждому разделу (их может быть более 10) определенный набор параметров (вариантов вопросов и ответов). Первый раздел из всей совокупности параметров обычно начинается с классификатора сфер деятельности. Испытуемый должен поставить отметки против каждого параметра (возможного варианта ответа) в соответствующем разделе. Их количество может достигать 15. Далее полученные данные умножают на средний коэффициент, характерный для каждой отрасли национальной экономики. Рассчитанное значение и будет отражать ориентировочной размер месячной заработной платой потенциального работника, претендующего на свободную вакантную должность. По результатам расчетов устанавливается та величина месячной заработной платы, на которую может претендовать потенциальный работник на вакантную должность.[3]

Попытка объединить разные видения вопроса стоимости персонала приводит к мысли об ответственности работодателей, с одной стороны, перед обществом, с другой стороны, перед конкретным человеком, за соответствие нанимаемых специалистов потребностям и возможностям организации. Завышение стоимости персонала приводит к повышению себестоимости товаров и услуг, и, как следствие, снижается конкурентную устойчивость фирмы. Занижение стоимости персонала, в свою очередь, приводит к его текучести, более того, переходу лучших специалистов в фирмы-конкуренты или открытию новых предприятий. Дорогостоящий специалист, который в силу своего образования, жизненного и карьерного пути много может, должен быть нанят на такое предприятие и на выполнение таких задач, где его возможности смогут принести значительную прибавочную стоимость, которой хватит и на заработную плату (обеспечивающую удовлетворение его потребностей), и на возврат вложенных обществом, предыдущими организациями и самим специалистом инвестиций. Найм "впрок" или неумелое управление персоналом должны быть также невыгодны организациям, как и неадекватная оценка стоимости персонала. Стоимость кадрового персонала играет важную роль в стоимости предприятия в целом и однозначно влияет на неё, поэтому очень важно правильно оценить стоимость кадрового потенциала.

Список используемой литературы:

1. А.Ю.Евстратов Аналитическая оценка методов оценки стоимости кадрового потенциала//ж-л Управление персоналом № 21 2008 г., <http://www.top-personal.ru/issue.html?1791>
2. Е.О.Леонтьева Оценка персонала: экономический аспект, http://www.rhr.ru/index/rule/employees_certification/8449_0.html
3. Н.Е.Симионова, Р.Ю.Симионов Оценка стоимости предприятия.,2004 г.

РЫНОК ОЦЕНОЧНЫХ УСЛУГ И ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Лушинская К. А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: kseniya_1@vtomske.ru

Научный руководитель: Кашук И. В., к.э.н., доцент.

В последние 10 лет наблюдалось стремительное становление и развитие оценочной деятельности в России. От отдельных опытов по оценке в основном недвижимости в начале 90-х годов до широкомасштабной деятельности, опирающейся на законодательные акты, регулирующие правительственные документы и богатейший опыт многих профессионально подготовленных оценщиков — таков путь, пройденный отечественной практикой в сфере оценки имущества.

Однако кризис, наступивший в 2008 году, в значительной степени отразился на развитии рынка оценочных услуг в России. Согласно исследованию, за 2008 год темп роста доходов у оценочных компаний замедлился вдвое, составив всего 30%, против 65% отмеченных годом ранее. Объем же выручки заработанной оценщиками в 2008 году стал рекордным и составил 9,3 млрд. рублей. Однако вероятно, что в 2009 году их доходы уменьшатся - по оперативным данным о выручке оценочных компаний за январь-май 2009 года, с начала года оценщики потеряли около 10% доходов. [1].

Сильнее всего влияние кризиса прослеживается в сегментах оценки бизнеса и ценных бумаг, оценке недвижимого имущества. В 2008 году темпы роста доходов у оценщиков от этих видов услуг снизились за год с 88 до 11% и 45 до 30% соответственно. [1]. В 2007-2008 годах произошло сокращение затрат на оценку, объемов сделок с коммерческой и жилой недвижимостью, ужесточение кредитной политики банков и снижение стоимости бизнеса. Следствием этого стало уменьшение объемов оценочных работ, задержка платежей, а в некоторых случаях и вовсе отказ от нее.

Большинство оценочных компаний отметили со стороны заказчиков с осени 2007 и по июнь 2008 года задержку платежей. Около 20% опрошенных компаний с осени 2008 года прибегли к сокращению своего штата, 10% говорят о переходе на неполный режим дня или отправке сотрудников в вынужденный отпуск. [1]. Также очевидно, что кризис приведет к концентрации рынка оценки и возможным объединениям его участников.

Потенциальные перспективы оживления спроса на оценку, компании связывают с постепенным восстановлением объемов кредитования и необходимостью у финансовых институтов понимать адекватную цену бизнеса (активов) в условиях падения стоимости залогов. Развитие сегментов оценки бизнеса и недвижимости связаны и с вероятным ростом долговых обязательств, количества банкротств и сделок по слияниям (поглощениям).

Сегодняшняя ситуация поставила под сомнение все универсальные подходы к оценке бизнеса и требует максимального погружения в каждый проект и проецирования сценариев развития кризиса на будущую деятельность каждого предприятия. Вкладывая деньги в ту или иную компанию, инвестор рассчитывает на извлечение доходов не только из текущей (операционной) деятельности, но и из роста капитализации бизнеса. Причем на первый источник доходов в большей степени ориентируются мажоритарные акционеры, а на второй – миноритарные.

Как правило, чтобы отобрать наиболее привлекательные для вложения денег компании, используется многоуровневая система отсева. На первом этапе нужно проверить соответствие деятельности компании целям инвестора (с точки зрения отраслей, регионов, рынков, где работает компания, и т. п.). На втором этапе – с помощью финансового анализа отсеять организации с неудовлетворительными значениями отдельных коэффициентов. Причем в условиях кризиса критерии ужесточаются. И, наконец, на третьем этапе необходимо провести более детальный анализ и согласовать стоимость с продавцом. Таким образом, из первоначальных ста анализируемых проектов лишь три - пять компаний будут достойны получить реальные инвестиции.

Оценка инвестиционной привлекательности организаций строится на применении комбинаций из трех подходов - доходного, сравнительного и затратного.

Основная идея доходного подхода в том, что стоимость бизнеса равна текущей стоимости всех денежных потоков, которые бизнес способен принести его собственнику. Для расчета этой стоимости используется метод дисконтированных денежных потоков (discounted cash flow, DCF).

Использование подхода в условиях кризиса: для оценки компании сначала необходимо проанализировать всю имеющуюся отчетность. Так выявляются причины колебаний операционных и финансовых показателей, проверяется соответствие основных коэффициентов рентабельности, лик-

видности и долговой нагрузки среднеотраслевым значениям. Далее необходимо прогнозировать денежные потоки, учитывая следующие факторы:

Сокращается спрос на товары, работы, услуги. Следовательно, нужно учесть падение маржи, продиктованное необходимостью снижения цен.

Происходит отток денежных средств из-за необходимости досрочного погашения обязательств и роста процентных ставок. Поэтому не рекомендуется закладывать в модель ставку менее 20% годовых в среднесрочной перспективе. [2].

Увеличивается потребность в оборотном капитале. Предлагается при расчетах увеличивать потребность компании на 30–50% в сравнении с прежними данными. [2].

На практике известны случаи, когда существенный положительный денежный поток компании после внесения указанных корректировок менял знак на отрицательный.

В рамках сравнительного подхода оценку стоимости инвестиционного проекта получают исходя из известной стоимости аналогичного бизнеса. В обычной практике под оценкой стоимости бизнеса, как правило, понимают оценку стоимости акций компании. Однако сегодня рекомендуется учитывать другие показатели, применяя сравнительный подход для оценки инвестиционной привлекательности компании. Прежде всего те, которые можно взять из агрегированного баланса компании (долговую нагрузку, собственный капитал и т. п.).

Использование подхода в условиях кризиса: можно использовать информацию о показателе отношения стоимости компаний-аналогов к показателю эффективности их деятельности. Основным допущением данного метода является предположение, что в условиях кризиса в прогнозном периоде свободные денежные потоки компании (поступление денежных средств минус выбытие) будут близки к нулевым.

Затратный подход основан на том, что стоимость бизнеса будет равна стоимости замещения активов и обязательств компании.

Использование подхода в условиях кризиса - при подсчете стоимости активов компании нужно учитывать следующие факторы:

Основные средства. В случае реальной заинтересованности продавца в сделке можно снизить цену, к примеру, земли на 20–30%.

Запасы. Может происходить затоваривание. Нужно произвести анализ запасов по срокам нахождения на складе и убедиться в правильности оценки наиболее существенных объектов.

Дебиторская задолженность. Необходимо проанализировать список наиболее крупных дебиторов, разбить задолженность по срокам возникновения и затем произвести корректировку соответствующей статьи.

Финансовые вложения. Если вложения представлены долями, нужно изучить контрагентов и оценить эффективность инвестиций. Следует различать вложения в акции (доли) публичных компаний, сторонних организаций и аффилированных структур. Если компания выдала заем, оцените статью исходя из уровня доходности и платежеспособности заемщика.

Денежные средства. Необходимо убедиться, что денежные средства компании не лежат на счетах в сомнительных банках.

Кредиты и займы. Проанализируйте условия заимствования. Оцените вероятность увеличения заимодавцем процентной ставки, досрочного истребования долга, увеличения залоговой массы. При необходимости скорректируйте статью в сторону увеличения.

Кредиторская задолженность. Убедитесь в отсутствии просроченной задолженности перед ключевыми поставщиками, персоналом, налоговыми органами.

Используя эти рекомендации, можно снизить заявленную продавцом стоимость чистых активов на 30–50%. [2].

Таким образом, в 2008 году произошло двукратное падение темпов роста доходов оценочных компаний. Сильнее всего кризис отразился на оценке бизнеса и ценных бумаг, оценке недвижимого имущества. Сегодня оценщикам приходится привыкать к работе в условиях сжимающегося рынка.

В заключение хотелось бы отметить основные пункты оценки инвестиционной привлекательности компаний в условиях кризиса: проецирование наиболее вероятных сценариев развития кризиса на отдельно взятое предприятие; пессимистичный взгляд на прогнозные показатели; консервативность в вопросах источников финансирования; прогнозная ставка по кредитам – не менее 20% годовых; ставка дисконтирования – не менее 22%; детальный анализ оценки стоимости всех активов и обязательств.

Список используемой литературы:

1. Волков С. Рейтинг оценочных компаний и обзор рынка оценки за 2008 год [Рейтинговое агентство «Эксперт РА»]. http://www.raexpert.ru/ratings/appraising_potential/2008/
2. Аканов А., Медведев В. Особенности оценки бизнеса в условиях кризиса [Журнал "Генеральный Директор" №2-2009]. <http://www.gaap.ru/biblio/corpfm/evaluation/043.asp>

ОСОБЕННОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО PR В СТРАХОВАНИИ

Максимова А. И., студентка

Томский Политехнический Университет

E-mail: privet_eto_ya@inbox.ru

Научный руководитель: Задорожная Ю. Ф., старший преподаватель

Public Relations (PR) в целом можно определить как функцию менеджмента по анализу общественных тенденций и явлений, прогнозированию их последствий, созданию благоприятного отношения аудитории к товару (изготовителю) и особенно тех, кто формирует общественное мнение, т.е. представителей средств массовой информации.

Содержание PR рассматривается через методы психологического воздействия и коммуникационные каналы передачи целенаправленной информации. С помощью PR устанавливаются, поддерживаются и укрепляются доверие, понимание и симпатии, а с другой стороны – взаимоотношения с группами, которые, находясь внутри и вне организации, обуславливают ее существование и развитие.

Применительно к отдельным сферам деятельности употребление методов PR в составе маркетинговых коммуникаций имеет свои особенности и возможности, которые необходимо учитывать на каждом уровне использования. Специфичность PR-акций на страховых предприятиях в первую очередь определяется сложившейся на данный период времени рыночной ситуацией. Концентрация страхования сосредоточена в ограниченном круге крупнейших компаний, что затрудняет рост и развитие более мелких страховых компаний и отрасли в целом. Также значительным барьером в развитии страхования является нестабильность экономики и замедление темпов роста рынка, что ведет к снижению заинтересованности в страховании у населения и, соответственно, немалые трудности в привлечении новых клиентов.

Система мер PR в страховании, как и на любом предприятии, включает обеспечение единства интересов предприятия и его персонала с его миссией, перспективными и текущими программами деятельности, отслеживание негативных и позитивных тенденций и мнений персонала, тех преимуществ, которые составляют мотивацию деятельности, информационное обеспечение доверительные отношения. Это может реализоваться с помощью различных мер, но особое внимание страховым компаниям стоит уделить формированию благоприятного имиджа. Современный словарь иностранных слов определяет имидж как «целенаправленно сформированный образ какого-либо лица, явления или предмета, выделяющий определенные ценности и призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-то в целях популяризации, рекламы и т.д.»

В целом, имидж страховой компании складывается из многих факторов, к числу которых относятся: качество и широта предоставляемых услуг, уровень обслуживания клиентов; оценка компании СМИ, государственными структурами, общественными и профессиональными организациями; стаж работы компании на рынке; состав акционеров, авторитет руководителя, топ-менеджеров; клиенты и партнеры; победы в тендерах и конкурсах, наличие объективных международных рейтингов; информационная открытость; социальная миссия компании.

Понятно, что в основе благоприятного имиджа лежит реально хорошее состояние дел в страховой компании, а PR только помогает донести информацию о ее работе, позитивных сторонах ее развития до широких потребительских масс. При этом страховая компания использует следующие формы и методы PR для формирования позитивного имиджа: постоянное информационное присутствие в российских и зарубежных СМИ; благотворительная и спонсорская деятельность; участие в конкурсах и рейтингах; организация и проведение массовых акций с потенциальными и существующими клиентами (выставки, конференции, семинары и т.д.); участие в работе профессиональных и отраслевых объединений, союзах, клубах; участие в деятельности консультативных комитетов и экспертных советов при государственных органах; организация и проведение мероприятий, направленных на повышение страховой культуры населения.

Но что делать компании, когда она находится в ситуации кризиса, когда ей необходимо принимать крайние меры, чтобы не потерять свои позиции на рынке. В таких условиях страховой фирме в первую очередь необходимо найти свою стратегию, выработать антикризисную политику в рекламе и PR. Лучше рассмотреть несколько возможных вариантов стратегий, а уже дальше, сопоставляя плюсы и минусы каждой из них, выбрать наиболее подходящую. В рамках выбранной стратегии необходимо выявить основные группы влияния, на которые компания будет воздействовать в процессе проведения антикризисной кампании. Их можно разделить на две основные группы: внешнюю (клиенты, партнеры, акционеры, государство) и внутреннюю (сотрудники компании).

Государство в условиях нынешнего кризиса является наиболее опасным для бизнеса контрагентом. По отношению к госорганам очень важно грамотно сформулировать основные направления воздействия:

1. Информационное, которое можно осуществить путем регулярных встреч с менеджерами и учредителями компании, сбор и передачу информации из СМИ о ситуации в компании, регулярные пояснения к отчетности, информирование о планах и устранении проблем, которые возникают в работе.
2. Подтверждение документами и делами. В частности, все ответы в общении с госорганами всегда должны быть только с подтверждающими документами.
3. Участие в мероприятиях, проводимых контролирующими органами. Это даст возможность выступать по проблематике рынка и компании, правильно расставлять акценты, а также даст возможность чиновникам получать информацию изнутри.
4. Защита своих интересов в тех случаях, когда действия чиновников идут в разрез с законодательством и обычаями делового оборота. В таких случаях, пользуясь авторитетом в научной среде, необходимо проводить исследования, анализировать ситуацию.

Другое важное направление антикризисных действий должно быть связано с акционерами. По отношению к ним необходимо реализовать следующие мероприятия:

1. Информирование через периодические рассылки дайджестов из СМИ по ситуации на рынке, публикаций о компании, совместный анализ отчетности, регулярное обсуждение стратегии развития и ее корректировка. Акционеры должны иметь полную картину того, что происходит в компании и понимать, как компания решает проблемные ситуации.
2. Разъяснение непонятного. В компании должны быть конкретные люди из руководства, обязанностью которых является мгновенное реагирование на вопросы акционеров и быстрый ответ на эти вопросы.
3. Использование опыта акционеров для решения конкретных вопросов и выхода на новые рынки.

Клиенты и партнеры – это наиболее уязвимые группы. Поэтому именно им необходимо уделить особое внимание и не пожалеть сил и средств для их информирования. В частности, акцент нужно сделать на следующие направления:

1. Выполнение обещаний. Для этого необходимо проведение маркетинговых исследований для выявления ожиданий целевых клиентских групп и направление дальнейших действий на удовлетворение данных ожиданий.
2. Информирование клиентов о ситуации в компании, планах, новых продуктах.
3. Общение с клиентами в рамках круглых столов и прямых телефонных линий. Клиентам должна представиться возможность лично или по телефону озвучить волнующие их вопросы, получить ответы на них, поделиться своими идеями и пожеланиями. Полученная таким образом информация непременно должна быть использована в дальнейшей деятельности компании.
4. Внимание к клиентам и партнерам. Несмотря на кризис, должен сохраняться опыт регулярных встреч с клиентами и партнерами для обсуждения и поиска взаимовыгодных условий сотрудничества.
5. Концентрация на лояльных и прибыльных сегментах. Для этих групп клиентов необходимо создать специальные программы лояльности для сохранения их в компании, с ними должен идти постоянный диалог.

Все это позволяет всем внешним группам влияния видеть, что и как происходит в компании, своевременно получать информацию об изменениях, понимать как и почему принимаются те или иные решения.

Очень важна в период нестабильности в экономике работа с сотрудниками, чтобы избежать паники, успокоить людей, показать свет в конце тоннеля. Необходимо показать сотрудникам что делать и как себя вести. Как и о чем говорить с клиентами, какие советы давать клиентам юридическим

и физическим лицам, что делать в трудной ситуации. Также необходимо познакомить сотрудников с новейшими технологиями продаж, управления собой и другими, а также дать информацию о целях и задачах, проинформировать об этапах дальнейшей работы компании, показать основные документы, дать возможность отслеживать, как движется реорганизация.

Все вышеперечисленное позволит сохранить необходимых сотрудников, избежать проблем при увольнениях по инициативе компании, сохранить большую часть клиентской базы, успешно выстроить отношения с учредителями и государством.

Список используемой литературы:

1. Дубровин И.А. Маркетинговые коммуникации: учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2009. – 580 с.
2. Страхование. Современный курс : учебник / А. П. Архипов, В. Б. Гомелля, Д. С. Туленты ; под ред. Е. В. Коломина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Финансы и статистика : Инфра-М, 2008. — 448 с.
3. Страховой рынок в условиях финансового кризиса. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://b2blogger.com/pressroom/release/19001.html>

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ НЕДВИЖИМОСТИ

Маловата А. Ф., студент, Кащук И. В., доцент

Томский политехнический университет

E-mail: malovata.aleksei@gmail.com

В процессе перехода к рыночной экономике Россия столкнулась с рядом новых для нее задач. В ряду этих задач одной из основных является изучение рынков, их анализ и прогнозирование. Рынок недвижимости является одним из наиболее стремительно развивающихся и перспективных. Процессы, протекающие на нем, играют большую роль в развитии всей страны.

Анализируя и изучая рынок недвижимости, необходимо грамотно оценивать объекты недвижимости, то есть совершать операции по определению стоимости имущества. А для этого нужна подробная законодательная база. На протяжении последних двух десятилетий законы и иные нормативные акты в области оценки недвижимости постоянно изменялись. Поэтому тема оценки недвижимости в настоящее время является очень актуальной.

Основной нормативный акт, регулирующий оценочную деятельность в России, – это Федеральный Закон от 29.07.98 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации»[1]. С момента принятия Федерального закона в него неоднократно вносились изменения и дополнения, которые не играют значимой роли для вопроса рассматриваемого в настоящей статье.

Напрямую об оценке недвижимости в данном документе не сказано, однако в нем присутствует важная информация, касающаяся понятия оценочной деятельности, условий осуществления оценки и регулирования оценочной деятельности.

Закон устанавливает обязательное привлечение независимого профессионального оценщика при оценке имущества Российской Федерации, субъектов РФ или муниципальных образований в целях разрешения имущественных споров в случае, когда одной из сторон спора выступает орган государственной власти РФ, орган государственной власти субъекта РФ или орган местного самоуправления, и т.д.

Таким образом, произвольное назначение стоимости государственного имущества в перечисленных случаях, а также в ряде иных, оговоренных в законе, законом исключается.

В перечне случаев, в которых необходима обязательная оценка имущества, отсутствуют сделки, осуществляемые между гражданами. В то же время Федеральный закон не препятствует проведению независимой оценки имущества граждан по их желанию, в том числе в случае несогласия с установленным налогообложением.

В Федеральных стандартах оценки практически детально описана технология оценочной деятельности, определены методы оценки, введен институт независимых профессиональных оценщиков. На данный момент существуют три федеральных стандартов оценки это №1 «Общие понятия и принципы оценки», №2 «Цели оценки и виды стоимости», №3 «Составление отчета об оценке». Все это имеет непосредственное отношение к сложившейся в настоящее время системе налогообложения и, в частности, к определению размера налогооблагаемой базы.

Один из недостатков системы оценки имущества, который преодолевает Закон об оценочной деятельности, - наличие различных организаций, ведомств и служб, наделенных правом определения стоимости объектов собственности.

Немаловажное значение придается регулированию оценочной деятельности. До 1 июля 2006 года каждый оценщик обязан был получать лицензию на осуществление своей деятельности. Теперь же лицензирование отменено, и вместо него получили развитие саморегулируемые организации. Членство в такой организации требует от субъекта выполнения определенных правил, но и дает субъекту некоторые привилегии – например, обеспечивает обращения к нему потребителей в первую очередь.

Авторитет таких организаций – следствие того, что в них добровольно объединяются лучшие, самые авторитетные представители профессии, которые добровольно берут на себя обязательства выполнять разработанные ими же самими правила и стандарты. Прекращение членства субъекта по решению организации имеет самые пагубные последствия для его репутации и в конечном итоге для его бизнеса.

Именно в силу самодостаточности таких организаций, власти относятся к ним с большим уважением, спрашивают и учитывают их мнение по профессиональным и этическим вопросам, при разработке соответствующего законодательства и изменений к нему, и т.п.

Наличие таких саморегулируемых организаций (СРО) удобно и для государства. Конфликты разрешаются не на уровне государство – субъект, а на уровне государство – СРО. Проще и эффективнее иметь дело не с многочисленными субъектами рынка, а со сравнительно небольшим количеством организаций. Соглашение с саморегулируемой организацией автоматически ведет к соглашению со всеми ее членами.

По существу, все профессиональные объединения оценщиков являются саморегулируемыми организациями. Перед ними ставятся задачи не потерять, а, возможно, и усилить государственный контроль оценочной деятельности, переложить существенную часть функций контроля с государства на саморегулируемые организации, создать небольшое число саморегулируемых организаций оценщиков для облегчения работы уполномоченных органов.

В области оценки недвижимости существует важный документ, служащий руководством для многих оценщиков. Это Стандарты Российского общества оценщиков в области оценки недвижимости, которые были приняты 24 ноября 1995 года. Что же касается самого Российского общества оценщиков (далее – РОО), то это профессиональная саморегулируемая общественная организация, объединяющая специалистов в области оценочной деятельности из всех регионов России. Основной целью Общества является содействие деятельности специалистов, занимающихся оценкой различных видов гражданских прав и создание цивилизованного рынка оценки в России[2].

Стандарты регламентируют обязанности члена РОО в части профессиональной деятельности, определяют профессиональную терминологию в области оценки недвижимости, определяют методику оценки недвижимого имущества, требования к качеству информации, используемой оценщиком при проведении оценки, а также устанавливают требования к отчету об оценке.

Стандарты призваны служить руководством для членов РОО в осуществлении их профессиональной деятельности, а также информировать всех лиц, пользующихся услугами оценщиков, о том, какая деятельность в области оценки недвижимости является профессиональной с точки зрения РОО. Таким образом, хотя данный Стандарт и не является нормативно-правовым актом, он является немаловажным документом практически для всех оценщиков России.

За прошедшие годы с развитием рыночных отношений государственная земельная политика претерпела существенные изменения. Реформирование земельных отношений в России сопровождалось острой борьбой по вопросам собственности на землю, форм хозяйствования на ней.

В настоящее время после многочисленных преобразований федеральным органом исполнительной власти по государственному управлению земельными ресурсами является Федеральное агентство кадастра объектов недвижимости, осуществляющее следующие специальные (исполнительные, контрольные, разрешительные, регулирующие и другие) функции:

- 1) ведение государственного земельного кадастра и государственного учета, расположенных на земельных участках и прочно связанных с ними объектов недвижимого имущества;
- 2) землеустройство;
- 3) государственная кадастровая оценка земель; мониторинг земель;
- 4) государственный контроль за использованием и охраной земель.

На данный момент постепенно реализуется правительственная Программа «Создание системы кадастра недвижимости на 2006 – 2011 годы». Она направлена на организацию в стране системы го-

сударственного кадастрового учета объектов недвижимости. Основная цель данной системы - обеспечить реализацию государственной политики эффективного и рационального использования земельных ресурсов и иной недвижимости, а также управление ими в интересах укрепления национальной экономики и повышения благосостояния граждан.

Таким образом, кадастровый учет становится важным не только в целях поддержки налогообложения земельных участков и природоохранной политики государства, подготовки земельной статистической информации и защиты государственных земель, но и для гарантии земельной собственности, развития и мониторинга рынка земли, сокращения земельных споров, помощи в перераспределении прав на землю, улучшении планирования использования земель. Учет осуществляется по месту нахождения земельного участка в кадастровом округе. Место осуществления кадастрового учета участка, расположенного в границах двух и более кадастровых округов, определяется в порядке, установленном органом нормативно-правового регулирования в сфере кадастровых отношений.

Основной нормативный акт в области централизованного учета недвижимости – это Федеральный Закон от 24.07.2007 № 221-ФЗ «О государственном кадастре недвижимости»[3]. В соответствии с ним основанием для выполнения кадастровых работ является договор подряда или определение суда. При выполнении работ по оценке земельного участка соответственно увеличивается и стоимость оценки всего объекта в целом.

Список используемой литературы:

1. Ф.З. Об оценочной деятельности в Российской Федерации. Федеральный закон от 29.07.98 №135-ФЗ
2. Грязнова А.Г., Федотова М.А. «Оценка недвижимости». Учебник, Москва, Финансы и статистика, 2006 г. -496с.
3. Ф.З. О государственном кадастре недвижимости. Федеральный закон 24.07.2007 № 221-ФЗ

ОЦЕНКА СТАРТАПОВ ВЕНЧУРЫМИ ИНВЕСТРАМИ

Михайлов С. В. студент, Кащук И. В.

Томский Политехнический Университет

E-mail: mihaylovsv@mail.ru

Существование венчурного (рискового) инвестирования как никогда актуально в современных условиях развития реального сектора экономики Российской Федерации. Учитывая переходность экономики РФ, можно сделать вывод, что получение венчурных инвестиций для предпринимателей является едва ли не единственным доступным способом реализовать свои проекты, поскольку ставки по инвестиционным кредитам порой не перекрываются доходами от деятельности, да и кредитные институты, предлагающие данную, столь востребованную, услугу, можно пересчитать по пальцам.

В РФ ответственным лицом за данный вид экономической деятельности следует считать основанную 7 июня 2006 года Российскую Венчурную Компанию (РВК). Основные цели деятельности ОАО РВК – стимулирование создания в России собственной индустрии венчурного инвестирования и значительное увеличение финансовых ресурсов венчурных фондов. Компания исполняет роль государственного фонда венчурного инвестирования, через который осуществляется государственное стимулирование венчурных инвестиций и финансовая поддержка высокотехнологического сектора в целом, а также роль государственного института развития отрасли венчурного инвестирования в Российской Федерации. [1]

Согласно мировой практики венчурного инвестирования, непосредственными участниками инвестиционного процесса являются не только специализированные венчурные фонды, к которым относится Российская Венчурная Компания, но и бизнес-ангелы – частные инвесторы, вкладывающие деньги в инновационные проекты (стартапы). Эти вложения производятся на этапе создания предприятия в обмен на возврат вложений и долю в капитале (обычно блокирующий пакет, а не контрольный).

Стартапом называется проект уже прошедший стадию «идеи» и находящийся в непосредственной близости от его воплощения в жизнь, именно со стартапами связано само понятие венчурного инвестирования. Оценка стартапов непосредственными венчурными капиталистами сводится не к оценке его в денежном выражении, а к оценке доли участия инвестора в нем.

Когда приходит время обсудить экономические условия инвестиций, предприниматели и венчурные капиталисты начинают исполнять малопонятные снаружи “брачные танцы”. И все вертится вокруг оценки стартапа. Главный вопрос: какова справедливая стоимость бизнеса? По общему мнению, это обозначает часть компании, которую венчурные капиталисты получают за свои инвестиции. То есть, если инвестор вкладывает \$4 млн и получает за это 40%, то это означает, что стартап целиком стоит \$10 млн. Это верно в традиционной экономике, но мало применимо к оценке стартапов. Люди, вовлеченные в этот процесс, часто неправильно понимают идею оценки стартапов. И это особенно очевидно на ранней стадии инвестирования. [2]

Как правило, определение ценности на ранней стадии венчурных инвестиций не имеет ничего общего с текущей стоимостью бизнеса. Если это было бы верно, то почему венчурный капиталист согласен платить 10 миллионов долларов за компанию, которая будет терять деньги в течение последующих 2-4 лет и приносить очень низкий доход, если он вообще будет?

На самом деле, все сделки с венчурным капиталом оформляются как вложения в «конвертируемые привилегированные акции» (этот термин здесь означает, что в случае ликвидации предприятия сначала отдаются деньги инвестору, а уже оставшаяся сумма после этой выплаты делится между предпринимателем и инвестором, пропорционально долям). Это значит, что вложение средств больше похоже на оформление долгового обязательства, которое можно использовать, если дела пойдут не очень хорошо. Мы получаем возврат денег в первую очередь, если проект уходит в сторону или проваливается.

Доля в бизнесе (а именно это и должна определить оценка) влияет на количество полученных денег только в том случае, если проект будет успешен.

Кроме того, важно помнить, что только относительно небольшая часть венчурных инвестиций на ранней стадии действительно приносит такую прибыль, которая предполагается в момент вложения средств. Мировой опыт показал, что венчурное инвестирование характеризуется правилом 1/3.

Правило 1/3 гласит:

1/3 проектов действительно реализуется так, как вы предполагали, и приносят огромный доход. Величина такого дохода обычно в 5-10 раз превышает затраты. Предприниматели и венчурные капиталисты процветают благодаря таким проектам.

1/3 проектов “уходят в сторону” от того, что было запланировано. Они преобразуются в бизнес, но это не тот бизнес, который может принести существенный доход. Доход от таких проектов составляет 1-2 суммы затрат, и венчурные капиталисты получают большую часть денег, заработанных проектом.

1/3 проектов заканчиваются плохо. Они закрываются или продаются за сумму, меньше инвестированной. Венчурные капиталисты забирают все деньги от продажи таких проектов, хотя полученной суммы недостаточно для покрытия их расходов. [2]

Итак, взяв правило 1/3, добавив к нему типичную структуру венчурной сделки, можно увидеть, что венчурный капиталист в действительности совсем не обсуждает стоимость проекта. Он обсуждает, какова вероятность того, что наш проект попадет в первую группу, которая приносит хорошую прибыль. Структура сделки (те самые “привилегии” его акций) защищает венчурных капиталистов от провала проекта, защищая, таким образом, их капитал.

Предполагается, что венчурным капиталистам лучше всего воспринимать венчурную сделку как кредит плюс опцион. Кредит будет выплачен в 2/3 случаях инвестиций и частично выплачен в некоторых других случаях. Опцион начинает активно действовать примерно в 1/3 случаях инвестиций и, возможно, не более чем в половине всех других случаев. Данное правило является частным от закона Парето (правило 80:20) и как нельзя лучше на практике отражает его смысл.

После оценки успешности проекта и принятия положительного решения, венчурные инвесторы уделяют особое внимание расчету корректной доли своего вложения. Этот расчет проводится при уже известных параметрах оценки дисконтированной стоимости денежного потока (DCF) проекта и партнерского значения прибыли на инвестиции (ROI). Под партнерским значением понимаются оценки, представленные и / или проверенные по данным кандидата на инвестиции.

При известном DCF и партнерском ROI венчурный капиталист готов применить к оценке проекта свой “интерес” – собственный целевой ROI, независимый от партнерской оценки стоимости капитала. Это дает возможность определить размер инвестиционной доли, которая позволяет инвестору достичь собственного значения ROI применительно к оценке текущей рыночной стоимости бизнеса кандидата. [3]

Существует три техники оценки доли венчурного инвестора в проекте:

- “Метод хоккейной клюшки” (**The Hockey Stick Method**).

- “Опережающий метод венчурных капиталистов” (**The Conventional VC Method**).
- “Первый Чикаго метод” (**The First Chicago Method**).

Полученные в результате применения венчурным капиталистом этих методов результаты соотносят с показателями, предложенными менеджерами компании. Используя результаты самостоятельно проведенных расчетов, инвесторы определяют долю собственности, требуемую для достижения ожидаемого возврата на инвестиции и для определения рыночной стоимости компании.

Данные методы отличаются от метода дисконтирования денежных потоков:

- подходом к расчету ставки дисконтирования и возврата на инвестиции (ROI);
- применением мультипликатора цена акции/ доход (P/E) для определения рыночной стоимости молодых компаний к концу прогнозируемого периода.

В заключении следует отметить, что с созданием Российской Венчурной Компании, наметился ощутимый сдвиг в финансировании венчурных проектов, а главным успехом можно считать ориентацию власти на данную проблему, что, несомненно, повлияет на развитие венчурного инвестирования в Российской Федерации. В посткризисный период предпринимателям достаточно сложно привлечь инвестиции в рискованные проекты традиционным способом, поэтому венчурное финансирование вместе с ресурсами бизнес-ангелов является единственным источником для осуществления мероприятий по реализации их проектов. Как правило, финансирование венчурного проекта в РФ ограничивается суммой в \$50-300 тыс., что говорит о создании предприятия малого или среднего размера. Как раз стимулированием создания таких предприятий и занимается в настоящий момент правительство РФ, поскольку организации таких масштабов являются весьма мобильными и устойчивыми к переменам во внешней среде и формируют опору экономики государства. Чтобы данный процесс развивался и двигался «семимильными шагами» следует развивать венчурное финансирование проектов, всячески поощрять такого рода деятельность.

Список используемой литературы:

1. Российская Венчурная Компания <http://ru.wikipedia.org>
2. Фред Вилсон Как венчурные инвесторы проводят оценку стартапов: <http://ideablog.ru>
3. Гулькин П.Г. Оценка стоимости и ценообразование в венчурном инвестировании и при выходе на рынок IPO: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Альпари СПб, 2007. – 190 с.

ВЕНЧУРНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Молявкин И. А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: Ati-stop@sibmail.com

Научный руководитель: Кашук И. В., доцент, к.т.н..

Проблема развития конкурентоспособного технологического потенциала страны в настоящее время является одной из ключевых. Инновационный путь развития, заставляет искать новые подходы к реализации научно-технического потенциала. В значительной степени решение данной проблемы зависит от возможности и умения использовать современные финансовые инструменты и механизмы для привлечения в высокотехнологичную сферу экономики внебюджетных инвестиций. Одним из наиболее перспективных путей реализации высоко рискованных наукоемких инновационных проектов является венчурное инвестирование, эффективность которого подтверждена мировой практикой.

Венчурное инвестирование, в общих чертах представляющее собой инвестирование в акционерный капитал предприятия с одновременным участием в управлении им, - относительно новое для России понятие, пришедшее к нам с запада. Отечественная индустрия венчурного капитала в настоящее время находится на начальной стадии своего развития. По некоторым оценкам, на нашем рынке сейчас действует около 40 компаний, управляющих венчурным капиталом.

Суть венчурных инвестиций заключается во вложении средств в начинающую компанию, в результате, которого фонд получает долю в уставном капитале компании или определенное количество акций. Зарабатывают фонды на последующей продаже акций во время выхода компании на IPO, или просто продав свою долю более крупному инвестору или самой же компании. Главным отличии-

ем венчурных фондов от объединения бизнес-ангелов является то, что они могут управлять не только своими деньгами, но и чужими средствами. Кроме того, фонды никогда не инвестируют (по крайней мере, так считается) в начинающие проекты, когда те находятся на стадии Seed (посев). Стадии проекта: Seed – на этой стадии у предпринимателя есть только лишь идея проекта. Бизнес-план. Ни о каком выходе на рынок пока не идет даже речи. Нужен капитал. Start-up – компания только начала деятельность; Early Stage – у компании есть первые клиенты. Продукт уже существует и исправно продается. Продажи растут; Expansion – а вот эта стадия интересна тем, что компания начинает стремительно развиваться, и ей требуются дополнительные инвестиции на это; Exit – стадия, на которой бизнес-ангел выходит из проекта, чтобы отбить свои деньги. Венчурные фонды вступают в игру на стадии Start-up.

Инвесторы, заинтересованы в получении прибыли. Именно возможность получить большую норму прибыли и привлекает во всем мире специализированные финансовые организации в сферу высоких технологий. В Европе и Америке венчурным финансированием занимаются «венчурные фонды» – это своего рода денежные мешки, созданные за счет средств юридических и физических лиц и управляемые наемными менеджерами. Эти менеджеры вкладывают средства инвесторов, аккумулированные в конкретном фонде в развитие малых и средних компаний, которые способны обеспечить высокую прибыль. После того как проинвестированное предприятие достигнет установленных результатов, управляющие фонда выводят средства из проекта путем продажи своей доли остальным участниками проекта либо третьим лицам. Заработок инвесторов при венчурном финансировании составляет разность между «ценой вхождения» в конкретный проект и «ценой выхода» при продаже доли в проекте. При такой схеме возможные убытки инвестора от участия в одном проекте могут значительно перекрываться прибылью, полученной от участия в другом проекте.

Разработчикам инноваций (изобретатели, ученые, инженеры, самостоятельно выдвигающие перспективные идеи, а также научные учреждения, организации или творческие коллективы) венчурное инвестирование предоставляет возможность на практике внедрить результаты их интеллектуального труда в производство или вывести уже существующий бизнес на новый, более высокий уровень. Вообще зачастую венчурное инвестирование – это единственный способ для разработчика выйти со своей идеей на рынок. К венчурному инвестору, как правило, приходят те, кому в силу высокой рискованности отказали в кредитах и банки, и традиционные инвестиционные компании. Остается единственная возможность – привлечь в реализацию конкретного проекта венчурное финансирование, которое не требует ни залога, ни гарантий, ни поручительства, но венчурного инвестора надо допустить к управлению бизнесом, превратить его в совладельца предприятия.

Развитие индустрии венчурного капитала и прямого инвестирования в настоящий момент является одним из приоритетных направлений государственной инновационной политики и необходимым условием активизации инновационной деятельности и повышения конкурентоспособности отечественной промышленности. Также необходимо осуществить ряд государственных инициатив в целях создания благоприятных условий для венчурного инвестирования, а именно:

- создание правовой основы для обеспечения возможности венчурного инвестирования пенсионными фондами страховыми организациями;
- активизация вторичного фондового рынка с целью обеспечения ликвидности инвестиций в венчурный капитал;
- финансовая поддержка в форме целевых грантов на исследования и разработки, а также предоставление налоговых льгот, что может оказать помощь в реализации проектов на этапах идеи и изготовления, опытных образцов, когда перспективы получения коммерческих кредитов или венчурного финансирования не определены.

Проблема венчурного инвестирования является достаточно новой и в силу этого слабо изученной сферой экономической науки. Слабо разработаны вопросы, связанные с организацией и стимулированием венчурной инвестиционной деятельности в регионах. Остаются недостаточно разработанными проблемы использования венчурного инвестирования как наиболее приспособленного для инвестиционного обеспечения воспроизводства инновации, сопряженного с большим разнообразием рисков.

Для развития венчурного инвестирования необходимо создание региональной и отраслевой инновационной системы. В связи с этим государственная политика в области развития инновационной системы должна реализовываться по таким направлениям, как создание благоприятной экономической и правовой среды в отношении инновационной деятельности; формирование инфраструктуры инновационной системы. В целях эффективного государственного регулирования и стимулирования венчурного инвестирования необходимо разработать систему государственных приоритетов в облас-

ти развития науки и технологии. Важнейшие исследования и разработки должны проводиться на основе научно-технического прогноза, планирования результатов исследований ведущих научных организаций региона и изучения долговременных тенденций развития рынка.

В настоящее время мировая экономика испытывает кризис на мировом финансовом рынке. Последствиями кризиса является снижение производства, увольнения части персонала, а также повышение процентных ставок и отказы в получении кредитов со стороны банков. На первый взгляд всё происходящее негативно влияет на развитие венчурного инвестирования – так, повышение процентных ставок по кредитам, а во многих случаях и отказ в нем не дает возможности инвесторам вкладывать заемные средства как в прямые инвестиции так и в особенности в венчурные. Сокращение производства также негативно влияет на инвестиционный климат и уменьшает возможности осуществления венчурных инвестиций. Но посмотрев с другой стороны, можно сказать, что финансовый кризис является своеобразным катализатором развития венчурного инвестирования. Т.к. при нехватке денег все даже самые крупные предприятия и компании будут стремиться минимизировать свои издержки. Нынешнее положение в банковской системе “заставит” предпринимателей обратиться в фонды венчурных инвестиций, несмотря на то, что венчурное инвестирование является самым рискованным. Денежные средства будут выделяться только при условии высокой ликвидности проектов. Так как кризис имеет мировой характер, то могут возникнуть ситуации, когда вследствие ухудшения экономического состояния стран Европы и США будут существенно облегчены условия доступа на них отечественных компаний. Примером такого доступа является изучение «Газпромом» возможности покупки у испанской строительной компании SACYR VALLEHERMOSO 20% акций нефтегазовой компании REPSOL, несмотря на то, что рынок Испании сейчас закрыт для «Газпрома». В общих чертах, кризис может иметь и положительные последствия для российских предпринимателей, в том числе в сфере венчурного инвестирования.

Таким образом, венчурное инвестирование является одним из эффективных источников финансирования инновационной деятельности, и поэтому создание венчурных сетей на основе эффективного партнерства малых, крупных предприятий, финансовых институтов и государства - важная задача развития экономики нашей страны.

Список используемой литературы:

1. Венчурное инвестирование. Лагирев А.А. /Институт бизнеса и права/ Санкт-Петербург. 2009г. Режим доступа: <http://www.ibl.ru/konf/041208/32.html>
2. Венчурное инвестирование в России - настоящее и будущее. 2009г. Режим доступа: http://www.bishelp.ru/gde_dengi/vench/dopkons/ven4_v_rossii.php
3. Венчурное инвестирование в инновационной экономике. 2008г. Режим доступа: http://www.bankrabort.com/work/work_35145.html?similar=1

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА.

Мустафина Л. Х, аспирант

Томский политехнический университет

E-mail: Liliya1110@yandex.ru

Научный руководитель: Еремин В. В., к. э. н., доцент

Мировой финансовый кризис вынуждает экономики разных стран адаптироваться к новым условиям экономического существования путем принятия таких экономических мер, как оптимизация бюджетных затрат и корректировка источников доходов, изменение налогового режима, пересмотр среднесрочных и долгосрочных планов социально-экономического развития (и соответствующих инвестиционных приоритетов), а также принятия ряда прочих «оздоровительных» мер.

В современных условиях фактически, меняется «постановка задачи» – вместо попытки использовать накопленные за время экономического подъема ресурсы на инновационное развитие необходимо обеспечить сохранение устойчивости экономики, общества и государства во время кризиса.

В 2010 году основной задачей правительства является минимизация и, по возможности, предотвращение так называемых «социальных потрясений». Озвучены планы о вменении в обязанность государственным корпорациям (как ключевым институтам развития) и компаниям, которые сегодня

принято относить к естественным монополиям, выделение средств на поддержку НИОКР, что было поддержано основными представителями указанных структур. Таким образом, учитывая, что в 2010 году о прямом расширенном выделении средств из бюджета на развитие инноваций речи не идет, возникает вопрос о том, как будет реализована политика инновационного развития и запланированная в ее рамках модернизация производственных мощностей российских предприятий.

В настоящее время большинство экспертов дают негативную оценку текущего инновационного потенциала России, в особенности на фоне развитых стран. Так, в деловой литературе отмечают тенденцию по снижению доли высокотехнологичных продуктов в ВВП России с 1,12% до 1,03%. По этому показателю Россия занимает лишь 312-е место в мире.

Ключевым вопросом в реализации любой инвестиционной деятельности является привлечение ресурсов (технологических, человеческих, финансовых).

На сегодняшний день число предприятий, осуществляющих технологические инновации, составляет около 10% от их общего количества, что в целом неудивительно, учитывая, что дефицит финансирования научно-исследовательских процессов не позволяет создать необходимую материально-техническую базу и обеспечить достойными кадрами развитие инновационных технологий. Увеличение разрыва между спросом на высокотехнологичную продукцию и возможностью её производить, приводит к тому, что предприятия почти всех отраслей предпочитают закупку готового оборудования созданию собственных НИОКР. Объясняется это нежеланием заниматься венчурным финансированием, а закупать проверенную, готовую для потребления продукцию.

Таким образом, сложилась ситуация, когда большая часть выпускаемой в РФ высокотехнологичной продукции является скорее усовершенствованной или просто современной, но никак не радикально новой. Увы, с более широкой точки зрения это является губительным для внутреннего производства высокотехнологичной продукции. В частности, именно такую позицию озвучил Президент РФ Д.А. Медведев на прошедшем 26.12.2009г. заседании комиссии по модернизации и технологическому развитию экономики: «Мы заинтересованы, помимо того, чтобы заниматься импортозамещением – чем мы, в общем-то, исторически занимались с советских времен и, кстати, в этом преуспели – нам нужны именно прорывные технологии, новые решения...».

Кризис существенно изменил возможности реализации благоприятных прогнозов развития российской экономики. Национальная ассоциация инноваций и развития информационных технологий (НАИРИТ) подвела текущие итоги влияния кризиса на инновационный сектор России. Общий объем расходов на инновации в стране сократился более чем на 75%.

Изменилась и общая структура расходов, если по данным на август 2008 года отношение государственных и частных вложений составляло соответственно 73% и 27%, то сейчас оно составляет 87% и 13% соответственно.

При этом среди инновационных компаний все большее распространение получают пессимистические прогнозы развития экономической ситуации. Так по данным социологического опроса НАИРИТ среди инновационных компаний более 72% респондентов не видят перспектив реализации их инновационных проектов в ближайшие 3 года и лишь чуть более 20% респондентов имеют положительный настрой (17% рассчитывают в скором времени реализовать свой проект, 4% говорят о том, что их проект уже успешно реализуется).

Следствием ухудшения экономической ситуации и преобладания негативных прогнозов является снижение общей активности инноваторов, так число обращений инновационных компаний за профессиональными консультациями снизилось на 37% по сравнению с прошлым годом. Снижается и количество новых инновационных проектов. По разным оценкам оно достигает более 40%. Но эксперты НАИРИТ также отмечают, что на общем фоне снижения активности, существенно возросло качество проработки инновационных проектов. Доля проработанных проектов готовых к инвестированию увеличилась с 0,5% (по состоянию на август 2008 года) до 3%.

Одной из важнейших проблем реализации инновационных проектов является финансирование. Отсутствие финансирования в полном объеме увеличивает время реализации конкурентоспособных проектов, снижая качество инноваций. Решение данной проблемы для госпредприятий полностью зависит от запланированного бюджета РФ. Финансирование инновационных проектов частных предприятий в основном зависит от возможности получить заемные средства, что в условиях кризиса и с учетом особенностей отечественного рынка кредитных продуктов заставляет предпринимателей обращаться к иностранным кредитным организациям. Мировая практика показывает, что инновационный процесс и внутреннее производство инновационных технологий оказываются более эффективными при максимальном вовлечении бизнеса. А для этого одной из приоритетных задач государства становится обеспечение равных возможностей для вхождения на рынок инновационных

технологий как крупным предприятиям, так и небольшим частным компаниям. Так, Правительством города Москва в последние годы реализуется ряд мер по поддержке и развитию малых и средних инновационных предприятий. Например, введена система государственных гарантий для привлечения кредитов, объем которых в настоящее время составляет от 50% до 70%. Данные действия позволяют организации привлекать банковские инвестиции практически без залога и получать кредит не под 25% годовых, а под 10%

Также достаточно остро стоит проблема кадрового вопроса в инновационной сфере. По результатам статистического исследования НАИРИТ сокращение персонала в инновационных компаниях достигает 37% (по отношению к августу 2008 года). При этом наиболее существенно эта проблема затрагивает студентов выпускных курсов и молодых специалистов – проблемы с трудоустройством в сфере инновационных технологий имеют более 61% из них.

Необходимо также затронуть вопрос утечки мозгов. Эмиграцию квалифицированных специалистов нельзя остановить без отказа от базовых свобод. Утечка мозгов (при больших масштабах) может стать серьезным тормозом для инноваций и экономического развития. В условиях открытости страны единственный способ решения этой проблемы – экономический. Крупный бизнес сам решает эту проблему за счет индивидуальных условий и зарплат. Сегодня Россия выигрывает, например, у Израиля, борьбу за квалифицированных молодых специалистов из среды эмигрантов из России – они возвращаются в таком количестве, что проблема обсуждается в правительстве Израиля. Но в целом баланс в сфере миграции мозгов у нас отрицательный.

Следует проработать две специальные меры государственного регулирования. Первое – создать механизм резкого (часто даже не в разы, а на порядок) и точечного повышения зарплат в бюджетной сфере. Не категориям работников, а особо ценным лидерам и группам вне связи с тарифной сеткой. Это, прежде всего, преподаватели небольшой группы учебных заведений мирового уровня (иначе мы рискуем окончательно потерять школы в точных науках), лидеры в медицине, биологии и т.д. Эта мера должна, прежде всего, предотвратить отъезд, но также и вернуть часть уехавших.

Современный кризис открывает для России новые возможности по привлечению (возвращению) высококвалифицированных менеджеров и специалистов, если государство сможет разумно распорядиться имеющимися финансовыми резервами. Этим уже занимается Китай, полезно посмотреть к этому опыту.

Второе – ввести высокие цены на образование в тех ВУЗах (или факультетах), чьи выпускники легко находят работу на Западе. Изначально стоимость образования будет покрываться долгосрочными госкредитами, с полным возвратом (в рассрочку) в случае отъезда на работу за рубеж, частичным – в случае приема на работу в частный сектор в России (возможно, за счет прямых отчислений работодателя), и постепенным полным погашением в случае работы в госучреждениях. Этот механизм не остановит утечку мозгов, но даст возможность воспроизводства и развития наиболее успешных ВУЗов.

Несмотря на мировой финансовый кризис, ставка на инновационное развитие остается важнейшим фактором стабилизации экономики. Нельзя отрицать тот факт, что Россия остается страной, владеющей огромной научно-технической базой. В XX веке около двух третей мировых новаций, внедренных в экономику развитых стран, было реализовано при использовании достижений и идей Российской фундаментальной науки. Нельзя забывать и про колоссальные наработки ВПК еще в советские времена: при реализации инновационно-ориентированного пути развития Российской экономики это необходимо учитывать. В последние годы Россия развивалась в основном за счет внешних источников – продажи природных ресурсов и сырья, а также за счет «дешевых» кредитов иностранных банков. В условиях Мирового финансового кризиса необходимо искать альтернативные внутренние возможности роста. Действительно, если обратиться к истории, то очевидно, что именно во время мировых финансовых кризисов происходит развитие инновационных технологий и преобразование экономик.

Список используемой литературы:

1. <http://www.innit.ru> «Инновационные вызовы современности и российские доктринальные документы об инновациях в условиях кризиса: утопия или реальность?» Карлинская Е.В.
2. <http://www.sigma-econ.ru/files/4640/Part1.pdf> «Стратегии социально-экономического развития России: влияние кризиса», Институт современного развития 2009.
3. <http://www.finanal.ru/ekonomika-i-finansy/rossiya-i-mirovoi-finansovyi-krizis-puti-vykoda-iz-slozhivshejsya-situatsii> «Россия и мировой финансовый кризис: пути выхода из сложившейся ситуации», Щеголева НГ, 18.10.2009

4. <http://www.unova.ru/article/innova> Теоретический анализ особенностей инновационного развития России в условиях финансовой нестабильности Марков М.А., при участии Подлипинского А.И., январь 2010 г. Статья опубликована в сборнике статей в рамках научной сессии ГУАП "Актуальные проблемы экономики современной России: возможности преодоления последствий экономического кризиса", 2010 год.

НЕЗАВИСИМАЯ ОЦЕНКА УЩЕРБА

Никитин В. И., студент

Томский политехнический университет

E-mail: nikvik22@sibmail.com

Научный руководитель: Кашук И. В., к.т.н., доцент

Независимая экспертиза ущерба или оценка ущерба — специальное компетентное исследование точно сформулированного вопроса о нанесении ущерба вашему имуществу, его размерах, причинах по которым он нанесен, требующее специальных знаний и представления мотивированного заключения по его итогам. Оценочная деятельность находится в России еще в стадии становления. Большинство граждан и даже специалисты (юристы, судьи, адвокаты) не всегда в ней ориентируются. В основном непонимание специфики независимой экспертизы ущерба сводится к следующим основным вопросам: Что представляют из себя объекты экспертизы ущерба и как их оценивать? Если оценивают автомобиль, поврежденный в ДТП, то, якобы, эксперт должен иметь образование в области автотранспорта. Если независимой экспертизе ущерба подвергают некачественное строительство или ремонт, то эксперт по оценке, якобы, должен иметь строительное образование и оперировать сметной стоимостью и т.д. На самом деле в Законе "Об оценочной деятельности в Российской Федерации" № 135-ФЗ[1] не предусмотрено разделение по сферам деятельности. В законе приведен перечень возможных объектов оценки, в частности в статье 5. [1]

К объектам экспертизы ущерба отнесены:

- 1) отдельные материальные объекты (вещи);
- 2) совокупность вещей, составляющих имущество лица, в том числе имущество определенного вида (движимое или недвижимое, в том числе предприятия);
- 3) право собственности и иные вещные права на имущество или отдельные вещи из состава имущества;
- 4) права требования, обязательства (долги);
- 5) работы, услуги, информация;
- 6) иные объекты гражданских прав, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлена возможность их участия в гражданском обороте.

Согласно статье 15 Гражданского кодекса РФ[1] под убытками понимаются расходы, которые необходимо произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение имущества (реальный ущерб), а также недополученные доходы (упущенная выгода). Реальный ущерб определяется стоимостью утраченного имущества, а упущенная выгода определяется неполученными доходами, которые потерпевший получил бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено. Данная статья Гражданского кодекса РФ (Гражданский кодекс РФ 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ)[3], по сути дела, описывает и закрепляет в качестве правовой нормы основную экономическую формулу, которая в довольно широком смысле используется при подсчете убытков и ущерба, вызываемых повреждением, гибелью и уничтожением всех видов имущества и ресурсов, включая и природные. Экономический смысл формулы, установленной статьей 15, заключается в том, что размер убытков определяется суммированием затрат, необходимых для восстановления нарушенного объекта (приведения его в первоначальное состояние), стоимости утраченного объекта и убытков, вызванных неполучением ожидаемых доходов.

Изучение зарубежного опыта оценки стоимости объектов недвижимости показывает, что наиболее близка к реальной — стоимость, определяемая на основе их рыночной оценки. При этом оценщики используют три метода:

- 1) метод сравнительного анализа продаж (рыночный метод);
- 2) доходный метод, или метод капитализации доходов;
- 3) затратный метод, или метод калькуляции.

Первый метод основан на принципе замещения, который подразумевает, что стоимость оцениваемого объекта не должна превышать стоимости аналогичного объекта. Оценка, проводимая этим методом, включает сбор данных о рынке продаж и предложений по объектам недвижимости, сходных с оцениваемым. Затем цены на объекты-аналоги корректируются с учетом параметров, по которым объекты отличаются друг от друга. После корректировки цен их можно использовать для определения рыночной стоимости оцениваемого объекта.

На примерах рассмотрим вопросы, которые эксперт решает на стадии знакомства с объектом оценки, сбора необходимой информации. Независимая экспертиза ущерба проводится в отношении ремонтно-строительных и отделочных работ, которые необходимо провести для устранения дефектов и недостатков, возникших в результате некачественной работы строителей.

В данном случае эксперт по оценке, оперируя соответствующими нормативными документами (СНиП [2] и др.) определяет наличие и размеры несоответствий требованиям СНиП [2] (просветы между стенами, отсутствует сцепление стяжки с основанием, наличие и характер трещин в штукатурном слое, зазоры и щели между плинтусом и паркетным покрытием и т.д.). Такая экспертиза ущерба необходима для определения объемов восстановительных работ.

Оценка ущерба квартиры - довольно распространенное явление в оценочной практике, к которому приходится прибегать в основном при пожаре или заливе квартиры. Оценка ущерба квартиры или иного помещения от пожара встречается в практике значительно реже, чем, например, оценка от залива или оценка ДТП. Например, при оценке ущерба квартиры от пожара, оценить имущество, состоящее из бытовой техники, мебели и т.п., бывает очень сложно (а в некоторых случаях и невозможно) определить марку, модель, цвет корпуса техники; модель, материал обивки мебели. Поэтому, наличие чеков на покупку имущества (в чеках очень часто указывают марку или модель покупаемого товара) может помочь в проведении оценки.

Залив помещений и квартир на сегодня является самым распространенным бедствием, причиняющем, ущерб имуществу. Вырвавшаяся на свободу вода разрушает все на своем пути, не разбираясь, дорогая это вещь или не очень. При заливе квартиры страдает практически все: покрытие потолков, покрытие стен, напольные покрытия, двери, окна, мебель и бытовая техника. Все это ведет к необходимости оценки ущерба от залива квартиры и оценке последствий затопления.

Причины, ведущие к необходимости проведения оценки ущерба от залива, могут быть разными (от использования некачественных комплектующих систем вода- и теплоснабжения до халатного отношения собственников помещений и эксплуатирующих организаций), но все они приводят к одному - затоплению и причинение ущерба имуществу.

В современном Российском обществе стремительно растет правовая грамотность граждан, люди перестали опасаться подавать иски в суды. Но для подачи иска о возмещении ущерба необходима оценка ущерба, чтобы, в свою очередь, предоставить в суд документ об оценке ущерба имуществу.

Достаточно часто для того, чтобы установить степень вины каждой из сторон-участников ДТП назначается экспертиза ДТП.

Данная процедура необходима для выявления причин, приведших к дорожно-транспортному происшествию, обстоятельств, при которых оно произошло, а также для того, чтобы оценить последствия аварии.

Проведение экспертизы ДТП относится к экспертной деятельности и регулируется законодательными актами и иными правоустанавливающими документами. При этом задействуется полный комплекс мер, позволяющих с максимальной точностью установить степень вины каждого из участников дорожно-транспортного происшествия.

Встречная независимая экспертиза ДТП может назначаться не только с целью подтверждения тех повреждений, которые на самом деле появились в результате дорожно-транспортного происшествия, но и для того, чтобы опровергнуть результаты предыдущей экспертизы. Такая встречная независимая автоэкспертиза после ДТП избавит вас от риска потерять существенную сумму денег.

Независимая экспертиза ущерба проводится в отношении и электробытовых приборов (компьютеры, музыкальные центры и пр.), поврежденные в результате прохождения через электрическую цепь напряжения в 380 вольт. Подобное явление в г.Москве стало частым явлением из-за ветхих внутридомовых электрических сетей, не рассчитанных на возросшее энергопотребление населения.

Также неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода). В случае причинения повреждений застрахованному имуществу и возникновению спора со страховой компанией о величине

страхового возмещения, проведение независимой экспертизы по оценке ущерба недвижимости или имущества является самой оптимальной возможностью оценить ущерб и эффективным способом разрешения конфликта. Сроки проведения независимой экспертизы при оценке стоимости ущерба и стоимости услуг оценки зависят от вида имущества и характера повреждений.

Проведение независимой оценки ущерба недвижимости или имущества является обязательным при возникновении спора о стоимости объекта. Необходимым элементом рыночной экономики выступает институт независимой оценки собственности, без которого невозможно становление права собственности и демократизация экономической жизни.

Необходимо самому определиться в том, что нужно, провести независимую оценку и экспертизу ущерба с целью определения причин каких-либо последствий или получить полный отчет об оценке стоимости нанесенного ущерба с одновременным установлением причин наступления нежелательных последствий.

Список используемой литературы:

1. Федеральный закон «Об оценочной деятельности в РФ»] <http://kodeks.lib.tpu.ru/>
2. Нормативные документы СНИП www.know-house.ru
3. Методы оценки www.bestreferat.ru/referat-88256.html
4. Оценка недвижимости www.5ballov.ru/referats/preview/91379/3
5. Экспертиза ДТП www.apex-group.ru/ocenka/omain/nedvi/
6. Стандарты оценки, утвержденные Постановлением Правительства РФ № 519 от 06.07.2001г.
7. Федеральный закон «Об оценочной деятельности в РФ» № 135-ФЗ. От 07,05,2009

МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ УСЛУГ: СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ

Норкина А. Д., студентка, Киселева Е. С., ассистент

Томский Политехнический Университет

Одним из основных направлений развития современной экономики за последние два десятка лет является стремительно расширяющаяся сфера услуг. В международной торговле услуги насчитывают примерно четверть суммы общего мирового экспорта. Рабочие места, связанные с предоставлением услуг, есть не только в традиционных отраслях непродовольственной сферы, в гостиницах, авиакомпаниях, банках, телекоммуникациях и т.п., но и во многих производственных отраслях. Среди них – юристы корпораций, медики, инструкторы по обучению торгового персонала. Услуги покупаются и продаются. Авторы ставят перед собой следующие цели: обозначить особенности услуг и сформулировать основные антикризисные стратегии для предприятий, которые предоставляют рыночные услуги.

Услуга – это любая деятельность или благо, которую одна сторона может предложить другой. В отличие от товара, услугам присущи четыре характеристики, которые необходимо учитывать при разработке маркетинговых программ. Во-первых услуги неосвязаемы. Их невозможно увидеть, попробовать на вкус, услышать или понюхать до момента приобретения. Во-вторых услуга неотделима от своего источника, будь то человек или машина. В-третьих непостоянство качества услуги. Качество услуг колеблется в широких пределах в зависимости от их поставщиков, а также от времени и места оказания. В-четвертых услугу невозможно хранить, ее нельзя взять и положить на полку, что подтверждает первую характеристику – неосвязаемость [1].

Маркетинг, как система продвижения товара или услуги на рынке, никогда не был монолитным учением или типом деятельности. Он всегда предполагал разнонаправленность и спорадические сочленения теории с практикой в общих местах. Однако даже, несмотря на это, долгое время в отечественной и зарубежной практике маркетинг услуг не был особенно популярен ни среди исследователей, ни среди практиков. Впрочем, после того как сфера услуг стала одной из лидирующих и объемных по финансовым вложениям в постиндустриальных странах – маркетинг услуг становится все более интересным для маркетологов. И все меньше людей, которые продолжают считать, что услуги – это тот же товар только со своими специфическими характеристиками. Чем же отличается продвижение в сфере услуг от продвижения товаров?

Во-первых, чаще всего услуги оказываются в течение некоторого времени. Продать пузырек лака – это минутная процедура. Сделать же маникюр в салоне занимает как минимум полчаса. Мар-

кетолог, позиционирующий услугу на рынке, если уж взглядеться в суть вопроса, продвигает отрезок времени, который получает дополнительную стоимость из-за затраченных усилий и квалификации специалиста и других сопутствующих расходов. Во-вторых, услуги – неосязаемы. Осязаемыми могут быть результаты оказания услуг, но не сами услуги. Стрижка у парикмахера или сдача анализа в медицинской клинике – это время клиента и специалиста. Сама же стрижка и справка от врача – уже не услуга, а результат. Многие маркетологи делают ошибку, концентрируя внимание на результате, забывая о самом главном – действии. Это касается и правил общения, и создания определенной атмосферы, которые должны быть учтены в продвижении каждой услуги. В-третьих, услуги больше чем товары подвержены фактору неопределенности и необходимости совместить время специалиста и время клиента. Если у парикмахера не будет клиентов в течение дня это намного катастрофичней, чем, если в течение дня не будет куплен в киоске набор расчесок или шампунь. Маркетинг в сфере услуг в последнее время получает всё большее распространение за счет роста самой сферы услуг, занимающей в развитых странах уже более 50% экономики. Помимо продукта (product), места (place), цены (price) и продвижения (promotion) (4P элементы Marketing Mix) в сфере услуг большое значение играют такие факторы, как люди (people), способ предложения услуг (process) и материальные свидетельства (physical evidence). Большинство услуг предоставляется непосредственно людьми, при их прямом участии, что вынуждает управляющих уделять особое внимание своим кадрам. Необходимо не только найти подходящего работника, но и зачастую научить и самое главное – удержать. Задачами маркетинга являются выработка сценариев и норм общения персонала с клиентами, а также контроль за выполнением. По возможности следует внедрить фирменный стиль в элементы одежды персонала. По-хорошему, способ предложения услуг должен быть не один. Большинство услуг может быть оказано «на дому» или по телефону – без предварительного личного контакта. Расширение спектра услуг позволяет увеличить круг потенциальных клиентов, что влечет за собой множество положительных последствий – приток новых клиентов, увеличение выручки, повышение узнаваемости и т.д. Необходимо понимать, что качество услуги трудно оценить, порой даже после её оказания. Маркетинг в сфере услуг играет наиважнейшую роль, куда более значимую, чем в любой другой сфере экономики [2].

В период кризиса даже миллиардеры, владеющие огромными транснациональными корпорациями, несмотря на весь свой капитал, профессионализм и влияние теряют миллионы и миллиарды долларов. Единственная возможность снизить уровень потерь во время кризиса – изменить, тем или иным образом, свою стратегию, в соответствии с веяниями времени. Потому что те, кто будет продолжать работать в том же стиле что и до кризиса потеряют в этот период больше всего, если им вообще повезет остаться на плаву. Стратегии, которые эффективно работают в периоды роста национальной и международной экономики во время мирового экономического кризиса могут не только работать не эффективно, но и угрожать самому существованию бизнеса. Конечно же, универсальных рецептов стратегий в кризис не существует. Идеальных моделей антикризисных стратегий не существует, но есть проверенные веками антикризисные стратегии, которые подойдут если не ко всем, то к большинству видов бизнеса [3].

Авторы обозначили следующие антикризисные стратегии для предприятий, предлагающих услуги: стратегия снижения, стратегия сокращения расходов, стратегия новых товаров и услуг, стратегия накопления резервов, стратегия оптимизации, а так же стратегия сокращения рабочих часов [1-3].

Снижение цен: важно понимать, что в отношении подавляющего большинства товаров и услуг, за исключением разве что товаров первой необходимости, снижение цен во время кризиса повышает, а не понижает уровень прибыли. По той простой причине, что в том случае если вы не снизите цены, то многие потребители могут частично или полностью отказаться от ваших товаров, либо перейти на более дешевые товары и услуги аналогичного характера, в связи со снижением уровня личных доходов.

Сокращение расходов: сокращение не обязательных расходов, в кризис не только желательно, но и необходимо. И в первую очередь представительских расходов. Ваши партнеры и клиенты наверняка положительно оценят этот шаг. Если же вы в период кризиса будете, как и раньше, демонстративно сорить деньгами, то это, напротив, будет воспринято ими как попытка «пустить пыль в глаза».

Новые товары и услуги: иногда простое снижение цен на существующие товары и услуги либо снижение минимальных размеров оптовых партий оказывается недостаточно эффективным. В этом случае часто есть смысл в разработке новых товаров и услуг, изначально создаваемых с расчетом на условия экономического кризиса и снижения покупательской способности населения.

Резервы: к сожалению, готовиться к использованию этой стратегии необходимо еще до наступления экономического кризиса, о чем многие руководители вполне серьезных фирм порой забывают. Любая организация должна иметь резервы финансов и резервы других ресурсов, на случай не только наступления экономического кризиса, но и разного рода форс – мажоров. Невозможно представить себе полководца, не имеющего в резерве солдат и руководитель фирмы, не имеющей финансовых резервов существовать также не должен. Тем не менее, такое случается, когда в погоне за доходом вся без исключения прибыль вкладывается в развитие бизнеса. Итог такого подхода бывает очень печален – вплоть до разорения.

Оптимизация: под этим модным ныне термином подразумевается всего лишь улучшение внутренней структуры фирмы и порядка организации внутренних бизнес - процессов фирмы с целью увеличения производительности. Парадоксально, но в период роста экономики и развития фирмы, когда работники завалены повседневными делами, руки до оптимизации не доходят, потому что она грозит сорвать текущие дела. А вот в период кризиса есть смысл заняться оптимизацией. Во – первых это не даст развиться лени у вас и у сотрудников. Во – вторых в кризис лучше иметь фирму с хорошо оптимизированной структурой и бизнес – процессами. В - третьих – плоды грамотно проведенной оптимизации вы будете пожинать не только во время экономического кризиса, но и после его окончания.

Сокращение рабочих часов: часто для успеха бизнеса лучше сократить рабочие часы (с соответственным уменьшением зарплаты), чем массово увольнять работников, одним махом создавая огромные дыры в слаженном коллективе.

В заключении следует сказать о том, что антикризисные стратегии очень индивидуальны, так как зависят от вида бизнеса и особенностей региона, в которых работает фирма, а также от внутренней структуры самой фирмы. Авторы считают, что следование вышеперечисленным стратегиям будет способствовать удержанию предприятия «на плаву» в период кризиса. Так же следует добавить, что в идеале успешная антикризисная стратегия должна содержать определенную долю креатива для создания уникального имиджа предприятия.

Список используемой литературы:

1. Миронова Н. В. Маркетинг различных типов услуг // Маркетинг в России и за рубежом. № 4. 2008.
2. Попова Р.Ю. Маркетинг, реклама и информация в туризме. Учебное пособие Издательство "Инфра-М" -М. 2001г.318с.
3. Березин И.С., Качалов И.В., План "Б". Новые антикризисные стратегии. Издательство «Фон-тайн»-М. 2009г.133с.

ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ КРИЗИСА, ЕГО ДИНАМИКА

Овсейко А. Н. студент

Томский политехнический университет
Научный руководитель: Еремин В. В., к.э.н., доцент

Кризисы неизбежны: регулярные, закономерно повторяющиеся кризисы являются непременной фазой циклического развития любой системы. Они начинаются тогда, когда потенциал развития главных элементов преобладающей системы уже в основном исчерпан и в то же время родились и начинают борьбу элементы новой системы, представляющей будущий цикл. В этот период надсистема, по классификации А.А. Богданова, становится дезорганизованной, эффективность ее резко падает, поскольку элементы старой и новой систем, противоборствуя друг с другом, погашают часть общей энергии. Кризис создает предпосылки для трансформации системы – либо перехода ее в новое качественное состояние, либо гибели, распада и замены новой, более эффективной системой.

Можно показать место кризиса в циклической ритмике на примере колебаний общественного воспроизводства. В динамике воспроизводства как надсистемы можно выделить периодически повторяющиеся фазы цикла: стабильного развития, завершающегося кризисом; падения производства и ухудшения экономических показателей, разрушения или частичная трансформация устаревших элементов системы; депрессии — недолгого равновесия старой и новой систем, когда экономическая конъюнктура уже не ухудшается, но и еще не улучшается; оживления - начала ускоренного распространения элементов новой системы, расширения производства, уменьшения безработицы, улучше-

ния показателей барометра экономической динамики; стремительного подъема, торжества нового цикла, который постепенно становится преобладающим, нормальным и вместе с тем перестает быть новым; периода относительной стабильности, верхнего устойчивого равновесия (фаза, которая в исследованиях промышленного цикла обычно опускается); он завершается очередным кризисом, предпосылки которого вызревают на предыдущей фазе.

Амплитуда колебаний, глубина кризисов меняются, зависят от взаимодействия циклов разной продолжительности.

Функции кризиса.

Кризисы прогрессивны, при всей их болезненности. Кризис выполняет в динамике волнообразного, противоречивого движения систем три важнейшие функции:

- резкого ослабления и устранения (либо качественного преобразования) устаревших элементов господствующей, преобладающей, но уже исчерпавшей свой потенциал системы – разрушительная функция;
- расчистку дороги для утверждения первоначально слабых элементов новой системы, будущего цикла – созидательная функция;
- испытание на прочность и передача в наследство тех элементов системы (обычно это одновременно сохраняющиеся элементы надсистемы и суперсистемы), которые аккумулируются, накапливаются, переходят в будущее (иногда частично модифицируясь) – наследственная функция.

Следовательно, кризис, при всей его болезненности, — необходимый элемент прогресса.

Динамика кризиса.

Кризис переживает несколько стадий в своей динамике:

- латентный, скрытый период, когда его предпосылки назревают, но еще не прорываются наружу; этот период совпадает с завершающим этапом фазы стабильного развития (зрелости) уходящего цикла и началом рождения в его недрах последующего цикла;
- период обвала, взрыва, стремительного обострения всех противоречий, резкого ухудшения всех показателей динамики количественно преобладающей, но уже обреченной системы, а заодно и надсистемы. В этот период набирают силу, открыто проявляются и вступают в борьбу элементы следующей системы, представляющей будущее. Нарушается устойчивость и возрастает альтернативность вариантов развития надсистемы. Возможны и зигзаги, отступления, задержки в выходе из кризиса;
- период смягчения кризиса, создания предпосылок для его преодоления, перехода к фазе депрессии, обеспечивающей временное равновесие (на нижнем уровне) между потерявшей свою былую силу системой и утвердившейся, показавшей свою силу новой, которая на фазе оживления (когда кризис и депрессия уже позади) становится господствующей, преобладающей и готовится к новому скачку своего подъема, расцвета.

Длительность этих периодов, как и самого кризиса, неодинакова, исход нельзя считать заранее точно предопределенным. Как и во всякой борьбе, возможны варианты, - но на общем пути прогресса.

Кризисы всеобщы, они присущи любой системе в живой и неживой природе, в обществе, ибо без циклов нет развития, а без развития система мертва (абсолютно мертвых, стационарно неизменных систем практически нет). И в то же время нет двух абсолютно идентичных кризисов: каждый из них индивидуален, неповторим, имеет свой набор причин и факторов, свои ни с чем не схожие черты. Но это положение не абсолютно, не найти двух кризисов, в которых не обнаруживается сходство тех или иных черт. Это дает основание для типологии кризисов, их классификации по тому или иному основанию (критерию).

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ: КАК УМЕНЬШИТЬ ДОЛГОВУЮ НАГРУЗКУ НА ПРЕДПРИЯТИЕ

Осипов И. П., студент

Томский политехнический университет
Научный руководитель: Еремин В. В., к.э.н., доцент

Уже несколько лет подряд особое внимание уделяется проблеме реструктуризации задолженности предприятий: разработано большое количество схем и механизмов, предусматривающих сроки, методы и формы проведения данного мероприятия.

Реструктуризация задолженности - это процесс подготовки и исполнения ряда последовательных сделок между предприятием и его кредиторами (в том числе и государством) и дебиторами. Предприятие стремится получить различного рода уступки со стороны кредиторов, предлагая взамен либо активы, либо всевозможные соглашения, которые значительно увеличивают вероятность платежей по задолженности. Уступки кредиторов могут включать сокращение общей суммы задолженности, освобождение от уплаты процентов, сокращение процентной ставки, отсрочки платежа и т.д.

Иностранные компании одна за другой реструктурируют долги, чтобы уменьшить ежемесячные платежи по кредитам. Американский автопроизводитель Ford Motor, российский медиахолдинг «РБК Информационные системы», агрокомпания «Агрика» и многие другие фирмы по всему миру планируют конвертировать часть долгов в акции. Российский алюминиевый гигант РусАл обратился к правительству РФ с просьбой предоставить госгарантии по отсрочке выплаты банковских займов на несколько месяцев.

Эффективность реструктуризации во многом зависит от применяемой методологии и последовательности в реализации выбранной стратегии поведения по отношению к клиентам, поставщикам и государству.

Самые распространенные методы реструктуризации банковского займа – отсрочка платежей по телу кредита (кредитные каникулы) и увеличение срока кредитования (пролонгация). Иногда кредиторы соглашаются изменить процентную ставку по ссуде. Банк-кредитор может предложить заемщику, например, ежеквартально пересматривать процентную ставку – в зависимости от текущих финансовых показателей компании. В этом случае заемщику необходимо регулярно предоставлять банку отчетность, для того чтобы финучреждение могло оценить платежеспособность должника и изменить условия кредитования. Если банк соглашается временно снизить процентную ставку по кредиту, в будущем заемщику придется платить по ссуде намного больше, чем до реструктуризации, – дабы возместить недополученную банком прибыль.

Получить отсрочку можно и по облигационным выплатам. Эмитент долговых бумаг может попросить держателей бондов отсрочить погашение облигаций или выплату купона, уменьшить купонный доход, изменить периодичность выплаты купона либо сделать все вместе. Метод отсрочки выплат по облигациям использовали, например, украинские компании «Киевмедпрепарат» и «Сити-ком»: фирмы не смогли вовремя погасить очередной платеж по бондам, а потому предложили держателям бондов продлить срок погашения займа.

Еще один популярный метод реструктуризации кредита – взаимозачет кредита и облигаций компании-кредитора (например, банка). Должник покупает облигации кредитора на вторичном рынке по цене ниже номинала (сегодня практически все бонды котируются со скидкой к номиналу) и предъявляет их эмитенту, выдавшему заемщику кредит. Компания, предоставившая ссуду, может согласиться провести взаимозачет: она не платит по облигациям, а заемщик не погашает кредит. Для последнего такая схема выгодна в том случае, если он приобрел облигации кредитора на сумму, меньшую его собственной задолженности перед эмитентом: так он экономит деньги на погашении займа.

Экономия для заемщика при взаимозачете посредством облигаций – от 3 % до 40 % суммы долга. Однако такая операция – довольно рискованное мероприятие. Банк может не согласиться провести взаимозачет и при этом оказаться неспособным погасить облигации вовремя. В результате заемщик останется должен банку да еще с непогашенными облигациями на руках. А если, потратив деньги на покупку облигаций, заемщик не сможет погашать кредит, финструктура может изъять у него залоговое имущество.

Вид реструктуризации	Плюсы	Минусы
Кредитные каникулы	Временное уменьшение долговой нагрузки	Увеличение суммы переплаты по кредиту в целом
Пролонгация кредита	Временное уменьшение долговой нагрузки	Увеличение суммы переплаты по кредиту в целом
Временное снижение процентной ставки	Временное уменьшение долговой нагрузки	Увеличение суммы переплаты по кредиту в целом. Необходимо регулярно предоставлять банку финансовую отчетность компании
Изменение условий выпуска облигаций	Временное уменьшение долговой нагрузки	Отказ инвесторов от новых условий. Увеличение суммы переплаты по облигациям
Обмен долгов на акциях	Уменьшение долговой нагрузки	Возможна потеря контроля над компанией. При этом инвестор, как правило, оценивает пакет акций должника гораздо дешевле рыночной стоимости
Взаимозачет встречных требований	Уменьшение долговой нагрузки	Отказ кредиторов проводить взаимозачет
Выкуп долга с дисконтом	Уменьшение долговой нагрузки	Отсутствие свободных средств для выкупа долгов. Нежелание кредитора продавать ссуду с дисконтом

Главная задача реструктуризации долгов не просто отсрочить выплаты по кредиту, а сохранить обремененный кредитами бизнес.

При реструктуризации учитываются финансовые показатели компании-должника (регулярность денежных поступлений, доходы и расходы компании, будущие денежные потоки), текущая рыночная стоимость бизнеса, а также перспективы соответствующей отрасли. При проведении переговоров с кредитором о реструктуризации долга заемщику необходимо доказать свою платежеспособность в будущем: требуется убедить кредитора в том, что если не сейчас, то спустя некоторое время компания погасит заем в срок и в полном объеме. «Для этого компании необходимо рассчитать будущие денежные потоки и предоставить кредитору подробный план финансовых поступлений и их источников в будущем. Возможно, потребуются составить бизнес-план — если компания планирует изменить стратегию бизнеса или заняться новым для себя делом.

Впрочем, убедить кредитора в жизнеспособности компании-должника для проведения реструктуризации мало. Заемщику необходимо учитывать планы кредитора: например, хочет ли он скорее вернуть деньги либо готов подождать. Сложно реструктуризировать долг, когда кредиторов несколько десятков, а то и сотен (как, например, в случае выпуска облигаций или еврооблигаций): приходится договариваться с каждым из держателей долговых бумаг.

Список используемой литературы:

1. Закон Российской Федерации "О несостоятельности (банкротстве)"
2. Абрамов Н.М., Бежевец А.А. Антикризисное управление: Учебно-методическое пособие. Барнаул, 2006г.
3. Жариков В.В., Жариков И.А., Евсейчев А.И. Антикризисное управление предприятием. Учебное пособие. Тамбов 2009г.
4. Кован С.Е., Мокрова Л.П., Ряховская А.Н. Теория антикризисного управления предприятием. КноРус, 2009 г.

СТРАТЕГИИ, МЕТОДЫ И ПРОЕКТЫ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Павленко А. Н., ассистент

Томский политехнический университет

E-mail: pan2008@inbox.ru

Научный руководитель: Еремин В. В., к.э.н., доцент

Конкретные мероприятия реструктуризации, направленные на развитие предприятия выбираются в зависимости от того, какую из конкурентных стратегий реализует предприятие. Реструктуризация предприятия проводится в соответствии с определенной стратегией основанной на разработанном проекте.

Гогинашвили А.Е. выделяет следующие стратегии развития предприятия и характерные для данных стратегий проекты реструктуризации [1]:

– Стратегия развития и укрупнения: рост активов предприятия; горизонтальная и вертикальная интеграция; поглощение, захваты, слияния; образование концернов, холдингов, консорциумов, расширение кооперирования.

– Стратегия диверсификации: расширение производства в целом; расширение ассортимента продукции за счет внедрения технологий; расширение ассортимента продукции за счет освоения новых производств;

– Конкурентная стратегия: увеличение доли на рынке за счет поглощения или слияния с другими участниками рынка; выход на новые рынки; укрепление рыночных позиций;

– Стратегия стоимостного лидерства: уменьшение затрат; отторжение лишнего (продажа или ликвидация нерентабельных и не перспективных производств);

– Стратегия фокусирования: углубление специализации;

– Стратегия сокращения: выход из объединений и альянсов предприятий; распродажа ненужных активов предприятия; сокращение персонала и т.д.

Новая экономика требует стратегического планирования деятельности предприятия, а в свою очередь стратегия развития предприятия определяет стратегию проектирования реструктуризации.

Под проектом реструктуризации следует понимать совокупность мероприятий по комплексному проведению условий функционирования компании в соответствие с изменяющимися условиями рынка и выработанной стратегией ее развития.

Проект реструктуризации является высокоэффективным рыночным инструментом повышения конкурентоспособности предприятий, и осуществляется силами специально подготовленных команд специалистов предприятий с участием консультантов.

В связи с различным финансово-экономическим положением, спецификой деятельности, стратегическими целями и задачами предприятий все проекты по реструктуризации являются уникальными и предназначены для реализации только на данном предприятии.

Реструктуризация, как любой инвестиционный проект, осуществляется поэтапно. На первом этапе проводится комплексная диагностика, по результатам которой принимается решение о конкретном наборе мероприятий и работ, связанных с преобразованием (реализация проектов реструктуризации начинается с анализа внешней и внутренней среды предприятия).

Разработать проект реструктуризации значит определить пути по решению выявленных проблем. Это важный этап реструктуризации.

На этом этапе разрабатываются следующие направления реструктуризации:

- совершенствование организационной структуры;
- совершенствование функций и бизнес-процессов;
- совершенствование финансово-экономической деятельности.

Результатом проекта реструктуризации является бизнес-план. В бизнес-плане отражаются:

- проект изменения структуры, мощностей, финансов предприятия;
- проект развития;
- затраты на реструктуризацию;
- график проведения мероприятий;
- эффективность реструктуризации;
- риски проведения реструктуризации.

Следующий этап реструктуризации - реализация бизнес-плана на практике: детализация планов; информирование и обучение персонала; реформирование организационной структуры; внедрение новых функций и бизнес-процессов; финансовая и производственная реструктуризация.

Завершающим этапом реструктуризации является контроль за проведением реструктуризации и анализ полученных результатов, корректирующие действия.

Реализация проектов реструктуризации, выбранных в зависимости от стратегий развития предприятия, осуществляются с помощью методов реструктуризации. Отечественные и западные экономисты предлагают ряд методов реструктуризации.

Юджин Брингхем и Люис Гапенски выделяют следующие методы реструктуризации: слияние, поглощение, дробление. Данные методы реализуются путем продажи действующего подразделения другой фирме, путем отпочкования, т.е. преобразования подразделения в отдельное юридическое лицо с отделением частей акций на пропорциональной основе и путем прямой ликвидации активов [2]. В российской практике подобные операции объединяются определением реорганизация, описанном в Гражданском кодексе, и отражают лишь одну сторону процессов реструктуризации – смену организационно-правовой формы, смену собственников, т.е. «внешней оболочки» предприятия.

Гилсон Ст. выдвигает свои методы реструктуризации:

- реструктуризация долга: банкротство, не подлежащая обсуждению; бесспорная реструктуризация; ликвидация;
- реструктуризация капитала: дробление ; выделение дочерней компании в самостоятельное подразделение с последующей эмиссией акций (equity carve-outs); частичное размещение акций ; разделение; распад;
- реструктуризация рабочих контрактов: увольнение из-за отсутствия работы; временное увольнение); выплата договоренной компенсации ; добровольный досрочный выход на пенсию [3].

Стюарт Дж. Беннетт декларирует следующие направления реструктуризации: вертикальная реструктуризация, горизонтальная реструктуризация, корпоративная реструктуризация [4].

Вертикальная реструктуризация изменяет конфигурацию активов и деятельности компании без предоставления полной свободы действий.

Методами такой реструктуризации являются:

- продажа оборудования с получением его обратно в аренду ;
- финансирование с помощью ценных бумаг;
- франчайзинг;
- выполнение работ по субконтракту, вертикальная дезинтеграция.

Горизонтальная реструктуризация может увеличить стоимость бизнес-единиц следующим образом:

- приобретение или совместный бизнес, предложение дополнительных акций
- продажа бизнес-единицы, разделение компании на несколько независимых друг от друг компаний, ликвидация отдельных сегментов бизнеса.

Корпоративная реструктуризация осуществляется путем изменения собственности в рамках родительской компании . Методами корпоративной реструктуризации являются:

- новые формы долга или капитала;
- обращение к сотрудничеству;
- продажа акций;
- наделение сотрудников акциями за счет заемных средств;
- выкуп части компании или выкуп компании полностью;
- стратегическое слияние или полная продажа;
- полная ликвидация или дробление акций.

Необходимо отметить, что в среди методов, предлагаемых западными авторами есть ряд методов, которые могут применяться только в западной практике, что связано со спецификой законодательной и иной нормативно-правовой базы.

В отличие от предыдущих авторов Гилсон Ст., Стюарт Дж. Беннетт рассматривают методы реструктуризации более широко, включая в состав не только изменение «внешней оболочки», но и внутреннего содержимого предприятия. Эти авторы разбивают процесс реструктуризации на структурные и функциональные блоки, внутри которых формируется группа методов и инструментов реструктуризации.

Другим путем пошли отечественные экономисты И. И. Мазур и В. Д. Шапиро. Они предложили свои методы реструктуризации в соответствии с принципом целеполагания реструктуризации[5]:

– реинжиниринг бизнес-процессов - метод кардинальной перестройки бизнес-процессов в целях достижения качественно иного, более высокого уровня показателей производственно-хозяйственной деятельности предприятия; используя как комплексное средство реорганизации предприятия или отдельных его организационных единиц;

– ABC/ABM - методология - совокупность методов стоимостного анализа бизнес-процессов, цепочек создания стоимости, отдельных организационно-структурных единиц, а также методов повышения экономической эффективности процессов управления - используется как аналитическое средство, а также средство повышения экономической эффективности процессов и организационных единиц;

– методы точно в срок - совокупность методов повышения качества работ и обслуживания - применяются для повышения качества и эффективности производственной деятельности и оптимизации взаимоотношений с поставщиками, подрядчиками и заказчиками; методология всеобщего управления качеством – совокупность методов управления предприятием, основным целевым параметром которых является качество; методы управления знанием - междисциплинарное направление науки и практики, реализующееся в конкретных бизнес предложениях, направленных на повышение эффективности процессов приобретения и использования знаний - применяются на стыке информационных технологий, управления персоналом, управление бизнес-процессами;

– методологии компьютерных информационных технологий — позволяют принципиально изменить управленческие процессы и информационное обеспечение бизнес-процессов.

С. В. Валдайцев обозначает исходным пунктом трансформационной деятельности «объект реструктуризации», обозначает направления реструктуризации - реструктуризацию долга, реструктуризацию активов. Таким образом, выделяет следующие методы в рамках названных направлений:

- реорганизация: дробление, слияние, поглощение, банкротство;
- реструктуризация долга: отсрочка долга; рассрочка кредиторской задолженности; конвертация долга; продажа долговых обязательств; покупка долгов; взаимозачет;
- реструктуризация активов: продажа избыточных активов; приобретение имущества, необходимого для освоения новой продукции взамен продажи активов, которые были не нужны для выпуска снимаемых с производства изделий; изменение соотношения между реальными и финансовыми активами предприятия вследствие замещения одних из них на другие; прочее [6].

М. Д. Аистова ранжирует методы реструктуризации исходя из критерия «охвата» и в зависимости от выбранных стратегий расширения или сокращения бизнеса: стратегия расширение бизнеса: слияние; присоединение; покупка имущества; аренда имущества; лизинг имущества; приватизация; стратегия сокращение бизнеса: разделение; выделение; продажа имущества; сокращение собственного капитала; сдача имущества в аренду; сокращение собственного капитала; сдача имущества в аренду; создание дочернего предприятия; безвозмездная передача активов; передача имущества в зачет обязательств; консервация имущества; ликвидация предприятия [6].

Дробление предприятия связано с выделением из его состава в качестве подконтрольных, но оперативно самостоятельных юридических лиц (дочерних предприятий, фирм) бывших подразделений и/или структурных единиц, которые до сих пор специализировались на определенных продуктах (т.е. имели предметную специализацию). Экономически целесообразно выделять в отдельные имеющие самостоятельный баланс предприятия те «дивизионы» («центры прибыли»), которые специализируются на коммерчески перспективных продуктах. По этим продуктам оформляются технико-экономические обоснования и бизнес-планы освоения соответствующих технологических новшеств, что повышает шансы привлечения к таким инвестиционным проектам внешних инвесторов.

В зависимости от содержания процесса реструктуризации Белых Л. П. И Федотова М. А. выдвигают оперативную реструктуризацию и стратегическую реструктуризацию [7].

Оперативная реструктуризация приводит к улучшению общего положения предприятия в краткосрочном периоде за счет мер, направленных на обеспечение его надежности по отношению к внешним источникам финансирования, рационализации управления потоками денежных средств, снижения себестоимости посредством устранения чрезмерных затрат и потерь, оптимизации номенклатуры выпускаемой продукции и т. п.

Результатами оперативной реструктуризации являются:

- улучшение ликвидности за счет сокращения инвестиций, уменьшения товарно-материальных ценностей, сокращение дебиторской задолженности, реализации излишних активов;
- улучшение результатов производственной деятельности, т. е. ускорение оборачиваемости товарно-материальных затрат и затрат на содержание персонала;

- изменение структуры привлеченного капитала, которое при качественном управлении способствует росту ставки доходности на собственный капитал;
- восстановление платежеспособности и рост рентабельности производства.

Следствием стратегической реструктуризации является эффективное функционирование предприятия в долгосрочном периоде. Она реализуется через меры по финансовой реструктуризации и инвестированию в технологические и продуктовые инновации. Для этого формируются:

- цели и направления реструктуризации;
- порядок и критерии принятия решений о реструктуризации;
- способы реструктуризации;
- средства, необходимые для проведения реструктуризации, и механизм ее финансирования;
- сроки реструктуризации.

Результатом успешного проведения стратегической реструктуризации является возросший поток чистой текущей стоимости будущих доходов, рост конкурентоспособности в долгосрочном периоде и рост рыночной стоимости собственного капитала.

Рассматривая методы реструктуризации несостоятельных предприятий, необходимо отметить, что во-первых, выбор метода во многом зависит от стадии и глубины кризиса. В соответствии с законодательством о несостоятельности (банкротстве) в отношении предприятия должника используются следующие процедуры банкротства: внешнее наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление, конкурсное производство и мировое соглашение. Так вот в зависимости от выбранной процедуры банкротства, будут меняться и применяемые. Обобщенно методы реструктуризации в соответствии с видами процедур банкротства можно разделить на три составляющие:

- реорганизационные (реструктуризационные) методы;
- ликвидационные методы;
- методы мирового соглашения.

Главным проблемным звеном несостоятельных предприятий является их неплатежеспособность и неликвидность. Поэтому основной упор методов реструктуризации несостоятельных предприятий делается на устранения данного положения. Поэтому одним из основных направлений реструктуризации несостоятельных предприятий является реструктуризация обязательств.

Реструктуризация обязательств - изменение условий погашения обязательств с целью повышения экономической эффективности деятельности компаний, а также получение экономического эффекта от мероприятий по реструктуризации. В данном случае предприятие стремится получить различного рода уступки со стороны кредиторов, предлагая взамен либо активы, либо всевозможные соглашения, которые значительно увеличивают вероятность платежей по задолженности. Уступки кредиторов могут включать сокращение общей суммы задолженности, освобождение от уплаты процентов, сокращение процентной ставки, отсрочки платежа и т. д. Соглашение между предприятием и кредитором может рассматриваться как одна из форм реструктуризации - реструктуризация задолженности. Она заключается в: рассрочке кредиторской задолженности;

- конвертации долга; продаже долговых обязательств; списании задолженности
- погашении задолженности посредством передачи кредитору имущества должника; покупке долгов; взаимозачете.

Использование отсрочки и рассрочки платежей позволяет уменьшить платежную нагрузку в связи с платежами по обслуживанию кредиторской задолженности предприятия, хотя и не приводит к уменьшению как таковой кредиторской задолженности (отношение обязательств к сумме активов организации), а лишь способствует увеличению денежных потоков предприятия в текущем и ближайших календарных периодах. Отсрочка или рассрочка платежей по кредиторской задолженности фактически представляет собой получение дополнительного заемного финансирования необходимых для повышения стоимости проектов компании.

Реструктуризация кредиторской задолженности предполагает согласование и пересмотр с кредиторами каждого отдельного кредитного соглашения, в том числе договоров - купли-продажи, поставки, лизинга и подряда, по которым организация заказывала ещё не полностью оплаченные или подлежащие оплате в ближайшем будущем товары и услуги или несет обязательства по регулярным платежам.

Финансовый смысл реструктуризации кредиторской задолженности посредством отсрочки долга, с позиции кредитора, заключается в том, что для него текущая стоимость более ненадежных поступлений по нереструктуризованному долгу должна быть равна текущей стоимости более на-

дежных поступлений по реструктуризованному долгу, если высвобождаемые в результате реструктуризации средства будут (согласно обоснованному бизнес-плану финансового оздоровления предприятия) использованы рационально и позволят заемщику заработать реальные доходы, которые можно будет направить на погашение отсроченного долга.

Заемщик и кредитор в состоянии добиться выполнения уравнения финансовой эквивалентности при разных сочетаниях параметров. По этим же параметрам они могут выявлять разные допустимые варианты реструктуризации кредиторской задолженности. Российское законодательство оставляет большой простор для творчества в моделировании схем реструктуризации капитала. По мере роста квалификации заинтересованных в реструктуризации активов предприятия требования к правовой чистоте технологий и схем реструктуризации будут лишь возрастать.

Следует отметить, что законодательная база управления состоятельными и несостоятельными предприятиями, а значит и реструктуризации, в России продолжает формироваться. Основным отличием и несостыковкой с зарубежной сущностью реструктуризации является отсутствие в современном российском законодательстве понятия «бизнес», предприятия рассматриваются как имущественные комплексы, и, соответственно, юридически объектом реструктуризации не является бизнес, как таковой, хотя фактически, с позиций мировой практики именно бизнес, чаще всего выступает объектом реструктуризации.

Успешное проведение реструктуризации предприятия предполагает сбалансированный учет интересов менеджеров, акционеров, кредиторов, а иногда - региональных властей и инвесторов. Степень уступок заинтересованным лицам и минимизация затрат на её проведение зависят от эффективности работы и профессионализма команды, осуществляющей преобразование.

Правильная оценка этих интересов позволит снизить до известной степени риск полного блокирования действий менеджеров и акционеров предприятия по реструктуризации и выбрать соответствующие ситуации стратегию и методы реструктуризации.

Список используемой литературы:

1. Гогинашвили А.Е. Реструктуризация как фактор эффективного развития производственного комплекса. Дис. на соискание уч. Степени канд. экон.наук М.2006. – 210с.
2. Антикризисное управление: от банкротства к финансовому оздоровлению, под ред. ИВАНОВА Г. - М.: Закон и право, 2002.
3. Антикризисное управление, под ред. Короткова Э.М. - М.: Инфра-М,2000.С192
4. Антикризисное управление, под ред. Минаева Э.С. - М.: Приор, 2003 г. – 352с.
5. Антикризисное управление, Уткин Э.А. -М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство Экмос, 2003.
6. Аистова М.Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям. – М.: Альбина Паблишер, 2002. – 287с.
7. Базаров Г.Э., Беляев С.Г. Теория и практика антикризисного управления: Учеб. Для вузов ~М.: Закон и право. ЮПИТИ, 2004.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ КАК ОБЪЕКТОМ ОЦЕНКИ

Петроченко Е. Н., студентка; Кащук И. В., доцент

Томский Политехнический Университет

E-mail: En_p@sibmail.com

Фактическими источниками любой прибыли хозяйствующих субъектов является эффективные решения (технические, управленческие, экономические), эффективное взаимодействие элементов систем управления. В настоящее время единого подхода к оценке эффективности управления предприятием не существует. Ввиду того, что на практике размерность оценок достаточно велика, а количественные сравнения параметров управляемого объекта- предприятия зачастую провести невозможно, оценить все аспекты управления не удастся. Поэтому в ряде случаев оценка эффективности управления ограничивается анализом финансово-экономического состояния предприятия.

Таким образом, современная теория управления приходит к необходимости, во-первых, согласования показателей эффективности управления с показателями эффективности и производительности

сти предприятия; во-вторых, к необходимости учета многостороннего воздействия управления на предприятие, используя набор дополнительных критериев.

Современная система управления предприятием и его эффективности рассматривается на трех уровнях:

- как органическая часть более высокой системы;
- как самостоятельная целостная система;
- как сосредоточие компонентов, входящих в эту систему, с присущими им специфическими свойствами.

В этом случае эффективность управления на первом уровне может быть выражена через результативность деятельности фирмы, так как результат деятельности по управлению проявляется опосредованно через результаты всей организации, во взаимоотношениях ее с внешней средой.

На втором уровне эффективность системы управления выражается через характеристики ее способности к самостоятельному действию, т.е. к разрешению непосредственно стоящих перед ней задач и достижения поставленных целей.

На третьем уровне выделяется эффективность действия составляющих системы. Именно здесь могут быть рассмотрены в конкретных формах функционирование сил и средств, входящих в систему как в технико-организационном, так и в социально-психологическом плане. Практически эффективность третьего уровня может быть сведена к эффективности управленческого труда и его средств.

Современный системный подход предприятия с точки зрения ее эффективности включает многосторонний учет социальных и экологических последствий производственной деятельности, влиянию производимой продукции или услуг на потребителя и т.д.

Анализ научных разработок показывает, что авторы постоянно пытались найти критерий оценки эффективности.

1939 г. Бернар утверждал, что для выживания организации существенно желание сотрудничать, способность налаживать общение, существование и одобрение цели.

В 1954 г. Питер Друкер охарактеризовал 7 ключевых факторов успеха, которые для достижения эффективности предприятие должно отслеживать. Это:

- удовлетворение спроса со стороны потребителя;
- социальная ответственность;
- результативность работников, эффективность руководства;
- внутренняя производительность;
- настроение персонала, подготовка руководителей;
- операционная смета;
- нововведения.

В 1986 г. Питерс и Уотермен в книге "В поисках эффективного управления" выявили 8 факторов, которые характеризуют образцовые фирмы США: верность своему делу (изучение особенностей продукции); ориентация на действие, лицом к потребителю; связь с жизнью; ценностное руководство (традицию близости к производству), простота формы, скромный штат управления, производительность каждого человека (отношение к человеку как к источнику качества и производительности); свобода и жесткость одновременно (в организационной структуре сочетают централизованную и децентрализованную жесткость в отношении важных вещей, лояльность в остальном); самостоятельность и предприимчивость.

Обобщив эти исследования Д.Скотт Синк в 1989 г. называет 7 основных факторов эффективности: действенность, экономичность, качество, производительность, качество трудовой жизни, прибыльность, нововведения.

Существующие исследования процесса управления ограничиваются оценками результатов деятельности при данной организации управления. Именно для того, чтобы можно было указать на возможности по улучшению эффективности управления необходимо анализировать все стадии принятия решения - основы процесса управления. Нельзя забывать о внутренних и внешних факторах, таких как: экономические, научно-технические, организационно-производственные, социальные, экологические и других, которые оказывают влияние на принятие конкретных решений. Некоторые из них не контролируются фирмой, но оказывают значительное влияние на ее производственную и экономическую деятельность. Это внешние факторы, основные из которых связаны с воздействием рынка. Так, спрос, возможности конкурентов в выпуске аналогичной продукции, условия поставщиков сырья, материалов, комплектующих изделий определяют экономическое положение фирмы. В социальном плане необходимо учитывать факторы, связанные с рынком труда. В области экологии - законодательные и нормативные, экологические требования.

Определенное влияние на производственную деятельность предприятия оказывают факторы государственного и муниципального воздействия в части законодательных условий их деятельности. В социальном и экономическом плане основными внутренними факторами являются объемы затрат на оплату и улучшение условий труда, подготовку и удовлетворение социальных потребностей персонала.

Перечисленные внешние и внутренние факторы в зависимости от конкретных условий и особенностей функционирования предприятия могут быть уточнены, дополнены, детализированы, определяться объемами в рублях, в количестве (числе) единиц, коэффициентами (отношениями), долями (процентами) и другими показателями.

Любая система управления содержит следующие функции управления предприятием: функция организации, мотивации, планирования, нормирования, координации, регулирования, контроля. Функции управления характеризуют разделение, специализацию труда в сфере управления и определяют основные стадии реализации воздействий на отношения людей в процессе производства.

Оценка стоимости системы управления или ее влияния на стоимость всего предприятия в целом – области, не затронутые пока теорией и практикой оценки у нас в стране, так как сферу управления, до сих пор не рассматривали отдельно от самого предприятия, от его имущественного комплекса и прочих факторов. Большинство работ в этой области посвящены вопросам определения эффективности системы управления, структуры аппарата управления.

Объектом оценки может быть система управления. Особенность оценки системы управления кроется в самом понятии системы – она имеет ценность только как целостное образование. Все методы, действующие в теории и практике оценки, используются применительно к объектам собственности. Система управления как таковая, объектом собственности не является, она неотделима от самого предприятия, т.е. не является объектом каких-либо операций отдельно от производственных мощностей, кадров, и прочих материальных ресурсов, информации.

Тем не менее, некоторые операции можно производить с элементами системы управления, такими как техническое обеспечение управления, кадровое, информационное. При этом необходимо учитывать, что любые изменения элементов системы управления повлекут за собой изменения их взаимосвязей, а, значит, и самой системы.

Если система управления не приносит дохода собственнику (предприятию), она теряет для него свою полезность и подлежит реформированию. Трудность состоит в том, что в настоящее время нет методов, позволяющих определить, какую роль играет эффективная организация деятельности предприятия (фактически, система управления) в получении дохода, а в конечном итоге – в определении стоимости предприятия.

Подходы к оценке, которые используются в настоящее время на практике, можно систематизировать следующим образом: сравнительный подход, затратный подход, доходный подход.

Все подходы, используемые в оценке, можно применять в случае определения стоимости системы управления и влияния ее на стоимость всего предприятия. Их можно расположить в порядке предпочтения и в соответствии с этим присвоить весовые коэффициенты при согласовании результатов оценки: методы затратного подхода, методы доходного подхода, методы сравнительного подхода.

Список используемой литературы:

1. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория анализа хозяйственной деятельности: Учебник. – 4 –е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 203с.
2. Григорьев В.В., Островкин И.М. Оценка предприятий: Имущественный подход: Учеб.-практ. Пособие - М.: Дело, 2007. -152с.
3. Ищенко Е.Г. Внешнеэкономическая деятельность предприятий. Новосибирск: Сибирь, 2002. – 352 с.
4. Трифилова А.А. Оценка инновационной активности предприятия // Инновации. 2003. № 10. с. 54-56.

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕСА: ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОБ ИНДИВИДУАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕ И ЮРИДИЧЕСКОМ ЛИЦЕ

Прохоренко В. Д., студентка

Томский Политехнический Университет

E-mail: victory6n@mail.ru

Научный руководитель: Кашук И. В., к.т.н., доцент

Одним из ключевых в гражданском и предпринимательском праве является понятие предпринимательская деятельность, которое имеет общее значение для индивидуальных предпринимателей (физических лиц) и коллективных предпринимателей (юридических лиц). Участниками регулируемых гражданским кодексом отношений являются граждане и юридические лица. А также, в отношениях могут принимать участие Российская Федерация, субъекты Российской Федерации и муниципальные образования. Но, ГК, не являясь специальным правовым актом в области предпринимательской деятельности, не учитывает многогранность и своеобразность предпринимательской деятельности. Он характеризует коллективных субъектов предпринимательской деятельности лишь через призму юридического лица, а это не позволяет в полном объеме раскрыть правосубъектность предприятия. Этому не способствует и статус индивидуальных предпринимателей, хоть и приравненный к статусу юридических лиц — коммерческих организаций, но определенный в ГК недостаточно четко и подробно.

«Под предпринимательской деятельностью понимается самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке» (ГК РФ).

Следует обратить внимание на то, что физические лица и коммерческие организации по общему правилу, участвуют в предпринимательской деятельности на равных правовых условиях. Таким образом, согласно определению, существует ряд отличительных признаков предпринимательства:

- самостоятельность осуществления предпринимательской деятельности.
- предприниматель действует на свой риск.
- предпринимательская деятельность всегда имеет целью систематическое получение прибыли.
- легальность предпринимательской деятельности.

Иногда недостаточно только факта государственной регистрации лица в качестве предпринимателя. И прежде чем приступить к осуществлению некоторых видов деятельности, являющихся лицензируемыми, предприниматель должен получить соответствующую лицензию (специальное разрешение) в уполномоченном на ведение лицензионной деятельности органе.

Ответственность за незаконное предпринимательство наступает в зависимости от степени общественной опасности и размера причиненного ущерба данное правонарушение влечет административную или же уголовную ответственность.

Предусмотрена *административная ответственность* за осуществление предпринимательской деятельности: без государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя или юридического лица; без специального разрешения (лицензии), если такое разрешение (лицензия) обязательно; с нарушением условий, предусмотренных специальным разрешением. Если эти деяния не причинили крупного ущерба гражданам, организациям или государству и связаны с извлечением дохода, не превышающего 200 МРОТ.

Уголовная ответственность наступает, если предпринимательская деятельность причинила крупный ущерб гражданам, организациям или государству либо сопряжена с извлечением дохода в крупном размере (превышающем 200 МРОТ), то это признается преступлением в сфере экономической деятельности.

ГК РФ регулирует слишком много отношений, и потому предпринимательские отношения регламентируются недостаточно четко, подробно. Чаще всего они привязаны к регулированию имущественных отношений, что приводит к искажению предпринимательско-правовых институтов. Кроме того, законодательство РФ перенасыщено мелкими статьями, являющимися своеобразными ссылками на другие отдельные законы или кодексы, что делает его сложным для восприятия и ино-

гда даже противоречивым и не обстоятельным. Теперь подробнее о видах предпринимательства, согласно ГК

Индивидуальными предпринимателями признаются дееспособные граждане, самостоятельно, на свой страх и риск и под свою личную имущественную ответственность осуществляющие предпринимательскую деятельность и зарегистрированные для этих целей в установленном порядке. После регистрации в качестве индивидуального предпринимателя гражданин не утрачивает всех тех прав и обязанностей, которые присущи физическому лицу, то есть может наследовать и завещать свое имущество, работать в государственных и частных организациях, заниматься любой законной деятельностью, если только эту должность или работу разрешено совмещать с предпринимательством.

Предпринимателю принадлежат права на защиту, неприкосновенности личной жизни, другие имущественные и личные неимущественные права, которыми наделены физические лица. Все сделки индивидуального предпринимателя, в основе которых лежит его отказ либо ограничение своей правоспособности или дееспособности, ничтожны. Таким образом, данная кому-либо индивидуальным предпринимателем расписка не заниматься каким-то видом деятельности либо завещать кому-нибудь свое имущество будет являться недействительной.

Ведение предпринимательской деятельности в качестве предпринимателя значительно проще в смысле финансового и налогового учета - ее можно вести и без специального бухгалтерского образования, не имея определенных навыков в этом вопросе. Индивидуальный предприниматель вправе использовать в своей деятельности труд других граждан, привлекая их на основе трудовых договоров и договоров гражданско-правового характера, однако он не может вести таким гражданам трудовые книжки. Дополнительно при найме на предпринимателя возлагается обязанность встать на учет в некоторые внебюджетные государственные фонды. Для индивидуальных предпринимателей установлен упрощенный режим налогообложения. Они приобретают годовой патент (если годовая выручка составит не более 100 000 МРОТ), стоимость которого перечисляется в соответствующий бюджет. Кроме того, индивидуальные предприниматели освобождены от уплаты налога на добавленную стоимость, налога с прибыли, налога с имущества и др. Что касается налога с продаж, то этот вопрос до сих пор остается открытым, активно ведутся споры о непоследовательности и нелогичности законодательства относительно него.

В отличие от юридических лиц, индивидуальный предприниматель имеет право на защиту не только деловой репутации, но и своей чести и достоинства, ему может быть компенсирован моральный вред (физические или нравственные страдания). Занятие предпринимательской деятельностью засчитывается в общий трудовой стаж (при условии уплаты соответствующих взносов).

"Минус" индивидуального предпринимателя - его ответственность, так как индивидуальная предпринимательская деятельность ведется гражданином на свой риск, и предприниматель по своим обязательствам отвечает, как физическое лицо, всем своим имуществом, движимым и недвижимым, в том числе и нажитым до начала осуществления предпринимательской деятельности. Поэтому с момента принятия арбитражным судом решения о признании индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии конкурсного производства, утрачивает силу государственная регистрация гражданина в качестве индивидуального предпринимателя, а также аннулируются выданные ему лицензии. Индивидуальный предприниматель, признанный банкротом, не может быть зарегистрирован в этом же качестве в течение года с момента признания его банкротом.

Юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, быть истцом и ответчиком в суде.

Юридические лица должны иметь самостоятельный баланс или смету. Коммерческие организации, за исключением унитарных предприятий и иных видов организаций, могут иметь гражданские права, необходимые для осуществления любых законных видов деятельности. Отдельными видами деятельности юридическое лицо может заниматься только на основании специального разрешения (лицензии).

Юридические лица могут существовать как с основной целью получения прибыли (коммерческие), так и без такой цели (некоммерческие). Допускается так же создание объединений коммерческих и (или) некоммерческих организаций в форме ассоциаций и союзов.

Юридическое лицо действует на основании устава, либо учредительного договора, либо обоих этих документов. Учредительный договор юридического лица заключается, а устав утверждается его учредителями (участниками). Предприятие может иметь представительства или филиалы, но они не

являются юридическими лицами. Они наделяются имуществом юридического лица, которое их создало, и действуют на основании утвержденных им положений.

Все юридические лица, кроме учреждений, отвечают по своим обязательствам всем принадлежащим им имуществом. Учредитель (участник) юридического лица или собственник его имущества не отвечают по обязательствам юридического лица, а юридическое лицо не отвечает по обязательствам учредителя (участника) или собственника. Ликвидация юридического лица влечет его прекращение без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам.

Юридическое лицо ликвидируется вследствие признания его несостоятельным (банкротом). Юридическое лицо прекращает существование после внесения об этом записи в единый государственный реестр юридических лиц.

Список используемой литературы:

1. Гражданский Кодекс РФ (статья 23,24, 48-65, 929);
2. ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности (статья17);
3. ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (статья 25, 214-216);
4. Прудников, Владимир Михайлович. Государственное регулирование предпринимательской деятельности: учебное пособие / В. М. Прудников. –2-е изд. –М.: Риор, 2008

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРАКТИКИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ТЕРРИТОРИЕЙ С УЧЕТОМ НОВОГО ПОДХОДА К РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ

Рощина Г. С., студент

Томский государственный университет

E-mail: Galina-roshchina@yandex.ru

Научный руководитель: Кащук И. В., к.т.н., доцент

Национальная идея должна быть доведена до каждой социальной группы, до каждого человека, быть понятной и приемлемой для всех российских народов. При этом необходимо учитывать индивидуальность как отдельного человека, так и многочисленных национальностей (народностей), проживающих на территории России. Очень сложно и невозможно в «обычных» условиях (а не в экстремальных, например, война, терроризм, природная или техногенная катастрофа) найти единственную идею, которая бы объединила разные социальные группы людей, став для каждой из них естественной на длительное время, а не на короткий отрезок времени, когда можно «поступить» собственными интересами во благо общих интересов, общей идеи. Государственная идея не совпадает полностью с национальной идеей, ведь кроме государства носителями собственных интересов являются национальности (народности), различные социальные группы, конкретные люди. Интересы всех носителей могут частично совпадать (в большей или меньшей степени), но при этом может оставаться/формироваться и собственная область интересов их носителей. Следовательно, общенациональная идея предполагает систематизированную иерархию согласованных частных идей, которые на каждом уровне являются реализацией общей национальной идеи.

В основу построения предлагаемой модели национальной идеи положен граневый подход, позволяющий полнее учесть сложность человека, многообразие форм его проявления в различных сферах жизнедеятельности. Пространственное отображение объекта позволяет получить о нём более полное, целостное представление. Учитывая, что на всех уровнях при реализации национальной идеи функционирует человек (меняются только функции, возложенные на него), то при построении модели национальной идеи следует исходить из потребностей человека. Национальная идея может быть достижима, только если будет согласовываться с непрерывно изменяющимися и растущими потребностями человека.

Для обеспечения баланса всех интересов предлагается выделение основных факторов, которые служат основанием многогранника модели национальной идеи (рис. 1). С одной стороны, без их учёта человек (национальность, социальная группа, страна в целом) не может полноценно существовать, а с другой стороны, эти же факторы непрерывно меняются сами (количественно и качественно) вместе с развитием самого человека (народности, национальности, страны в целом).



Рис. 1. Пространственная модель национальной идеи

Достоинством предлагаемого подхода является возможность изменения состава основных факторов и введения при необходимости новых, более полно и адекватно отражающих конкретно-исторические особенности. Данная концептуальная пространственная модель национальной идеи позволяет переходить к её различным конфигурациям (модификациям) в зависимости от специфики ситуации, объекта и/или субъекта.

Действие предложенных факторов можно изучать:

- 1) на плоскости (как часть многоугольника-основания);
- 2) по общим рёбрам в основании;

3) по «пространственным» рёбрам (между двумя соседними гранями). Это позволяет обеспечить единство подхода, учитывая влияние характеристик на человека и влияние этих же факторов на Россию. Данный многогранник можно разбить на уровни: наноуровень (нижний); микроуровень (например, предприятие, т.д.); мезоуровень (например, регион, сельское поселение, т.д.); макроуровень (страна), причём на каждом из них проецируются те же факторы, что позволяет обеспечивать единство предлагаемого подхода к формированию общей национальной идеи и её достижению.

Таким образом, данный подход, с одной стороны, позволяет сформулировать универсальную национальную идею, а, с другой стороны, обеспечить её дифференцированность (индивидуальную направленность на человека (национальность, народность, социальную группу), территорию (регион, сельское поселение, т.п.).

Более того, данная модель национальной идеи позволяет её применять и конкретному человеку в течение всей его жизни, по мере взросления, переходя от одной грани к другой, наиболее полно отражающей его устремления на конкретном «отрезке» жизненного пути. Тем самым, данный подход позволяет рассматривать национальную идею в динамике, а не в статике.

Визуализация национальной идеи и возможность определения в ней места каждому (национальности, человеку, социальной группе), понимание включенности собственного роста в развитие страны позволяет постоянно ощущать сопричастность к результатам. Предлагаемый подход позволяет каждому конкретному (а не абстрактному) человеку (народности, социальной группе) по-своему сформулировать для себя свою национальную идею, которая не противоречит, а соответствует национальным идеям каждого уровня многочисленных её носителей, интегрируясь в одну для всей единой России национальную идею.

Таким образом, предлагаемая пространственная модель национальной идеи позволяет не только наглядно представить национальную идею в виде вектора исторического развития, стержня («человек-Россия») на рис.1, но и показать средства её достижения, объединив взгляды и подходы различных партий и некоторые предлагаемые варианты национальных идей.

Данная модель национальной идеи позволяет визуально показать возможность достижения согласованности управления и самоуправления в процессе достижения национальной идеи как системы, состоящей из частных идей разного уровня, и что механизм её реализации не может быть сведён только к государственному регулированию. А это становится возможным только благодаря системам социального партнёрства и социальной ответственности, не ограничивающимся сферой трудовых отношений, а распространяющимися и на политическую сферу, и на социальную сферу, и в целом на экономику. Предлагаемая модель национальной идеи будет эффективно реализована, если каждый участник этого процесса на своём месте, в своих делах, своей жизни будет ориентирован на получение высоких результатов. В обществе должны быть созданы условия, чтобы каждый человек стремился оставить после себя достойный след в жизни, остаться в памяти своих близких и не очень близких людей.

Таким образом, предлагаемая модель национальной идеи позволяет повысить эффективность достижения цели за счёт преимущественного акцентирования на сочетании мер воздействия на факторы, входящие в соответствующую грань или связанные грани, а не произвольной комбинации мер, так или иначе влияющих на носителей интересов. В результате данная модель позволяет делать выбор мер (оптимизировать его) для достижения цели и управлять данным процессом на всех уровнях, наиболее удачно сочетая механизмы управления и самоуправления, учитывая необходимую степень согласованности применяемых мер воздействия на факторы, приоритетные для данных конкретно-исторических условий.

Список используемой литературы:

1. Рощина Г.С. Концептуальный подход к разработке стратегии развития территории: соединение универсальности и индивидуальности //Вестник ТГУ – 2010 - №322, с. 144-148.

ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА УНИТАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Семашко А. А., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: apelsinka_05@list.ru

Научный руководитель: Павленко А. Н., ассистент

Государственные предприятия с начала перестройки находятся в сфере нерешенных проблем. Ситуация усугубляется кризисностью и отсутствием стабильности в экономике. Особый интерес вызывает положение государственных унитарных и муниципальных предприятий (ГМУП).

В соответствии с Федеральным законом «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» от 14 ноября 2002 года № 161-ФЗ, унитарным предприятием признаётся коммерческая организация, не наделенная правом собственности на имущество, закреплённое за ней собственником. В форме унитарных предприятий могут быть созданы только государственные и муниципальные предприятия. Имущество унитарного предприятия принадлежит на праве собственности Российской Федерации, субъекту Российской Федерации или муниципальному образованию.[1]

Государственные и муниципальные унитарные предприятия (далее ГМУП) в ходе коммерческой деятельности владеют и пользуются чужой (государственной, муниципальной) собственностью, которая принадлежит им на праве хозяйственного ведения или оперативного управления, в связи с чем данные предприятия должны перечислять собственнику имущества часть прибыли от его использования.

В РФ создаются и действуют следующие виды унитарных предприятий:

- унитарные предприятия, основанные на праве хозяйственного ведения – федеральное государственное предприятие и государственное предприятие субъекта Российской Федерации, муниципальное предприятие;
- унитарные предприятия, основанные на праве оперативного управления – федеральное казённое предприятие, казённое предприятие субъекта Российской Федерации, муниципальное казённое предприятие (далее – казённое предприятие).

Унитарные предприятия следует отличать от бюджетных учреждений, которым государственное и муниципальное имущество также передается на праве оперативного управления. Несмотря на

то, что и предприятия, и учреждения создаются по решению учредителя и наделяются определённым имуществом, у них различаются цели создания. Учреждение – это некоммерческая организация, главная цель которой – осуществление управленческих, социально-культурных и иных функций некоммерческого характера. Учреждения финансируются полностью или частично своим учредителем.

Унитарное предприятие является коммерческой организацией, основная цель деятельности которого – получение прибыли в интересах своего учредителя. Однако в отличие от других коммерческих организаций получение прибыли не является первостепенной целью деятельности унитарного предприятия, так как государственное предпринимательство осуществляется в первую очередь для реализации функций органов государственной власти.

Финансовые ресурсы любого хозяйствующего субъекта по источникам формирования подразделяются на собственные, мобилизуемые на финансовом рынке и поступающие в порядке перераспределения.

Финансовый механизм деятельности ГМУП теоретически предполагает использование как внутренних (амортизация, прибыль), так и внешних (целевое бюджетное финансирование, заемные средства, в том числе кредиты банков и других кредитных организаций) источников финансирования.

Принципиальным отличием унитарных предприятий от акционерных обществ является отсутствие в ряду внешних источников финансирования выпуска акций, поскольку сама организационно-правовая форма унитарного предприятия не допускает возможности распределения имущества по вкладам (долям, паям), а следовательно, выпуска долевых ценных бумаг. В то же время более разнообразны возможности получения дополнительных средств из централизованных источников – бюджета и целевых внебюджетных фондов. Ресурсы, используемые в деятельности предприятия на бессрочной и бесплатной основе в виде уставного фонда, амортизации или прибыли, не являются в юридическом смысле собственными ресурсами. Однако характер их формирования и использования позволяет классифицировать их, как собственные средства.

Уставный фонд ГМУП определяет минимальный размер его имущества, гарантирующий интересы его кредиторов. Он может формироваться за счёт денег, а также ценных бумаг, других вещей, имущественных прав и иных прав, имеющих денежную оценку. Федеральными законами или иными нормативными правовыми актами могут быть определены виды имущества, за счёт которого не может формироваться уставный фонд государственного или муниципального предприятия. Размер уставного фонда государственного или муниципального предприятия определяется в рублях. Размер уставного фонда государственного предприятия должен составлять не менее чем 5000 ММРОТ и муниципального предприятия должен составлять не менее чем 1000 ММРОТ, установленных федеральным законом на дату государственной регистрации предприятия.

В казённом предприятии уставный фонд не формируется. Деятельность казённого предприятия осуществляется в соответствии со сметой доходов и расходов, утверждаемой собственником имущества казённого предприятия.

Вторым важным источником формирования имущества является прибыль, полученная от коммерческой деятельности предприятия, которая представляет собой одну из форм чистого дохода. Чистый доход, создаваемый унитарными предприятиями, полностью принадлежит государству, поскольку основой его получения является государственная собственность. Существует три подхода его к использованию:

1. централизация всего чистого дохода в государственном бюджете;
2. оставление всего дохода в распоряжении предприятий;
3. централизация части чистого дохода.

Метод распределения и использования чистого дохода определяется действующей системой хозяйствования. В России централизация чистого дохода унитарных предприятий производится двумя методами: налогообложением прибыли и установлением обязательных ежегодных отчислений от прибыли.

Важным источником финансирования расходов ГМУП выступают финансовые резервы, создаваемые в соответствии с действующим законодательством. В настоящее время коммерческие организации могут формировать три группы резервов:

1. резервы, создаваемые за счёт включения в себестоимость продукции;
2. резервы, создаваемые за счёт балансовой прибыли (включаются во внереализационные расходы);
3. резервы, создаваемые за счёт чистой прибыли.

Унитарное предприятие за счёт чистой прибыли создает также иные фонды в соответствии с их перечнем и в порядке, которые предусмотрены уставом унитарного предприятия. Средства, зачисленные в такие фонды, могут быть использованы унитарным предприятием только на цели, определённые федеральными законами, иными нормативными правовыми актами и уставом унитарного предприятия.

На финансовом рынке ГМУП может привлекать заёмные средства следующими способами:

- кредитов по договорам с кредитными организациями;
- размещения облигаций или выдачи векселей.

ГМУП могут пользоваться государственной поддержкой в виде государственной помощи: бюджетных средств (субсидии, субвенции) и бюджетных кредитов. [2]

Особенности формирования и использования финансовых ресурсов ГМУП в большой степени обусловлены и порядком формирования и использования их имущества, которые определяются уставом ГМУП. На базе имущества, находящегося в федеральной собственности, по решению Правительства РФ может быть образовано унитарное предприятие, основанное на праве оперативного управления (федеральное казенное предприятие). Учредительным документом казенного предприятия является его устав, утверждаемый Правительством РФ.

Основная производственно-хозяйственная деятельность казенного предприятия (казенного завода, казенного хозяйства, казенной фабрики) осуществляется в соответствии с планом-заказом и планом развития. Взаимоотношения предприятия с поставщиками материальных ресурсов и потребителями продукции (работ, услуг) строятся на договорной основе. Принципы и порядок формирования цен, определяемых в плане-заказе, условия и периодичность их корректировки устанавливаются Министерством экономики РФ и Министерством финансов РФ с участием уполномоченного органа. Структура и штаты казенного предприятия утверждаются директором самостоятельно в пределах фонда оплаты труда и установленного лимита численности. Такое предприятие самостоятельно реализует производимую им продукцию (работы, услуги) и использует прибыль, если иное не установлено законодательством РФ и уставом предприятия. [3]

В Томской области особенности политики унитарного предприятия можно рассмотреть на примере Дочернего Государственного Унитарного Предприятия № 691 Федерального Казенного Предприятия «Управление Торговли Сибирского Военного Округа» (ДГУП № 691 ФКП «УТ СибВО»). Где высшим должностным лицом предприятия является его начальник, назначаемый на должность и освобождаемый от должности в порядке, установленном Министерством обороны Российской Федерации. Начальник осуществляет руководство деятельностью предприятия на принципах единоличия. Предприятие создано для торгового-бытового обеспечения Вооруженных Сил Российской Федерации и войск других федеральных органов исполнительной власти, в которых законом предусмотрена военная служба, в целях своевременного и полного удовлетворения их потребностей в сфере торговли, общественного питания, бытового обслуживания и др. Основным и единственным учредителем предприятия является Министерство Обороны Российской Федерации. По своей организационно-правовой форме предприятие является государственным, собственность федеральная. Предприятие осуществляет оперативный и бухгалтерский учет результатов деятельности, предоставляет государственным органам информацию, необходимую для налогообложения. ДГУП № 691 ФКП «УТ СибВО» имеет также свою учетную политику, в которой отражены основные нормативные документы, регулирующие вопросы учетной политики предприятия; основные задачи бухгалтерского учета; порядок учета товаров и товарно-материальных ценностей; учет основных средств; порядок учета нематериальных активов; порядок отражения выручки от реализации; отражена также техника учета.

Источником формирования имущества и финансовых средств предприятия являются:

- государственное имущество, переданное ему ФКП «УТ СибВО» с разрешения собственника, для ведения основных видов деятельности;
- денежные и иные средства, полученные от реализации продукции;
- средства, выделяемые в установленном порядке из федерального бюджета и из федеральных внебюджетных фондов;
- доходы, полученные от ведения собственной хозяйственной деятельности.

Полученная предприятием от реализации продукции прибыль направляется на финансирование мероприятий, обеспечивающих выполнение уставных задач, развитие предприятия и другие производственные цели, а также на социальное развитие.

Миссия предприятия заложена в ее Уставе и звучит следующим образом – повышение качества бытовых услуг и услуг общественного питания с внедрением новых технологий, а также направленность деятельности предприятия на удовлетворение потребностей оказываемых военнослужа-

щим, приравненным к ним категориям и членам их семей и нахождения новых путей для их разнообразного предоставления.

Периодически проводимый анализ деятельности ГМУП, показывал, что их большинство не делают положенных перечислений в бюджет, многие работают с отрицательной рентабельностью. В связи с вышеизложенным можно сказать, что государственные предприятия в форме ГУП занимают такое место в экономике, где являются одновременно и коммерческой, и некоммерческой организацией, увеличиваясь за счет дочерних предприятий. Руководители ГУП создали для собственных интересов эти предприятия, попутно обеспечив нужные условия для деятельности. Например, в части уставного фонда или отчисления от прибыли, а также невозможность какого-либо контроля извне.

Список используемой литературы:

1. www.aspe.spb.ru/Papers/25_18.pdf
2. И.А. Либерман Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности: уч. пособие. 3-изд. – М.: Изд. РИОР, 2005. – 159 с.
3. <http://www.diyego.ru/unitarnoe-predpriyatie/page/9>

ОЦЕНКА В УСЛОВИЯХ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ

Семина К. Ю., студент

Томский политехнический университет

E-mail: seminkostya@mail.ru

Научный руководитель: Кащук И. В., к.т.н., доцент

Актуальность и значимость управления стоимостью в современных условиях развития экономики России не вызывает сомнений. Вместе с тем, возникает значительное количество вопросов связанных с качественным подходом к данному процессу. Подход основан на четкой и логичной методологии, позволяющей получить требуемый результат и базирующейся на обусловленной необходимости использования современных технологий оценки, позволяющих не только фиксировать стоимость бизнеса на определенном этапе, но и служить для оценщика инструментарием в части определения для собственника бизнеса рекомендаций по возможному увеличению стоимости его бизнеса.

В современных условиях ведения бизнеса становится очевидным, что компании для сохранения долгосрочной конкурентоспособности должны осуществлять корректировку своей текущей деятельности с учетом требований окружающей действительности. При этом наиболее эффективным инструментом, позволяющим осуществить стратегическую и оперативную трансформацию бизнес-системы, выступает процесс реструктуризации.

Нередко можно встретить мнение, что реструктуризация необходима только для компаний, переживающих упадок финансово-хозяйственной деятельности или даже находящихся на стадии банкротства. Реструктуризация же как процесс, направленный на повышение эффективности деятельности успешно функционирующей компании, рассматривается в отечественной экономической литературе достаточно редко, еще реже этот процесс реально осуществляется на практике в случае управления стоимостью компании.

Оценщику в данном процессе отводится значимая роль. Он выступает не только как специалист фиксирующий стоимость компании на данном этапе, но и как профессиональный практик консультант, способный выявить резервы стоимости и в рамках отчета обозначить основные финансово-экономические механизмы, приводящие к увеличению стоимости компании, а также указать каким образом и на какую величину может быть увеличена стоимость компании.

Реструктуризация представляет собой целенаправленный процесс, в результате которого происходят качественные и количественные изменения в элементах, формирующих компанию и ее бизнес. Процессу реструктуризации подвержены как элементы формирующие компанию так и элементы, формирующие ее бизнес.

Оценщиком определяется стоимость компании до реструктуризации; проводится поэлементный анализ объектов имущественного комплекса; вычленяются объекты, формирующие имущественный комплекс компании; определяются объекты, подлежащие реструктуризации, выбираются методы реструктуризации; фиксируется метод, оказывающий наиболее существенное влияние на

стоимость компании; рассчитывается итоговый экономический эффект, получаемый от реструктуризации.

Указанный эффект по сути является дополнительным ресурсом, остающимся в распоряжении предприятия, который может быть использован на дальнейшее улучшение ее текущей деятельности. С помощью использования современных технологий оценки, основанных на концепции остаточного дохода и осуществления анализа в части поиска наиболее "эффективно" инвестиции, ресурсы, полученные после проведения реструктуризации, могут быть направлены на улучшение показателей операционной деятельности компании, что приводит к дополнительному увеличению стоимости компании. Аналогичным образом строится построение работ в части реструктуризации второго уровня.

В качестве основных методов реструктуризации, используемых для расчета экономического эффекта, могут быть обозначены следующие:

на первом уровне реструктуризации в рамках реструктуризации элементов, формирующих имущественный комплекс компании, в части реструктуризации активов - при условии сохранения на балансе компании: сдача в аренду, консервация; при условии отчуждения: ликвидация, реализация, списание. Реализация любого из указанных методов направлена либо на получение дохода, либо на минимизацию издержек, связанных с наличием актива, или затрагивает оба момента.

В числе основных методов реструктуризации кредиторской задолженности: признание задолженности недействительной, отсрочка или рассрочка долга с последующим погашением, погашение задолженности с минимальными издержками, выкуп прав требований к кредитору с последующим предъявлением требований.

Основными методами реструктуризации дебиторской задолженности являются: погашение задолженности с получением максимального экономического эффекта, признание задолженности недействительной. На втором уровне реструктуризации в рамках реструктуризации элементов, формирующих бизнес компании, основными методами реструктуризации являются продажа бизнеса, приобретение бизнеса.

Эффект от реструктуризации компании определяется как экономический эффект от реструктуризации элементов, формирующих имущественный комплекс компании плюс экономический эффект от реструктуризации элементов, формирующих бизнес компании.

В формульном расчете экономического эффекта от реструктуризации участвуют следующие компоненты: доход от реструктуризации при использовании выбранного метода реструктуризации, затраты, связанные с действиями в части реструктуризации, временной период (время, необходимое для полного завершения действий по обозначенному варианту реструктуризации), ставка дисконтирования. При этом, доходы и затраты могут быть представленные в виде единовременного платежа, либо в виде серии платежей "распыленных" в определенном временном промежутке. Ограничением временного периода выступает категория, являющаяся максимально возможным сроком жизни элемента, по отношению к которому выполняются действия в части реструктуризации.

Экономический эффект от реструктуризации - представляет собой результат, выраженный в виде суммы денежных или иных поступлений за вычетом затрат, связанных непосредственно с проведением реструктуризации. При этом, экономический эффект от реструктуризации по компании в целом, представляет собой сумму эффектов от реструктуризации элементов, формирующих как компанию, так и ее.

Стоимость компании до реструктуризации определяется как рыночная стоимость активов минус рыночная стоимость обязательств, способных привести к потере контроля над бизнесом.

Данный момент подчеркивает широкую применимость предложенных выводов и разработанных алгоритмов для предприятий, осуществляющих свою деятельность в различных отраслях народного хозяйства.

На базе предложенных методов была разработана Модель оценки, включающая в себя проведение комплексной диагностики компании, а также определение стоимости компании на разных стадиях жизненного цикла с помощью методов оценки базирующихся на денежных потоках для собственного и всего инвестированного капитала (Free Cash Flows, Equity Cash Flows, Capital Cash Flows), методов оценки, основанных на концепции остаточного дохода (EVA - Economic Value Added - экономическая добавленная стоимость, CVA - Cash Value Added - "денежная" добавленная стоимость, SVA - Shareholder Value Added - акционерная добавленная стоимость, FVA - Financial Value Added - "финансовая" добавленная стоимость), а так же методов, базирующихся на совмещении элементов доходного и затратного подхода, и на теории опционов.

В заключении можно сказать, что полученные решения задач в части реструктуризации приводят к увеличению стоимости компании и могут быть использованы оценщиками в рамках управления стоимостью компании.

Предлагаемый подход применим при проведении реструктуризации нормально функционирующих компаний и компаний, находящихся в кризисном состоянии, т.е. по сути указанный механизм проведения реструктуризации может являться составляющей процесса антикризисного управления или быть эффективно использованным в рамках управления государственной собственностью.

Необходимо обратить внимание на полученные реальные практические результаты. Методика определения стоимости исходит из существующих условий, при этом, предложенные механизмы могут быть применимы не только для "крупных" компаний, действующих в производственной сфере, но и для компаний с незначительной валютой баланса. Предложенные методики реализованы на практике в компаниях, действующих в различных отраслях и регионах РФ, что позволяет говорить не только о практической значимости, но и о широкой применимости основных выводов исследования в различных регионах России.

Список используемой литературы:

1. Материалы: Первичная реструктуризация “первый уровень поддержки” (электронный ресурс).- режим доступа <http://www.tia-ipoteka.ru/Info.aspx?tID=3>
2. Юридическое обслуживание, консалтинговая компания ГУДВИЛЛ ” (электронный ресурс).- режим доступа <http://www.business-lawyers.ru/restruction.html>
3. Материалы: Реструктуризация предприятий и компаний (электронный ресурс). - режим доступа <http://www.raexpert.ru/researches/restructuring/part1/>
4. Материалы: Правила выживания в условиях кризиса (электронный ресурс). - режим доступа <http://www.crisisu.net/restructuring.html>

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Синтюк Э. С.

Томский Политехнический университет

E-mail: bealvira@mail.ru

Научный руководитель: Ерёмин В. В., к.э.н., доцент

Воздействие на предприятие с помощью института банкротства позволяет перестроить не только работу самого предприятия, но и улучшить финансово-экономический климат других хозяйственных субъектов, снизить объем неплатежей. Банкротство неэффективно работающих и финансово слабых производств является основой структурной перестройки российской экономики.

Как известно главным рычагом экономики является конкуренция, а конкурентоспособность предприятию может обеспечить только правильное управление движением финансовых ресурсов и капитала, находящихся в его распоряжении.

И именно при помощи анализа финансового состояния предприятия можно своевременно выявить и устранить недостатки в финансовой деятельности и разработать конкретные мероприятия, направленные на более эффективное использование финансовых ресурсов.

Развитие экономики на современном этапе характеризуется неоднозначной и динамично меняющейся экономической средой, наличием сложных управленческих проблем. Несостоятельность по своим обязательствам перед федеральным и региональным бюджетами и кредиторами и огромные масштабы неплатежей покупателей продукции (дебиторов) привели к ухудшению финансового положения большого количества производителей в нашей стране. Неплатежеспособность и последующие банкротства предприятий все чаще становятся предметом рассмотрения арбитражных судов (что можно рассматривать как один из признаков становления в России рыночной экономики).

В нашей стране, по сравнению с другими странами Европы, чаще всего во время банкротства какого-либо предприятия применяются процедуры наблюдения, внешнего управления, а в дальнейшем конкурсное производство, но в большинстве случаев отсутствует процедура финансового оздоровления. Хотя, если привести в пример другие развитые страны, можно с уверенностью сказать, что процедура финансового оздоровления является основным этапом при антикризисном управлении на предприятиях этих стран.

Любой хозяйствующий субъект в условиях рыночной экономики при неблагоприятном стечении обстоятельств может оказаться в кризисном финансовом состоянии. Причины такого положения могут быть связаны как с отрицательным влиянием внешней среды на деятельность предприятия, так и с недостатками управления его финансово-хозяйственной деятельностью. Множественность кризисоформирующих факторов свидетельствует о необходимости применения специальных методов управления деятельностью предприятия с целью его финансового оздоровления, т.к. принятие взвешенных и эффективных управленческих решений способно во многом сгладить негативные последствия кризисных явлений.

Если заглянуть в словарь терминов, то финансовое оздоровление можно обозначить как процедура банкротства, которая применяется к должнику в целях восстановления его платежеспособности и погашения задолженности в соответствии с графиком погашения задолженности, согласно Федеральному закону о несостоятельности (банкротстве). План финансового оздоровления - включает следующие разделы: 1. Общая характеристика предприятия; 2. Краткие сведения по плану финансового оздоровления; 3. Анализ финансового состояния предприятия; 4. Мероприятия по восстановлению платежеспособности и поддержке эффективной хозяйственной деятельности; 5. Рынок и конкуренция; 6. Деятельность в сфере маркетинга предприятия; 7. План производства; 8. Финансовый план. Другими словами процедура финансового оздоровления – это этап жизненного цикла предприятия.

Финансовое оздоровление определяется как процесс разработки мероприятий в области финансового менеджмента, направленных на восстановление платежеспособности предприятия. На практике рассматриваются лишь отдельные мероприятия в рамках финансового оздоровления, описываемые без их систематизации и взаимосвязи друг с другом. Вместе с тем финансовый кризис как причина противоречий и разногласий в финансовой системе является следствием влияния своеобразного «синергетического» эффекта различных видов кризиса на предприятие, а потому получается, что заостряется внимание на отдельных фрагментах, а не на предприятии в целом, такой подход можно назвать «фрагментарный», акцентирующий внимание лишь на финансовом менеджменте, является одной из причин неудач в оздоровлении кризисных предприятий.

Восстановление платежеспособности является целью лишь начального этапа оздоровления предприятия, позволяющего не допустить развития ситуации банкротства. Вместе с тем финансовое оздоровление предприятия подразумевает создание условий для стабильного поддержания его платежеспособности и финансовой устойчивости. Необходимый базис для поддержания долгосрочной финансовой состоятельности предприятия создает лишь максимально эффективное использование всех его активов, позволяющее наиболее полно реализовать потенциальные возможности предприятия.

Существующие методики оценки возможности восстановления платежеспособности основаны на использовании показателей финансового состояния предприятия, которые подвергаются критике. Во-первых, любое случайное либо преднамеренное искажение данных бухгалтерской отчетности предприятия приводит к получению неверных результатов анализа. Это, в свою очередь, влечет угрозу банкротства предприятия, что активно используется в процессе реализации преднамеренного либо фиктивного банкротства, позволяющего по минимальной цене приобретать потенциально эффективные и рентабельные предприятия. Во-вторых, применение данной методики приводит к игнорированию внутренних резервов предприятия, которые могут быть приведены в действие уже в ближайшей перспективе, что также облегчает возможность распродажи имущества предприятия по ликвидационной стоимости, которая, как правило, является заниженной.

Критерием оценки целесообразности финансового оздоровления предприятия является наличие неиспользуемых потенциальных возможностей обеспечения прибыльной деятельности.

Таким образом, можно сказать, что в нашей стране ещё не применяется практика финансового оздоровления предприятия. Также можно заметить, что на данном этапе развития страны, на мой взгляд осуществление не в полную меру процедуры финансового оздоровления при банкротстве предприятий может привести к тому, что при отрицательном влиянии внешней среды на деятельность предприятия, так и в условиях рыночной экономики при неблагоприятном стечении обстоятельств может оказаться в кризисном финансовом состоянии, что для экономики нашей страны является большим минусом. По-моему мнению, необходимо изучение предприятий, которые подвергаются банкротству, их целостное изучение, а также изучение отдельных фрагментов и общее финансовое состояние предприятий, для того чтобы с российского рынка не исчезали, а появлялись конкурентоспособные предприятия, нужно акцентировать внимание на финансовом оздоровлении, тем самым расширяя рынок России и выход на мировой рынок.

Список используемой литературы:

1. <http://business.rin.ru/cgi-bin/search.pl?action=view&num=342139&razdel=39&w=0>
2. http://ru.wikipedia.org/wiki/Финансовое_оздоровление
3. Федеральный Закон РФ «О несостоятельности (банкротстве)» от 26 октября 2002г. № 127 – ФЗ // СЗ РФ, 2002, №10, ст. 1051.
4. Бригхэм Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: Полный курс: в 2-х т. - СПб: Экономическая школа, 2005. с. 131
5. Егорова Л.И. Методика финансового оздоровления экономического субъекта//Финансовый менеджмент, № 4, 2005. с. 57

ПРОЦЕСС ОЦЕНКИ БИЗНЕСА

Соловьёв И. С., студент

Томский политехнический университет

E-mail: privetvsem777@mail.ru

Научный руководитель: Кашук И. В., к.т.н., доцент

Бизнес по определению обозначает любую предпринимательскую деятельность, которая осуществляется организатором на свой страх и риск, за счёт его личных или взятых в долг средств и в результате получающая определённую прибыль и продолжение развития. Понятно, что без оценки стоимости предприятия или его активов: материальных и нематериальных активов (основными активами являются объекты недвижимости, машины, оборудование, запасы и интеллектуальная собственность, рыночная стоимость определяется в первую очередь) ни о какой прибыли не может и речи идти.

Сроки осуществления оценки реально работающего бизнеса напрямую зависят от структуры и косвенно от размера объекта оценки и могут составить от трёх рабочих дней до одного месяца.

Таким образом, вы теперь точно знаете, как оценить бизнес, и можете обращаться к настоящим профессионалам своего дела. Ведь для них нет вопроса - как оценить бизнес, оценка бизнеса является их работой, которую они могут выполнять профессионально.

В случае модификации правовой или организационной структур бизнеса, его оценка (имеется в виду оценка стоимости предприятий, оценка стоимости бренда, оценка стоимости капитала, оценка стоимости компании в целом) способствует поиску наиболее оптимальных решений со всех точек зрения. При необходимости ликвидации собственного дела и разделения активов, оценщик предпочтёт наиболее удачные решения по распродаже имущества, уменьшающие потери средств. Именно этот факт и обуславливает необходимость качественной оценки справедливой стоимости промышленного предприятия, непосредственно оценки рыночной стоимости бизнеса предприятия, оценки средств предприятия, оценки бренда и т.д.

Оценка действующего бизнеса в городах России, включающая уточнение рыночной стоимости всей компании, как комплекса активов и потенциальной прибыльности, поможет установить ориентиры и приоритеты дальнейшего развития, возможность привлечения инвестиций. В связи с этим возникает большой спрос на профессиональных оценщиков, которыми производится весь комплекс работ по оценке стоимости предприятия - оценка стоимости компании, оценка стоимости акционерного капитала, оценка рабочего капитала, оценка основных фондов предприятия, оценка бизнес-процессов, оценка стоимости строительства, оценка бизнеса предприятия во всех сферах.

При улучшении процесса управления бизнесом очень важны следующие направления:

Формирование инвестиционного плана - без оценки стоимости действующего предприятия этого просто-напросто невозможно сделать.

Формирование плана приоритетного и долгосрочного развития - в этом случае важна оценка стоимости капитала, оценка стоимости аренды участков предприятия, оценка активов предприятия, оценка основных фондов предприятия.

Изменение структуры бизнеса (слияние или поглощение, ликвидация, выделение из состава), что предполагает проведение полной оценки стоимости крупного предприятия, включая оценку финансового бизнеса предприятия, эффективную оценку бренда, куда входит и оценка стоимости бренда непосредственно, оценку активов предприятия и оценку стоимости капитала.

Точное определение рыночной стоимости всего бизнеса при его целостной продаже или покупке, выходе из совета директоров ряда представителей и пр.

Уточнение стоимости всех выпущенных компанией ценных бумаг, конкретных долей в капитале, паёв. При этом необходимо осуществить оценку производственного бизнеса предприятия в целом, а также оценку стоимости рабочего капитала, оценку рыночной стоимости организации.

Добавление в уставной капитал бизнеса собственных вкладов его учредителей для дальнейшего развития бизнеса, оценка стоимости в этом случае позволит определить, приведет ли это к положительному результату.

Необходимость выкупа акций у текущих акционеров. Всем понятно, что делать это нужно только лишь после всесторонней оценки стоимости предприятия и оценки уставного капитала этого предприятия.

Опротестование решения суда об изъятии собственности предприятия. Без определения стоимости предприятия, как показала практика, протест подавать особого смысла нет.

Установление арендной ставки при необходимости сдачи предприятия в аренду. Выпуск собственных ценных бумаг.

Процесс оценки стоимости бизнеса (оценка стоимости промышленного предприятия) распадается на ряд следующих этапов:

1. Сначала рыночная оценка предприятия предполагает получение от заказчика начальной информации:

Первичное изучение предмета оценки стоимости предприятия (оценки малого бизнеса, оценки стоимости действующей организации, оценки гостиниц и так далее), переговоры с заказчиком относительно условий оценки предприятия – даты, сроков, целей.

Утверждение стоимости работ по определению стоимости разнообразных предприятий, составление договора на осуществление оценочной деятельности по оценке стоимости действующего бизнеса - оценки стоимости финансового капитала, оценки стоимости бренда, оценка основных фондов предприятия и т.д., пакета акций, имеющего в составе номер акций.

2. На этом этапе осуществляется подписание заказчиком договора на осуществление оценочной деятельности по оценке стоимости предприятия и бизнеса.

3. Далее предполагает работа по определению основных параметров объекта оценки, будь то оценка средств предприятия, оценка стоимости бренда, оценка справедливой стоимости капитала и пр.

Описывается история основания и развития предприятия. Многие считают, что подобные сведения не важны для оценки стоимости предприятия, но это совсем не так. Качественная работа обязательно предусматривает изучение этих данных.

Сведения об участии третьих лиц в управлении бизнесом (позволяет эффективно осуществить оценку стоимости капитала).

Изучение данных бухгалтерии и финансовой отчетности для оценки рыночной стоимости капитала и общей грамотной оценки стоимости предприятия или оценки стоимости любой организации, или оценки стоимости малого бизнеса.

Анализ данных о характеристиках объектов имущества, незавершенного строительства и недвижимости в целом, имеющих огромное значение для оценки любого предприятий, бизнеса.

Анализ информации, необходимой для установления прочих характеристик объекта, имеющих отношение к его рыночной стоимости, что позволит произвести оценку предприятия максимально точно и грамотно.

Выборочный анализ имущества предприятия - крайне важная часть оценки стоимости предприятия (оценка стоимости рабочего капитала, оценка бренда и так далее).

4. Для профессиональной оценки действующего предприятия необходим комплексный анализ рынка, на котором действует предприятие, для которого была заказана оценка бизнеса предприятия.

Изучение данных по развитию рыночного сегмента в стране в целом и в конкретном регионе нахождения предприятия.

Анализ прошлого, текущего состояния и приоритетов развития данного рынка.

Изучение открытой информации по рыночным сделкам для дальнейшего сравнения данных при осуществлении оценки стоимости работающего предприятия.

5. Учёт всех возможных погрешностей, ограничителей, анализ необходимости использования дополнительных методов оценки функционирующего предприятия и его деятельности.

6. Аналитика текущей хозяйственной деятельности объекта оценки - оценка промышленного предприятия, оценка малого бизнеса, оценка стоимости строительства, оценка стоимости капитала, оценка гостиниц и т.п.

7. Итоговый выбор методик оценки и теоретическое обоснование такового, что позволит решить подход к тому, как оценить бизнес.
8. Уточнение рыночной стоимости предприятия с учётом законодательно обоснованных в РФ подходов – доходного, сравнительного затратного, учитывая:
 - Выведенные характеристики объекта оценки (предприятия, бизнеса, компании).
 - Аналитика рынка объекта оценки.
 - Потенциальные риски и прочие данные, необходимые для оценки стоимости бизнеса.
9. Группировка и утверждение итогов каждого из методов оценки предприятий, бизнеса и финальная установка рыночной стоимости предприятия, что и является целью работы.
10. В заключение оценщик, который произвел оценку рассматриваемого предприятия (бизнеса), формирует итоговый отчёт о процессе оценки стоимости бизнеса в городах России и вручает его Заказчику. Как видим, вопрос о том, как оценить бизнес, отпадает сам собой, если обратиться в солидную компанию, которая предлагает услуги по оценке стоимости предприятия и бизнеса.

Список используемой литературы:

1. ООО "Интер-ВАЛ" (Электронный ресурс).-режим доступа <http://inter-val.ru/ocenka-business.html>
2. Магазин готового бизнеса «Deloshop»: продажа бизнеса <http://www.deloshop.ru/900198/index.php>
3. Корпоративный менеджмент.- http://www.cfin.ru/finanalysis/value_options.shtml

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ

Соснина М. Л., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: Marinok@sibmail.com

Научный руководитель: Кашук И. В., к.т.н., доцент.

Успешное существование фирмы на рынке товаров и услуг зависит, если не полностью, то во многом от правильно организованного маркетинга, а значит - от работы отделов маркетинга и рекламы. Но в связи с кризисной ситуацией компаниям требуется оптимизация расходов – и первым делом сокращаются не только маркетинговые бюджеты, но и маркетингологи. При таком «антикризисном маркетинге» маркетинговые задачи у компаний и организаций остаются - ведь именно маркетинг позволяет обеспечить грамотное позиционирование компании на рынке, сэкономить бюджет предприятия, увеличить долю рынка и захватить новые рынки. Зачастую степень непонимания сути маркетинга и того, что он может сделать для фирмы, очень высока. Некоторые директора организаций обвиняют маркетингологов в снижении продаж, тогда как это не имеет с маркетингом ничего общего.

Одна из задач службы маркетинга – оценить эффективность каждого способа продвижения компании. В первую очередь предприятие снижает расходы на рекламу. Отсутствие маркетинголога приводит к тому, что анализ последствий этого шага не проводится. Однако в условиях недостатка информации о продукте фирма теряет всякую связь с целевой аудиторией. Особенно страдают при этом рынки, спрос на которых во многом диктуется рекламой, например товары широкого потребителя и услуги сотовой связи, технологические новинки.

И наоборот, разумное применение возможностей маркетинга абсолютно незаменимо в антикризисной стратегии.

При размещении рекламы именно маркетинголог определяет три важных составляющих: содержание, форма и канал. И в этом ошибаться нельзя. Например, если рекламу товаров, потребителями которых являются в основном пенсионеры, разместить в интернете, то целевая аудитория просто ее не увидит.

Без грамотного и, главное, непрерывного продвижения происходит устаревание брендов. Это сказывается не только на покупательском спросе, но и на репутации компании. В проекты фирмы, позиции которой выглядят невыгодно, вряд ли кто-то решится вложить деньги.

В период кризиса инвесторы и выгодные партнеры очень ценны. Сегодня они соглашаются участвовать только в стабильных программах. Если это производство товара – он должен быть на слуху и из категории всегда востребованных. Если услуги – компания, предлагающая их, должна твердо стоять на ногах и иметь запасной план на случай провала первоначальной стратегии. Однако в ситуации тотального сокращения затрат ни о каком подробном анализе рынка оставшиеся маркетинго-

логи уже и не думают. Фирмы находятся в нестабильном состоянии и не могут своевременно продвигать новые продукты. Таким образом, сейчас функции маркетологов приобретают особую важность, поскольку рынок меняется очень быстро, без качественной аналитики сложно будет за ним успеть. В таком случае компании останется лишь копировать деятельность конкурентов, что может безвозвратно отодвинуть ее в конец списка, вынудив играть на вторых и третьих ролях.

Многие эксперты замечают, что кризис может дать новые возможности. Но при этом мало кто говорит о роли маркетинга. Между тем, целесообразно подумать не о сокращении данных специалистов, а о повышении эффективности их работы. В кризис грамотный маркетолог поможет правильно расставить приоритеты. Например, можно сделать упор на те мероприятия, которые оказывают наибольшее влияние на объем продаж. Среди них – участие в выставках, реклама в Интернете. Затраты на программы, направленные больше на формирование имиджа, размещение рекламных щитов, спонсорство – пока минимизировали.[1]

Надо заметить, что сегодня дорогостоящие виды продвижения, например телевизионные ролики или полиграфия, легко окупаются, поскольку из-за общей неуверенности в завтрашнем дне массовый интерес к информации сегодня возрастает. Но в качестве антикризисного варианта можно использовать даже низкобюджетный промоушен. Например, перераспределить свою рекламу, сделав упор на Интернет.

Чтобы удержать старых клиентов, которых могут отпугнуть временные трудности или даже просто общий ажиотаж вокруг кризиса, целесообразно применить специальные льготы. Некоторые фирмы в качестве информационного шага используют прямые обращения, например через письма, с описанием изменений политики руководства.

Кризис – это изменение условий, в которых мы живем, а маркетинг направлен на сбор и анализ информации об этих изменениях и своевременное принятие адекватных решений. Компании, у которых хорошо поставлена эта система оперативного реагирования, сегодня находится в гораздо более выгодном положении. Так, популярным инструментом в маркетинге становится конкурентная разведка. В процессе сбора информации особое внимание уделяется выявлению недостатков других фирм. В результате исследований оперативно корректируется собственная работа с тем, чтобы не повторять чужих ошибок и занять позиции, упущенные конкурентами.

При этом большое влияние уделяется ценообразованию, анализу целевой аудитории, приспособлению ассортимента продукции к спросу конкретно в период кризиса. Это дает положительную динамику развития компании даже при учете урезания бюджета собственно на рекламу.[2]

В условиях сокращения спроса в обязанности маркетолога входит составление «антикризисной программы». Для этого ему необходимо акцентировать внимание на 5 основных задачах маркетинга:

Первой задачей является анализ выявления угроз и возможностей. Необходим постоянный мониторинг и оперативный анализ рынка, что позволит держать в поле зрения изменения в поведении потребителей: какие товары/услуги по-прежнему пользуются спросом, какие - в меньшей степени, какие вообще остаются за пределами их внимания.

Отбирая ключевые индикаторы для мониторинга, важно обращать внимание на объемы продаж и важные детали: где, когда, сколько, в какое время производились покупки, каким образом заказывали товары/услуги и прочее. Анализ собранных данных с использованием, например SWOT, желательно дополнять анализом рыночных рисков для минимизации влияния "стратегических неожиданностей".

Ко второй задаче относится составление краткосрочных маркетинговых планов. Чем выше скорость происходящих на рынке изменений, тем короче горизонт планирования. Скорость реагирования на рыночные изменения - главное назначение маркетинговых планов. В условиях рецессии он становится главным документом на столе руководителей, предпринимателей, маркетологов, по которому и над которым идет постоянная работа: корректировка, уточнения, дополнения в режиме оперативных действий. Разумеется, оперативное, ситуационное планирование требует согласования со стратегией развития бизнеса. Если таковой нет, то лучшего времени для разработки может не представиться.

Третьей задачей является сохранение клиентов. При относительно равных условиях выживут и получат новый импульс для развития компании, способные предложить клиентам лучший сервис, а именно больше внимания, чуткости, заботы, предупредительности, элементарной вежливости. Это понимают все, но предпринимают для реального улучшения дел - единицы.

Поведение основной массы потребителей многих стран в условиях кризиса мало чем отличается: повышается чувствительность к цене, откладываются покупки товаров/услуг не первой необхо-

димости, некоторые услуги заменяются вариантами домашнего исполнения, но о полном отказе от товаров и услуг речи быть не может. В условиях растущей тревожности и неуверенности в доходах, потребители становятся более сдержанными ко всем рыночным предложениям и в тоже время "открываются" при соприкосновении с доброжелательностью, искренней заботой, заинтересованным участием.

Четвертая задача маркетинга – это сохранение продаж. Это самая сложная задача, но ее решение будет зависеть от решения первых трех, а также от набора специальных мер. Продавать в условиях снижающегося спроса без продуманной политики мало кому удастся, поэтому, прежде всего, важно определить цели компании на период кризиса в целом, а также цели маркетинга на каждом сегменте.

Важно быть как можно ближе к конечному потребителю, у которого в руках наличные. Прямые продажи, выездная торговля, продажа по каталогам, сетевой бизнес, розница – проверенный временем набор способов выжить и поднять свои продажи.

К пятой задачи маркетинга относится использование проектного подхода к планированию маркетинга. Жесткий контроль и эффективное использование ресурсов в интересах достижения целей маркетинга в условиях кризиса - это основа проектного подхода, который используют лидеры мирового бизнеса. Проект представляет собой взятие на себя обязательств достичь в будущем конкретных результатов, определенных заданием. Проект подлежит реализации в течение определенного периода времени, при заданных ресурсах в данной ситуации. Составленный на неделю или месяц маркетинговый план в проектной реализации способенкратно увеличить эффективность работы компании в период кризиса.

Решая пять основных задач маркетинга, компания сможет избежать разрушительного влияния кризиса и создаст основу для последующего развития.

Таким образом, необходимость в грамотном маркетинге в кризисный период только повышается. Спрос в первую очередь восстановится на квалифицированных маркетологов и специалистов других направлений, например аналитиков. Таких сотрудников и сегодня компаниям не хочется терять, поскольку потом их будет фактически невозможно восполнить.

Можно предположить, что увольнения низкоквалифицированных специалистов повлекут за собой дальнейшее повышение спроса на настоящих профессионалов. Ведь без грамотного маркетинга руководство неизбежно будет пропускать как удары, так и возможности. При этом реакция на реалии рынка станет запаздывать. Принять правильное и оперативное решение помогает отсутствие квалифицированного составленного прогноза и разработанного плана с вариантами действий, которых трудно достичь без опытного специалиста. Не стоит экономить на том, что дает компании импульс к развитию и процветанию.[3]

Список используемой литературы:

1. Сухенко А. Разработка стратегии [электронный ресурс]. – Режим доступа: www.trout.ru
2. Сейранян М. Кризис для маркетинга и маркетинг для кризиса // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. - № 5. – С. 15-17.
3. Шайхутдинов Р. Пять задач маркетинга в условиях сокращения рынков [электронный ресурс]. – Режим доступа: www.business-gazeta.ru

ПРАВОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Ставицкий М. С., студент

Томский политехнический университет
Научный руководитель: Еремин В. В., к.э.н., доцент

Кризис на предприятии – это процесс изменения, разрушения сложившейся структуры связей, отношений, выходом из которого может стать либо заново сформированная структура связей, отношений либо ликвидация предприятия. Чаще всего кризису предшествует появление определенных признаков, служащих предупреждением для специалистов, менеджеров организации: угроза целям и ценностям; сокращение времени на реакцию; необходимость неотложности, срочности действий; помехи в эффективном осуществлении производственного процесса, продвижении продукции к по-

требителю. Названные и другие признаки приближения кризиса находят обобщающее выражение в снижении рентабельности, превращении деятельности предприятия в убыточную.

Антикризисное управление – это управляемый процесс предотвращения или преодоления кризиса, отвечающий целям организации и соответствующий объективным тенденциям ее развития. Антикризисное управление можно представить как специфическое управление, осуществляемое на различных стадиях банкротства предприятия.

Понятие «антикризисного управления предприятием» возникло сравнительно недавно, но зато сегодня его можно встретить во многих сферах. Многие полагают, что основной причиной его появления на свет является реформирование российской экономики, а также появление достаточно большого количества коммерческих и других предприятий, положение которых незавидно – они находятся на стадии банкротства. Конечно, кризис предприятий – это вполне нормальный процесс, которого некоторые компании просто не могут избежать, и на рынке, как и в жизни, всегда выигрывают лишь сильнейшие. Так, если предприятие не имеет возможности и способностей «бороться» с кризисной ситуацией, оно просто исчезает, но в противном случае предприятие может использовать все свои сильные стороны и пережить кризис. Например, если говорить о развитых странах мира, то, например, в Японии каждый месяц около трех тысяч различных коммерческих предприятий – как малых, так и средних – просто прекращают свою деятельность. Что касается России, то здесь ситуация намного сложнее, потому что примерно четыре пятых всех предприятий, действующих на территории Российской Федерации, уже сейчас можно считать банкротами. И доказательством тому служит большое количество дел о банкротстве, и их число растет с невероятной скоростью. Таким образом можно смело сделать вывод, что мировой финансовый кризис застал большинство российских предприятий врасплох и многие предприятия были абсолютно к нему не подготовлены.

Но бытует и иное определение, которое звучит так: антикризисное управление предприятием – это особенная система управления предприятием, которая отличается комплексным характером, который направлен на то, чтобы устранять те явления, которые неблагоприятно влияют на бизнес.

В некоторых случаях под термином «антикризисное управление предприятием» рассматривается управление предприятием в условиях общего экономического кризиса. Иногда же под этим термином понимается управление конкретным предприятием, находящимся на грани банкротства.

Важную роль в антикризисном управлении играет финансовый менеджмент – тактическая составляющая финансового обеспечения бизнеса, при помощи которой управляются денежные потоки и находятся наилучшие условия для решения различных трудностей. Таким образом можно сделать выбор, что антикризисное управление отличается от обычного в первую очередь своей стратегической направленностью, а также программой, которая, собственно, и делает это управление антикризисным.

Важную роль в антикризисном управлении играет финансовый менеджмент – тактическая составляющая финансового обеспечения бизнеса, при помощи которой управляются денежные потоки и находятся наилучшие условия для решения различных трудностей. Таким образом можно сделать выбор, что антикризисное управление отличается от обычного в первую очередь своей стратегической направленностью, а также программой, которая, собственно, и делает это управление антикризисным.

Объектом антикризисного управления является возникновение и углубление кризиса развития предприятия, которое имеет негативные последствия для жизнедеятельности предприятия, ее устранения и предотвращения. Общеизвестно, что антикризисное управление следует рассматривать как одно из функциональных направлений управления предприятием (как разновидность организации), то есть, согласно концепции М. Мескона, как „процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь целей, которые стоят перед организацией". [1]

Как было установлено выше, антикризисное управление имеет своей целью устранение возможности банкротства предприятия. В России процедуры банкротства регламентируются Федеральным законом Российской Федерации от 8 января 1998 года №6-ФЗ "О несостоятельности (банкротстве)". В самом законе несостоятельность (банкротство) трактуется как признанная арбитражным судом или объявленная должником неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей. [2] Заявление о признании должника банкротом принимается арбитражным судом, если требования к должнику - юридическому лицу в совокупности составляют не менее пятисот минимальных размеров оплаты труда и указанные требования не погашены в течение трех месяцев. Правом на обращение в арбитражный суд с заявлением о признании должника банкротом в связи с неис-

полнением денежных обязательств и обязательных платежей обладают должник, кредиторы, налоговые и иные уполномоченные в соответствии с федеральным законом органы.

Понятно, что кредиторы и налоговые органы обращаются в арбитражный суд, когда перед ними не исполнены обязательства по оплате задолженности. Руководитель же должника обязан обратиться с заявлением должника в арбитражный суд в случае, когда удовлетворение требований одного кредитора или нескольких кредиторов приводит к невозможности исполнения денежных обязательств должника в полном объеме перед другими кредиторами (т.е. случай, когда собственный капитал должника истрачен, и стоимость обязательств превышает обоснованную рыночную стоимость активов);

Отметим, что если обращение кредиторов добровольное, то тут идет речь об обязанности, причем если такое заявление вовремя не предъявлено, то это влечет субсидиарную ответственность руководителя должника по обязательствам должника перед кредиторами, возникшим через месяц после того, как это заявление должно быть подано, т.е. фактически по всем новым обязательствам, взятым на себя должником.

При рассмотрении дела о банкротстве должника юридического лица применяются следующие процедуры банкротства :

- наблюдение;
- внешнее управление;
- конкурсное производство;
- мировое соглашение.

Процедура внешнего управления, вводимая в рамках судебного разбирательства дела о банкротстве предприятия как нельзя ближе соответствует духу антикризисного управления. Так, согласно Федеральному закону № 6-ФЗ от 08.01.98г. "О несостоятельности (банкротстве)" статья 2 главы I "внешнее управление (судебная санация) ? процедура банкротства, применяемая к должнику в целях восстановления его платежеспособности, с передачей полномочий по управлению должником внешнему управляющему". [3] В результате внешнего управления должно произойти удовлетворение всех обязательств должника, возникших на момент введения внешнего управления, а предприятие вернуться в разряд нормально функционирующих. Хотя закон о банкротстве и направлен в первую очередь на удовлетворение интересов кредиторов, а не собственников предприятия успех внешнего управления должен определяться не только и не столько удовлетворением требований кредиторов, сколько восстановлением производства.

Список используемой литературы:

1. Майкл Мескон и др. «Основы менеджмента», - Москва, 1995 г.
2. <http://www.arbitr.ru/>
3. <http://www.consultant.ru/>

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ПРИ УПРАВЛЕНИИ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ

Степанюк Н. М., студент, Кашук И. В., доцент

Томский политехнический университет

E-mail: stepanuk-nadezhda@sibmail.com

Муниципальная собственность наряду с местными финансами составляет экономическую основу местного самоуправления. Сейчас, не смотря на тотальную приватизацию всего и вся, государство и муниципалитеты остаются крупными собственниками имущества. Вопросы формирования, эффективного управления и распоряжения муниципальной собственностью, поэтому являются весьма актуальными в нынешних экономических условиях.

Экономический механизм управления собственностью города представляет собой комплекс законодательных, нормативных, административных актов и экономических действий органов власти, объединенных единой политикой и нацеленных на сбалансированное развитие жизнедеятельности городского сообщества. [1]

Система управления муниципальной недвижимостью имеет свою специфику, определяемую в основном спецификой использования муниципальной недвижимости.

Критерием эффективности использования муниципального имущества может выступать рациональность размещения разнообразных объектов с учетом специфики положения и уровня развития различных районов города, а также сочетания общегородских и местных интересов природопользования, экологической безопасности и т.д. Выделяют три аспекта, с позиций которых оценивается эффективность использования муниципальной недвижимости: земельный, градостроительный, природоохранный.

С позиций первого аспекта эффективность выражается максимальной суммой собираемых земельных платежей, с позиций второго – созданием пространственных условий развития материальной базы многоотраслевого комплекса города; с позиций третьего – максимальным сохранением ценных природных ландшафтов и обеспечением экологического равновесия, положительно сказывающегося, в конечном итоге, на здоровье населения.

На основании оценки эффективности использования объектов муниципальной недвижимости, можно проводить планирование вариантов использования объектов недвижимости: продажи, сдачи в аренду, передачи в управление, передачи в залог, внесения в качестве вклада в уставный капитал создаваемого общества.

Общим основанием для планирования проведения любого из перечисленных мероприятий является определение реальной рыночной стоимости объекта недвижимости. Основным критерием отбора варианта является максимальный доход от реализации того или иного варианта использования объекта недвижимости.

Бюджетная эффективность организаций, использующих городское имущество, а также организаций, в уставном капитале которых есть доля муниципалитета, рассчитывается как отношение суммы всех поступлений в бюджет и внебюджетные фонды города за анализируемый период (за вычетом льгот) к стоимости имущества, принадлежащего муниципалитету. [2]

В результате проведенного анализа можно выделить следующие задачи экономического механизма эффективного управления муниципальной собственностью:

- создание благоприятного экономического климата для функционирования хозяйствующих субъектов;
- совершенствование экономических условий для развития малого и среднего предпринимательства;
- финансовое оздоровление хозяйствующих субъектов посредством предоставления ресурсов города и различных льгот;
- формирование благоприятных условий для привлечения инвестиций в реальный сектор экономики для производственного, технологического и социального развития предприятий, создания конкурентоспособной продукции и услуг;
- стимулирование прозрачности капиталов и привлечение инвестиций;
- координация деятельности предприятий, связанных технологическими цепочками;
- согласование мер государственного протекционизма и поддержки отечественного производителя с требованиями рынка и финансовыми возможностями города;
- управление долгами и правами требования города как частью нематериальных активов;
- стимулирование внутренних преобразований на предприятиях и содействие их реструктуризации, необходимой для успешной работы в условиях рыночной экономики;
- использование долей (пакетов акций), находящихся в собственности города, как эффективного средства управления хозяйствующими субъектами и источник доходов города;
- оптимизация структуры собственности города.

С целью совершенствования экономического механизма управления и распоряжения муниципальной собственностью и повышения эффективности управления была разработана и предложена к реализации Концепция управления муниципальной собственностью, в которой рассмотрены конкретные способы и методы управления различными видами муниципальной собственности. Для оценки долгосрочного эффекта от мероприятий концепции был применен метод оценки текущей доходности стоимости реализации мероприятий. [3]

Итак, контроль над достижением эффективности управления может осуществляться по следующим направлениям:

- увеличение доходов местного бюджета от использования муниципального имущества;
- своевременная разработка и принятие соответствующей нормативно-правовой базы;
- сближение ставок за аренду муниципального имущества и рыночных ставок арендной платы;

- обеспечение полноты реестра объектов муниципального недвижимого имущества.

Главной проблемой формирования системы организации управления муниципальной собственностью является разработка концепции стратегии управления. Важная роль в этой стратегии отводится оценке недвижимости, которая представляет собой инструмент в системе управления объектами собственности и содействует практической реализации намеченных планов с учетом конкретных условий.

Основная цель оценки - определение вероятной денежной суммы, которую можно реально выручить при отчуждении имущественных прав на оцениваемый объект при конкретных рыночных условиях. Оценке подлежат: недвижимость (включая земельные участки, здания, сооружения), машины, оборудование, транспортные средства, интеллектуальная собственность, ценные бумаги, действующие предприятия, природные ресурсы. При этом имеется в виду их рыночная, инвестиционная и залоговая стоимость. Оценочные данные свидетельствуют о приросте стоимости в результате реструктуризации предприятия, реинжиниринга бизнес-процессов, разработки и реализации инноваций.

Обычно, когда говорят об оценке, в первую очередь имеют в виду оценку недвижимости. Так, стоимость основных фондов предприятий и организаций выступает как важный фактор, активно воздействующий на себестоимость продукции, позволяющий посредством амортизации создавать фонды финансовых ресурсов, обеспечивающих воспроизводство промышленного потенциала и формирующих инвестиционную привлекательность конкретных секторов экономики. Вывод очевиден: чем ближе фактическое значение стоимости объекта к истинному, тем меньше вероятность ошибки при принятии решения в области управления недвижимостью. Поэтому оценке должен предшествовать системный анализ параметров качества и ресурсоемкости объекта, а также условий и факторов внешней среды, влияющих на эти параметры. [4]

Применение различных способов и методов оценки объектов собственности оказывает серьезное влияние на показатели финансовой отчетности. В зависимости от характера оцениваемого объекта и цели оценки применяются методы, основанные на трех основных подходах:

- подход, предполагающий сравнение продаж, в котором используется процедура сопоставления объекта оценки с его объектами-аналогами, имеющими известную рыночную цену;
- затратный подход, основанный на калькуляции всех затрат при создании аналогичного объекта;
- доходный подход, который связан с расчетом величины, качества и продолжительности периода получения тех выгод, которые данный объект будет приносить в будущем.

Для сложных объектов оценка производится с использованием методов всех трех подходов.

Формирование эффективного управления собственностью неразрывно связано с ее оценкой, так как управление муниципальной собственностью представляет собой систему организационно-экономических отношений между ее различными субъектами и менеджерами. Отношения эти складываются по поводу организации воспроизводства, использования и трансформации объектов собственности, а целью их является реализация основополагающих социальных и экономических интересов общества и государства.

Список используемой литературы:

1. Управление государственной собственностью / Под ред. д.э.н., профессора В.И. Кошкина, к.э.н., доцента В.М. Шупыро. – М.: ИНФРА-М, 2009.
2. Лебедева О. И. Управление муниципальной собственностью через систему оценки недвижимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.m-economy.ru
3. Лукин И. С. О методологии оценки объектов государственной и муниципальной собственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.dpr.ru
4. Леви А. В. Государственное управление: эффективное управление муниципальной собственностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: region.mcnp.ru

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ

Хворостяная О. Г., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: olga@mail.ru

Научный руководитель: Кашук И. В., к.т.н., доцент

Сегодня для планомерной и последовательной реализации государственной политики эффективного использования земли и иной недвижимости, а также увеличения гражданского оборота и стимулирования инвестиционной деятельности, в интересах удовлетворения общества и граждан необходимо идентифицировать все объекты недвижимости и создать единую базу их пространственного размещения и ценности.

Земельные ресурсы являются не только самым большим из естественных богатств, они также как и рабочая сила, и отчасти производственные фонды, имеют многоцелевое назначение. Используются во всех отраслях и сферах хозяйства. Поскольку земля является главным национальным богатством, она должна находиться под особой охраной государства, которое обязуется гарантировать право собственности на землю. Такое богатство является важной предпосылкой социально-экономического развития России.

Земля является объектом недвижимости при оценке земли, требуется определить рыночную стоимость, либо стоимость права аренды земельного участка. Очевидно, что оценка любого объекта недвижимости земельного участка, в первую очередь, зависит от его местоположения, от спроса и предложения на рынке, характера конкуренции продавцов и покупателей, и не может превышать наиболее вероятные затраты на приобретение другого участка эквивалентной полезности. Одним из решающих условий эффективного использования земельных ресурсов является методически корректное определение цены земли, обеспечивающее установление обоснованных размеров разного рода платежей за землю и, в первую очередь, величины земельного налога. При этом принципиальное значение приобретает поиск такой расчетной величины, которая бы в полной мере соответствовала экономическим реалиям конкретного этапа общественного развития. Проблема заключается в том, что в современных экономических условиях отсутствуют методические основы для расчета объективно обоснованной равновесной цены земли, способной учитывать особенности российских региональных рынков, является крайне острой и актуальной проблемой. Оценка подразумевает расчет рыночной стоимости земельного участка, либо стоимости права аренды на него.

Определение рыночной стоимости земельного участка зависит от многих факторов: от местоположения; от спроса и предложения на рынке и характера конкуренции; от наиболее вероятных затрат на приобретение эквивалентного участка; от ожидаемой величины, срока и вероятности получения дохода; учитывает количественный и качественный состав инженерных коммуникаций и возможности присоединения к ним. Немаловажным фактором являются данные инженерно-геологических и инженерно-геодезических изысканий, позволяющие определить состав, состояние и свойства грунтов, и данные о рельефе местности, необходимые для прогнозирования возможного строительства и затрат связанных с ним. Необходимо учитывать, что стоимость изменяется во времени, и оценка земли всегда проводится по состоянию на конкретную дату, и при изменении целевого назначения использования рыночная стоимость, также меняется.

Рыночной стоимости права аренды зависит: срока действия права; обременений права аренды; прав иных лиц на оцениваемый объект; целевого назначения земельного участка; от ожидаемой величины, продолжительности и вероятности получения дохода от права аренды.

Основными целями оценки рыночной стоимости земельного участка являются предоставление отчета об оценке земельного участка в нотариальные органы для расчета нотариальной пошлины при оформлении наследства или расчета государственной пошлины при подаче заявления о расторжении брака. В таких случаях процедура оценки стоимости земли носит довольно условный характер и обычно нотариусу достаточно предоставить экспертное заключение для расчета пошлины. Такое заключение можно назвать «экспресс оценка земельного участка». Другое дело, если именно предметом спора является земельный участок.

Одним из основных принципов определения стоимости земельного участка является: эффективное его использование, то есть наиболее вероятное, физически возможное, экономически оправданное, соответствующее требованиям законодательства, финансово осуществимое, при котором расчетная величина стоимости участка будет максимальной. Наиболее эффективное использование земельного участка определяется с учетом возможного обоснованного его разделения на отдельные

части, отличающиеся формами, видом и характером использования, и может и не совпадать с текущим использованием. При определении наиболее эффективного использования принимается во внимание: целевое назначение и разрешенное использование; преобладающие способы землепользования в ближайшей окрестности; перспективы развития района расположения; ожидаемые изменения на рынке земли и иной недвижимости; его текущее использование. В России для использования земельных ресурсов с 13 декабря 1968 года ведется государственный кадастр, содержащий достоверных и необходимых сведений о природном, хозяйственном и правовом положении земель. Земельный кадастр включает регистрацию землепользования, учет количества и качества земельных угодий, бонитировку почв и экономическую оценку земель.

В мировой практике целями создания кадастров недвижимости являются: право собственности на недвижимое имущество, выплата налогов, а также территориальное планирование и информационное обеспечение регионов. Управление недвижимым имуществом, формирование территориальных рынков требует обращение к кадастру как единственному источнику совокупной полной информации.

Сегодня система учета земли и иной недвижимости разделены, для постановки на государственный кадастровый учет земельного участка и прочно связанного с ним объекта недвижимости и получения информации об объектах недвижимости необходимо обратиться в разные системы. Сведения об объектах недвижимости содержится в различных базах данных государственного земельного кадастра, технического учета объектов градостроительной деятельности, водного, лесного и других природно-ресурсных кадастров. Система учета не совершенна, дублируются функции, большие погрешности в данных. Существующие недостатки сказываются в целом на социально-экономическом развитии регионов: на инвестиционной политике, объемах ипотечного кредитования, не позволяют инвестору быть уверенным в надежности исполнения обязательств и использовать недвижимость как полноценный ликвидный актив. Кризис ипотечного кредитования, снижение инновационной активности, рост цен на недвижимость тормозят реализацию Федеральной целевой программы «Жилище» на 2002- 2010 годы.

Возможны два варианта создания системы земельного кадастра. Первый – это централизованное ведение государственного кадастра недвижимости на уровне органов кадастрового учета субъектов РФ. по единому регламенту. Второй- создание и ведение государственного кадастра на федеральном уровне. При разработке подпрограммы выбран второй вариант, так как он исключает возможность ведения двойного учета объектов, обеспечивает более полный контроль за учетом, упрощает процедуры межведомственного информационного обмена и обработки запросов сведений объектов независимо от их местонахождения.

Роснедвижимость должно было начать создание единого государственного кадастра недвижимости еще «вчера», однако этот процесс тормозит отсутствие закона о едином кадастре. Осенью 2006 года Госдума рассмотрела законопроект Правительства «О государственном кадастре недвижимости», разработанный в МЭРТЕ. Этот законопроект регламентирует процедуры кадастрового учета, описание объектов и порядок массовой оценки недвижимости. Он основан на трех подходах. Первый – объединение двух учетных систем: кадастрового учета земельных участков и технического учета зданий и сооружений. Второй- создании системы регулирования деятельности по землеустройству и технической инвентаризации. Третий- создание института массовой оценки недвижимости. Такая «революционная» система станет «основной инвестиционного процесса в стране»: обеспечит инвесторам единообразную оценку недвижимости, облегчит доступ к информации об объектах инвестиций, гарантирует правильное оформление право собственности на объект.

Кадастровая оценка земли проводится на основе комплексного применения трех подходов: доходного, сравнительного и затратного. Основными методами доходного подхода являются: метод прямой капитализации; дисконтирование денежных потоков; техника остатка дохода для земли. Основными методами сравнительного подхода метод сравнения продаж; метод переноса. Методы затратного подхода- метод изъятия; метод определения затрат на освоение; оценка по затратам на инфраструктуру; оценка по условиям типовых инвестиционных контрактов. Итоговая величина оценочной стоимости земельного участка выводится по результатам, полученным различными методами. При сравнении полученных данных предпочтение отдается оценкам, базирующихся на более полной и достоверной информации. Существенные расхождения конечных результатов указывают, прежде всего, на несбалансированность рынка земли и на профессиональные ошибки оценщика. В правилах проведения государственной кадастровой оценки земель, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 8 апреля 2000 года № 316, установлено привлечение к оце-

ночным работам профессиональных экспертов оценщиков, а контроль за проведением оценки возлагается на Роснедвижимость.

Список используемой литературы:

1. Земельный кодекс Российской Федерации по состоянию на 15.01.2010 года
2. Земельный кадастр г. Томска - Режим доступа: <http://Tomsk.gov.ru>
3. Кадастровый план – Режим доступа: <http://admin.tomsk.ru>
4. Федеральная служба земельного кадастра – Режим доступа: <http://aif.sibr.ru>

ИНТЕРНЕТ-PR В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ПРЕИМУЩЕСТВА И ПРОБЛЕМЫ

Черемнова М. А., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: mariacheremnova@sibmail.com

Научный руководитель: Кащук И. В., к.т.н, доцент

В условиях становления и развития информационного общества закономерно возрастает роль Интернет-технологий в системе маркетинговых коммуникаций. В последние годы специалисты в сфере маркетинга отмечают заметный рост популярности рекламы в Интернете, обусловленный, в частности, успехом целого ряда масштабных рекламных кампаний по продвижению бренда/ товара/ услуги. Однако при реализации PR-проектов в России потенциал современных информационных технологий до сих пор используется в очень ограниченном объеме. Между тем, сама коммуникативная природа PR предполагает ориентацию отечественных «пиарменов» на активное освоение киберпространства как новой и весьма перспективной площадки для развития предпринимательской деятельности. В этой связи весьма актуальным представляется акцентирование внимания на преимуществах, проблемах и перспективах Интернет-PR в России.

На основе обобщения и систематизации мнений различных специалистов и экспертов можно обозначить наиболее существенные достоинства Интернет-технологий в сфере PR [1].

Оперативность. Использование современных информационных технологий позволяет предоставлять электронную версию информационных сообщений о деятельности компаний как внутренней, так и внешней общественности, представители которой могут ознакомиться с содержанием этих сообщений непосредственно на мониторах своих компьютеров, практически в режиме реального времени. Существенно более высокую оперативность в трансляции информации (по сравнению с традиционными каналами) обеспечивают Интернет-СМИ. Если отправленный в офлайн-издание пресс-релиз сначала рассматривается на предмет возможности его публикации и лишь после принятия положительного решения, часто с большим опозданием, попадает на страницы или в эфир, то при отправке того же материала в одно из сетевых СМИ результат появляется практически мгновенно,

Экономичность. Интернет-PR существенно дешевле традиционных каналов распространения информации, что делает эту коммуникационную технологию доступной не только для крупного, но и для малого бизнеса. Например, стоимость создания и поддержки сайта варьируется в диапазоне от 500 до 5 000 \$. Соответственно за весьма небольшие деньги можно обеспечить информационный контакт со значительной частью (30-70%) Интернет-аудитории, которая, по разным оценкам, в настоящее время составляет в России от 10 до 15 миллионов человек.

Широта охвата. Всемирная компьютерная сеть Интернет развивается столь стремительно, что ежегодно число ее подписчиков и объем информационных ресурсов практически удваиваются. Не остается в стороне от этого бума и PR-деятельность. Размещенная в Интернет-СМИ информация появится не только на отдельном портале, но и на других сайтах, имеющих информеры от СМИ-сервера, а также в поисковых системах. Появление упоминаний о компании, инициировавшей PR-акцию, на близких по тематике Интернет-ресурсах позволит дополнительно расширить целевую аудиторию. Такая информация почти со 100%-ной вероятностью попадет на глаза всем службам мониторинга СМИ, а в результате может перекочевать и на страницы офлайн-изданий. Такой шанс особенно велик при публикации в популярных новостных порталах (например, Lenta.ru или RBC.ru), которые формируют “новостную атмосферу”, в том числе и в офлайне. Ещё более сильное влияние на офлайн-каналы подачи информации Интернет-СМИ оказывают в провинции, где пресса не обла-

дает столь мощными ресурсами для добычи информации, как в столице, и зачастую вынуждена ограничиваться мониторингом.

Точность информационного воздействия. Ориентация на использование Интернет-PR обеспечивает возможность более детального, чем в офлайне, ситуативного и географического выделения целевой аудитории. Как правило, аудитория популярных сайтов, страниц, Интернет-СМИ уже известна. Это позволяет экономить средства на проведение предварительных исследований целевой аудитории. Весьма значительно влияет на эффективность PR-кампании «прямой» вариант с рассылкой информации по e-mail непосредственно «конечным потребителям». Для последнего варианта создан ряд специализированных Интернет-сервисов, например, онлайн-пресс-центр PR Link, где организована выборочная подписка пользователей на пресс-релизы.

Эффективная обратная связь. Современные информационные технологии в PR позволяют внутренней и внешней общественности организаций через электронную почту в режиме диалога общаться с руководством. Тем самым общественность получает возможность оказывать влияние на политику компании. Люди все больше предпочитают «электронные» контакты личному общению с руководством организаций и общественностью. Высокая интерактивность и инициативность пользователей информационных ресурсов повышает эффективность PR как двусторонней коммуникации, осуществляемой в диалоговом режиме.

Широкие возможности мониторинга информационного воздействия. Интернет-технологии обеспечивают измерение эффективности PR-кампании без специальных исследований и, тем самым, создают необходимые условия для коррекции кампании по ходу ее проведения. Собственный сайт — практически идеальная площадка для интерактивных экспериментов. Речь идет о проведении аудита посетителей, который обычно осуществляется по разработанным специализированным PR-агентством методологиям в форме маркетинговых исследований, а также через онлайн-опросы, позволяющие охватить категории лиц, обычно остающиеся вне поля зрения при проведении маркетинговых исследований (молодые, обеспеченные и т. д.). Рациональная форма аудита также определяется методологией и особенностями деятельности заказчика.

Несмотря на столь очевидные достоинства Интернет-PR практика использования современных информационных технологий в этой сфере маркетинговых коммуникаций сопряжена в настоящее время и с рядом проблем, снижающих их эффективность.

В ряде случаев неудовлетворительный эффект от проведения PR-акций в Сети объясняется отсутствием учета специфики PR как формы маркетинговых коммуникаций со стороны их инициаторов и организаторов. В качестве таковых на рынок PR-услуг в Рунете вышли агентства, имеющие опыт работы исключительно с Интернет-рекламой (например, агентства «Promo Interactive» (www.promo.ru); «Прорыв» (www.breakth.ru); «Авангард» (www.ra-avangard.ru); Molinos.ru. Нередко Интернет-услуги по PR и рекламу клиент получает в одном сервисном пакете. Проблема состоит в том, что рекламные менеджеры, имеющие опыт работы хоть и с сетевой, но рекламой, то есть инструментом воздействия, а не коммуникации, пытаются реализовать новые проекты по старым принципам. Между тем, реклама – это не PR. Например, сроки проведения тех же PR-кампаний в отличие от рекламных зачастую измеряются месяцами. Существенные различия наблюдаются и в Интернете. Эффективно разместить баннеры – это одно, а вот обеспечить читаемость пресс-релизов – совсем другое.

По мере развития индустрии сетевых PR на рынке начинают появляться специализированные агентства, ориентированные исключительно на связи с общественностью, такие, как Imageland Interactive (www.interactive-PR.ru) или центр независимых специалистов PR Link (www.prlink.ru). Выходят в Сеть и классические PR-агентства (например, Pro-Vision Communications, www.pvc.ru), для которых Интернет-сервис – просто одно из новых направлений. В действиях некоторых из этих игроков рынка специалисты отмечают другую крайность – попытку перенести в Интернет PR-технологии, отработанные в офлайне. Участники рынка, которые идут по такому пути, изначально ограничивают пространство для деятельности рядом сетевых СМИ, имеющих аналогичный с офлайн-формат подачи информации. Понятно, что одновременно с этим PR-агентства несут существенные потери в приросте аудитории, так как подобной Интернет-прессой интересуются всё те же люди, что читают бумажные газеты. Сообщения же, ориентированные на Интернет, несмотря на одинаковую сущность с «бумажными» аналогами (все то же извещение об открытии/переработке сайта, запуске нового сервиса, проведении мероприятия, существенных событиях в бизнесе заказчика), должны несколько различаться по форме — в частности, быть короче и содержать только текст со ссылкой на дополнительные материалы.

Безусловно, обозначенные проблемы не могут рассматриваться как существенное препятствие для развития Интернет-PR и повышения их роли в системе маркетинговых коммуникаций, поскольку

расширение использования современных информационных технологий в различных сферах жизнедеятельности общества является объективной тенденцией и эффективность их будет возрастать по мере накопления и обобщения практического коммуникативного опыта.

Список используемой литературы:

1. Голубков Е.П. Использование Интернета в маркетинге // Маркетинг в России и за рубежом. 2002. № 3;
2. Беляева Т., Стялова И. Проблемы использования Интернета как инструмента PR в современной России // Маркетинг в России и за рубежом. 2003. № 1;
3. Туватова А.Н. Использование Интернет-технологий в маркетинге туризма // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 2.

ДИАГНОСТИКА КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ И СПОСОБЫ ЕЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Черкашин Д. Н., аспирант

Бийский технологический институт филиал Алтайского государственного технологического университета им. Ползунова И.И.

E-mail: 4dn@mail.ru

Научный руководитель: Мамашев Д. Р., к.э.н., профессор

На протяжении всей своей истории человечество сталкивалось с кризисными явлениями во всевозможных их формах и сферах проявления. Вместе с тем, если некоторые аспекты кризисов начинались изучаться в ранние эпохи (к примеру, войны – которые являются следствием кризиса в отношениях между государствами), то кризисы как процессы, протекающие в социально-экономической системе, стали исследовать сравнительно недавно.

В настоящее время особенности кризисных процессов и методы антикризисного управления в достаточной степени изучены с позиции цикличности развития национальных экономик, а также на уровне отдельных предприятий и организаций. Вместе с тем, значительный интерес представляет проблема антикризисного муниципального управления, решение которой позволяет обеспечивать органы местного самоуправления эффективными рычагами предсказания и предотвращения кризисных процессов на уровне муниципального образования. Данная проблема изучалась рядом отечественных и зарубежных ученых ([1], [2] и другие).

Система оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления, состоящая из 30 показателей, определена Указом Президента РФ «Об эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов» от 28 апреля 2008 года [3].

Основной отличительной особенностью данной системы является обширность выбора оценочных критериев от количества смертей в возрасте до 65 лет, до численности субъектов малого предпринимательства. В то же время данная система показателей в недостаточной степени направлена на предсказание возможного кризисного состояния муниципального образования.

В связи с этим, с целью предсказания кризиса муниципального образования предлагается подход исследования муниципального образования (рис. 1) с позиций изучения взаимосвязей населения, организаций и государства.

В основе данного подхода лежит представление о физических и юридических лицах как об основных элементах муниципальной системы, в то время как оставшиеся элементы этой системы являются их производными и представляют собой муниципальную инфраструктуру.



Рисунок 1. Структура муниципального образования

При этом инфраструктура любого муниципального образования должна включать следующие обязательные элементы:

- способность обеспечивать устойчивые финансовые потоки;
- сфера удовлетворения материальных потребностей;
- сфера удовлетворения нематериальных потребностей;
- жилищно-коммунальное хозяйство (недвижимость, коммунальная инфраструктура);
- органы управления и регулирования, обеспечивающие порядок и четкость функционирования муниципальных процессов.

Население муниципального образования, юридические лица, функционирующие на его территории, а также объекты городской инфраструктуры представляют собой материально-вещественный уровень города, показатели которого являются наиболее приемлемыми для изучения при анализе кризисных процессов в муниципальном образовании. Однако, в связи с тем, что зачастую показатели, характеризующие данный уровень, не всегда сопоставимы для сравнения, предлагаемый подход предполагает дополнительное исследование индикаторов второго уровня - денежно-финансового, отражающих доходную и расходную части местных бюджетов.

Доходы городского бюджета является финансовым позиционированием «жителей» города, которые, платя налоги в местный, региональный и федеральный бюджеты обеспечивают функционирование городской инфраструктуры.

Доходы местного бюджета состоят из двух составляющих:

1. собственные (налоговые и не налоговые поступления);
2. безвозмездно полученные (поступления из федерального и региональных бюджетов).

После формирования доходов происходит их перераспределение между элементами муниципальной инфраструктуры посредством составления расходов городского бюджета, именно поэтому расходы бюджета представляют собой финансовое позиционирование городской инфраструктуры.

После составления и утверждения расходов необходимо довести финансирование до конечных пользователей (элементов инфраструктуры). Так как в четверти муниципальной инфраструктуры отсутствуют исходящие денежные потоки, поэтому данная зона является зоной реципиента.

В центре всех вышеописанных процессов находится муниципалитет, который их контролирует и от того насколько правильно он это делает, зависит ситуация в муниципальном образовании.

Таким образом, диагностика кризисных ситуаций должна вестись одновременно на двух уровнях муниципального образования.

Применение описанного подхода при исследовании социально-экономического состояния города Бийска Алтайского края позволило выявить следующие негативные моменты:

В отношении физических лиц:

- в городе наблюдается устойчивый отрицательный миграционный баланс: в 2008 он составлял 0,5% от численности населения города (людей не удовлетворяет городская инфраструктура);

- средний уровень заработной платы в городе существенно отстает от среднего уровня заработной платы по стране: за 2008 год отставание составляло 49,08 % (10303 рубля – среднегородская заработная плата и 20238 рублей средняя заработная плата по России).

В отношении юридических лиц:

- в городе отсутствует действенная программа по поддержке малого предпринимательства, вследствие чего в 2007 году прекратило деятельность 26,17 % организаций данного типа;

- в крупнейших отраслях промышленности города (обрабатывающая и производство электроэнергии, воды и газа) наблюдается значительный износ основных фондов, граничащий с 50 %.

В отношении доходов местного бюджета:

- в структуре налоговых доходов существует непрогнозируемая компонента, которая в определенные периоды оказывала существенное влияние на динамику налоговых поступлений (задолженность и перерасчеты по отмененным налогам и сборам);

- инструментарием, имеющимся у муниципалитете на данный момент невозможно добиться существенного повышения налоговых поступлений в долгосрочной и среднесрочной перспективах;

- наблюдаемый рост налоговых поступлений сопоставим с уровнем инфляции и сложившейся за анализируемый период налоговой конъюнктурой;

- практически все не налоговые доходы Бийска на сегодняшний день являются или не возобновляемыми (продажа имущества) или носят случайный характер (штрафы, санкции, возмещение ущерба), поэтому их сложно или невозможно прогнозировать,

На данный момент ведется работа по анализу муниципальной инфраструктуры и расходов города, а так же по разработке мероприятий, направленных на устранение выявленных проблем.

Список используемой литературы:

1. Гридина А.В. Антикризисное управление муниципальным образованием: теоретические и практические аспекты: автореферат по диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук.
2. Ситенков А.А. Разработка методики оценки управленческого состояния муниципального образования: автореферат по диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук.
3. Об эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов. Указ президента Российской Федерации от 28.04.2008 № 607.

СУЩНОСТЬ МЕТОДА КАПИТАЛИЗАЦИИ ДОХОДОВ В ОЦЕНКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Чернов А. А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: chernovanatolij@sibmail.com

Научный руководитель: Еремин В. В., к.э.н., доцент.

Среди методов оценки бизнеса важное значение занимает метод капитализации доходов.

Метод капитализации прибыли является одним из вариантов доходного подхода к оценке бизнеса действующего предприятия. Как и другие варианты доходного подхода, он основан на базовой посылке, в соответствии с которой стоимость доли собственности в предприятии равна текущей стоимости будущих доходов, которые принесет эта собственность.

Методы применяются в тех случаях, когда имеется достаточное количество данных для оценки дохода. Доход является стабильным или, по крайней мере, ожидается, что текущие денежные доходы приблизительно будут равны будущим или темпы их роста - умеренны. Это касается, например, бизнеса основанного на арендной плате, постоянной клиентской базе и тому подобное, на многие годы вперед. В силу того, что текущая стоимость очень чувствительна к изменениям коэффициента капитализации, для использования метода прямой капитализации необходимо тщательное обоснование коэффициента капитализации.

Капитализация – это превращение денежного потока в стоимость путем деления или умножения (чаще деления) рассчитанной величины потока дохода на коэффициент капитализации или мультипликатор. Сущность данного метода выражается формулой (1)

, или (1)

$$V_m = \text{Доход} / K \text{ или } V = D \times M, \quad (2)$$

где: V_m - оцениваемая стоимость;

D - доход;

K - коэффициент капитализации;

M - мультипликатор.

Суть метода капитализации заключается в определении величины ежегодных доходов и соответствующей этим доходам ставки капитализации, на основе которой рассчитывается рыночная стоимость компании. Использование данного метода заставляет оценщика решать следующие задачи:

1. Определить продолжительность анализируемого периода.
2. Определить капитализируемую базу.
3. Определить коэффициент капитализации.
4. Рассчитать рыночную стоимость.

Существует множество методов капитализации дохода предприятия, различающиеся в зависимости от принятых для базы (видов) дохода и фактора, на который делятся или умножаются эти доходы. Так, например, можно выделить: капитализацию чистого дохода (до налогообложения, выплаты процентов и капитализации затрат); капитализацию чистого дохода (после налогообложения, выплаты процентов и капитальных затрат); капитализацию фактических дивидендов; капитализацию потенциальных дивидендов; использование мультипликаторов: цена / прибыль, цена / выручка и др.

При расчете чистого дохода важно правильно выбрать период времени, за который производятся расчеты. В качестве анализируемого периода можно выбрать три периода в прошлом, либо два периода в прошлом, один в настоящем и два прогнозных периода. Особое внимание следует обращать на сопоставимость используемых показателей. Капитализируемой базой, как правило, является скорректированная прибыль компании, тем не менее в практике иногда не используется выручка, либо финансовый результат до налогообложения. Показатель чистой прибыли обычно используется для оценки компаний, в активах которых преобладает быстроизнашивающееся оборудование. Для компаний, обладающих значительной недвижимостью, балансовая стоимость которых уменьшается, а фактическая остается почти неизменной, предпочитают использовать денежный поток.

Следующий важный вопрос, который возникает при расчете чистого дохода - выбор способа его расчета. Простейшим способом является расчет по формуле средней арифметической чистого дохода. Более точно рыночную стоимость обычно удается рассчитать в случае определения чистого дохода по формуле средневзвешивания или тренду. Если в динамике показателя чистого дохода за выбранный ретроспективный период не прослеживается какой-либо четкой тенденции, то базовый показатель чистого дохода компании может быть получен как среднеарифметическая за этот период. Если же аналитик считает, что для прогноза будущих чистых доходов наиболее важными являются чистые доходы за последние периоды, то он использует весовые коэффициенты.

Основное преимущество - простота расчетов. Другое преимущество состоит в том, что метод прямой капитализации так или иначе непосредственно отражает рыночную конъюнктуру.

Список используемой литературы:

1. Коротков Э.М. Антикризисное управление. Учебник. М.: «Инфра-М», 2007.-339 с.
2. Козырь Ю.В. Стоимость компании. Оценка и управленческие решения. Учебное пособие. М.: «Альфа-Пресс», 2008. - 380 с.
3. Кошкин В.И. Организации и методы оценки предприятия (БИЗНЕСА). Учебник. М.: «Экмос», 2005. – 540 с.
4. Оценка бизнеса. Оценка предприятия. Оценка стоимости компании. Оценочная компания «ПРО-Оценка» // <http://www.proocenka.ru/>

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СЛИЯНИЯ ПОГЛОЩЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ «КУЗБАССКОЙ ВАГОНОСТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ» И ОАО РАЗРЕЗ «ШЕСТАКИ»

Чесноков Н. С., студент

Кузбасский государственный технический университет

E-mail: lordic-009@mail.ru

Научный руководитель: Савосина З. П., к.э.н., профессор

Последствия глобализации экономики повсеместно вынуждают компании укрупнять капитал в целях более эффективного его использования. Этот процесс в рыночных условиях становится явлением обычным, практически повседневным. Девяностые годы XX в., равно как и начало XXI в., стали временем настоящего бума слияний и поглощений, сделав эту форму корпоративных стратегий инвестирования наиболее значимой в политике современных компаний. Складывающиеся рыночные отношения открывают большие перспективы для российского бизнеса, но в то же время большинство предприятий имеет мало шансов на дальнейшее существование без реструктуризации. В связи с этим реструктуризацию следует рассматривать как основной этап реформирования предприятия для дальнейшего осуществления мер по инвестиционному развитию производств и формированию оптимальной структуры собственников. Главная цель реструктуризации – поиск источников развития предприятия на основе внутренних и внешних факторов. Одним из видов деятельности по стратегическому направлению реструктурирования является расширение (слияние) компаний.

Слияние – один из самых распространенных приемов развития, к которому прибегают в настоящее время даже очень успешные компании. Этот процесс в рыночных условиях становится явлением обычным, практически повседневным.

Слияние (в соответствии с общепринятым зарубежным подходом) – любое объединение хозяйствующих субъектов, в результате которого образуется единая экономическая единица из двух или более ранее существовавших структур. Слияние (в соответствии с российским законодательством) – реорганизация юридических лиц, при которой права и обязанности каждого из них переходят ко вновь возникшему юридическому лицу в соответствии с передаточным актом. Следовательно, необходимым условием оформления сделки слияния компаний является появление нового юридического лица, при этом новая компания образуется на основе двух или нескольких прежних фирм, утрачивающих полностью свое самостоятельное существование. Новая компания берет под свой контроль управление, все активы и обязательства перед клиентами компаний – своих составных частей, после чего последние распускаются.

В зарубежной же практике под слиянием может пониматься объединение нескольких фирм, в результате которого одна из них выживает, а остальные утрачивают свою самостоятельность и прекращают существование. В российском законодательстве этот случай попадает под термин “присоединение”, подразумевающий, что происходит прекращение деятельности одного или нескольких юридических лиц с передачей всех их прав и обязанностей обществу, к которому они присоединяются. За рубежом понятия “слияния” и “поглощения” не имеют такого четкого разграничения, как в нашем законодательстве.

Поглощение компании можно определить как взятие одной компанией другой под свой контроль, управление ею с приобретением абсолютного или частичного права собственности на нее. Поглощение компании зачастую осуществляется путем скупки всех акций предприятия на бирже, означающей приобретение этого предприятия. Практика подтверждает, что объектами поглощений, как правило, оказываются компании с невысокими экономическими показателями. Исследования показывают, что в поглощенных компаниях фактические нормы доходности были относительно низкими в течение нескольких лет до их присоединения к другим фирмам. Безусловно, слияния и поглощения не следует считать единственно возможным средством совершенствования методов управления. Конечно, если реструктуризация позволит повысить качество управления, то это само по себе достаточно веский аргумент в ее пользу. Однако, порой можно переоценить свои возможности управлять более сложной организацией и иметь дело с незнакомыми технологиями и рынками. Тем не менее в некоторых ситуациях именно эти процедуры представляют собой наиболее простой и рациональный способ повышения качества управления.

Теория и практика современного корпоративного менеджмента выдвигает достаточно много причин для объяснения слияний и поглощений компаний. Выявление мотивов слияний очень важно,

именно они отражают причины, по которым две или несколько компаний, объединившись, стоят дороже, чем по отдельности. А рост капитализированной стоимости объединенной компании является целью большинства слияний и поглощений.

Основная причина реструктуризации компаний в виде слияний и поглощений кроется в стремлении получить и усилить синергетический эффект, т.е. взаимодополняющее действие активов двух или нескольких предприятий, совокупный результат которого намного превышает сумму результатов отдельных действий этих компаний. Синергетический эффект в данном случае может возникнуть благодаря:

- 1) экономии, обусловленной масштабами деятельности;
- 2) комбинирования взаимодополняющих ресурсов;
- 3) финансовой экономии за счет снижения транзакционных издержек;
- 4) возросшей рыночной мощи из-за снижения конкуренции (мотив монополии);
- 5) взаимодополняемости в области НИОКР.

Для достижения поставленной цели слияний и поглощений необходимо:

- правильно выбрать организационную форму сделки;
- обеспечить четкое соответствие сделки антимонопольному законодательству;
- иметь достаточно финансовых ресурсов для объединения;
- в случае слияния быстро и мирно решить вопрос “кто главный”;
- максимально быстро включить в процесс слияния не только высший, но и средний управленческий персонал.

В силу своей сложности каждая сделка слияния/поглощения уникальна и имеет множество особенностей, тем не менее, в мире сложились достаточно согласованные подходы к проведению подобных сделок, охватывающие множество различных аспектов этого процесса. Сделка слияние/поглощение классифицируется на основании частных критериев – факторных признаков, которых тем больше, чем сложнее сделка. Тем не менее, в качестве классификационных признаков обычно используются следующие: отраслевой охват сделки, сущность сделки, способ финансирования, источник финансирования, отношения между компаниями-участниками сделки, участие государства.

Для анализа эффективности слияний/поглощений проведена сравнительная оценка деятельности предприятий, отдельных отраслей промышленности, прошедших эту процедуру.

Таковыми предприятиями являются Кузбасская вагоностроительная компания и предприятие группы компаний ЗАО «Стройсервис» - ОАО разрез «Шестаки».

Кузбасская вагоностроительная компания создана в начале 2008 года путем слияния ОАО «КемеровоХиммаш» и КФ ОАО «Алтайвагон».

В результате объединения Кузбасская вагоностроительная компания в 2008 году по сравнению с 2007 годом улучшила основные экономические показатели. Так, товарная продукция в сопоставимых целях увеличилась более чем в 4 раза, соответственно, реализованная – в 3.5 раза, затраты на рубль товарной продукции снизились почти на 4 коп., вместо убытка в 2006, 2007 годах в 2008 году предприятие имеет прибыль более 14 млн.руб.

Аналогичные результаты имеет и разрез «Шестаки». Разрез «Шестаки» в августе 2000 г. приобрела группа компаний ЗАО «Стройсервис» путем покупки всех акций с оплатой их в денежной форме. В данном случае речь идет о поглощении, т.е. взятие ЗАО «Стройсервис» под свой контроль ОАО разрез «Шестаки», и управление им с приобретением абсолютного права собственности.

Результаты деятельности ОАО разрез «Шестаки» после поглощения были видны уже в течение первого полугодия. За период январь-июль 2000 г. Предприятием было добыто 233 тыс. тонн угля, т.е. добыча угля была увеличена более чем на 15%. При этом себестоимость одной тонны угля выросла лишь на 0.03% за счет организации новых рабочих мест, увеличения фонда оплаты труда. В 2008 г. объем реализованной продукции составил уже более 2 млрд. руб, затраты на рубль товарной продукции – 57,2 коп., прибыль до налогообложения – более 600 млн.руб., рентабельность производства - 139,3%.

Таким образом, результаты проведения процедуры слияния/поглощения являются положительными. Несмотря на это, в процессе проведения процедур слияния/поглощения остается много открытых вопросов и нерешенных проблем, а именно низкий уровень платежеспособности и финансовой устойчивости, неудовлетворительная структура баланса и т.д., которые необходимо исследовать и анализировать.

Список используемой литературы:

1. Игнатишин Ю. Слияния и поглощения: стратегия, тактика, финансы. –СПб.: Питер, 2005. 208 с.: ил.
2. Владимирова И. Г. Слияние и поглощение компаний // Менеджмент в России и за рубежом 2004 г. № 1
3. Пирогов А. Н. Оценка слияний и поглощений российских компаний
4. Дж. Галпин Т, Хэндон М. Полное руководство по слияниям и поглощениям компаний» / Пер с англ. – издательский дом «Вильямс»

**РОЛЬ СОЦИОНИКИ В КАДРОММ МЕНЕДЖМЕНТЕ НА
ПРЕДПРИЯТИИ В ПЕРИОД КРИЗИСА**

Чечнева Н. Г., студентка; Киселева Е. С., ассистент

Томский политехнический университет

E-mail: STARIS7777@yandex.ru

В последние три десятка лет маркетинг взаимоотношений (relationship marketing, RM), был и остается предметом актуальных научных дискуссий среди теоретиков и практиков маркетинга. По мнению авторов, концепция маркетинга взаимоотношений – это современная концепция маркетинга, которая становится особенно актуальной в период кризиса. Построение привилегированных отношений с работниками компании – это одна из основных целей данной концепции. Авторы считают идейным дать следующее определение. Маркетинг взаимоотношений с работниками (RM – Employee, RM – E) – это создание надежных, долгосрочных, взаимовыгодных и ценных взаимоотношений со всеми работниками фирмы. Целесообразно будет выделить следующие цели RM – E: обеспечение компании ценными кадрами и установление с ними ценных для обеих сторон взаимоотношений; удовлетворение социальных, психологических, моральных, этических и других потребностей работников; укрепление имиджа предприятия в глазах всех сотрудников и представителей внешнего окружения (конкурентов, деловых партнеров, потребителей).

Основная цель статьи – доказать значимость внедрения теоретических и практических разработок соционики для достижения высоких результатов в процессе реализации RM. Для всех организаций управление людьми имеет первостепенное значение. Без правильно отобранного, расставленного и профессионально подготовленного персонала ни одна организация не сможет достичь своих целей и выжить. Основная причина рыночной несостоятельности - грубейшие просчеты руководителей, низкий уровень менеджмента, отсутствие опыта работы в условиях рынка, а также стремление многих из них обогатить себя, приближенных за счет трудовых коллективов. Новым управляющим нужно в полной мере осознать, что «делают деньги» не они, а их трудовой коллектив и, руководители, создавая для персонала трудности, должны это осознать.

Особенности кадровой политики в организации в условиях кризиса связаны с ограниченностью финансовых средств: неизбежностью организационных мер, связанных со свертыванием ряда программ социального развития и сокращением численности персонала: повышенной социально-психологической напряженностью в коллективе. Следовательно, в кризисном предприятии управление персоналом заключается в умение руководителем грамотно расставить людей по местам, чтобы они работали с полной отдачей для себя и организации, наладить коммуникацию в коллективе, систему поощрений и наказаний, систему социальной защиты.

Правильное использование сотрудников организации, в соответствии с их способностями, является одной из главных причин ее успешной работы. И, наоборот, незнание способностей людей, а, следовательно, и их потенциальных рабочих возможностей, расстановка людей в нарушение личных интересов, в несоответствии со способностями является одной из возможных причин кризиса организации. Задача кадровой политики состоит в адаптации персонала не к изменениям внешних факторов путем «латания дыр», а к скорости этих изменений, в опережении их. А стратегия управления персоналом кризисной организации включает комплекс мер, реализуемых руководством и направленных на мобилизацию кадрового потенциала организации в сжатые сроки. Для решения этих задач необходимо применение корпоративной соционики, так как она помогает организовать рабочие отношения в коллективе, снизить риск профессиональных выгораний и стрессовую нагрузку на работника, увеличить отдачу отдела.

Целесообразно будет ответить на вопрос: «Каким образом соционика может помочь в эффективной реализации RM – E?» Соционика – это наука, которая предлагает классификацию, состоящую из 16 типов личности с эмпирическим их описанием. Эти социотипы выделены, исходя из принадлежности личности к разным полюсам: экстраверты (E) – интроверты (I), этики (F) – логики (T), сенсорики (S) – интуиты (N), рационалы (J) – иррационалы (P) [1, с.32-42].

В управлении персоналом на предприятии в условиях кризиса использование соционической типологии в отборе персонала, кадровой расстановке, специалисту по кадрам поможет легче прогнозировать адаптацию, поведение человека в коллективе, его ценности и стремления, карьеру, зная о типе информационного метаболизма данного сотрудника. Кроме того, отдельные характеристики также дают представление о склонностях и устремлениях личности. К примеру, интроверт стремится к комфорту и благосостоянию (чтоб внешний мир был стабилен и внутреннему не мешал), а экстраверт, напротив, предпочитает повышение по службе.

Таким образом, использование психоинформационных технологий позволяет не только дать общий анализ личности, но и:

- отметить сильные и слабые стороны человека, его возможные проблемы;
- чего не рекомендуется ожидать и требовать от данного человека;
- выдать рекомендации по оптимизации индивидуального стиля деятельности и совершенствованию его слабых сторон;
- обеспечить индивидуальный подход к человеку;
- выдать рекомендации по улучшению социально-психологического климата в коллективе на основании прогноза психологической и информационной совместимости сотрудников [2].

В отборе персонала определение психологического типа кандидата позволяет:

- сравнить его тип с типом, обозначенным в «эталонном профиле должности»;
- прогнозировать общую модель поведения, типологические особенности характера и предпочитаемый индивидуальный стиль деятельности.
- прогнозировать поведение в конфликтных и нестандартных ситуациях;
- прогнозировать его способность вписаться в корпоративную культуру организации.

Подобная информация, доведенная до сведения линейных руководителей (в необходимом для их деятельности объеме), позволяет им оптимизировать управленческие решения, рационально используя кадровый потенциал.

В разработке систем мотивации: учет «типных» ценностей повысит качество мотивации сотрудников, позволив совместить их личные интересы с интересами организации. Несмотря на уникальность каждого человека, и многообразие его мотивов, целей и интересов, существуют ценности, характерные как для каждого психологического типа, так и для определенных групп типов. Эти интересы занимают далеко не последнее место в иерархии личностных ценностей сотрудников. Ведь организация – это система, объединяющая людей, имеющих общую цель, которая не может быть достигнута ни одним из них без помощи других, при этом каждый сотрудник добивается и своих личных целей.

В адаптации персонала: знание предпочитаемого индивидуального стиля деятельности, присущего представителям каждого психологического типа, позволяет ускорить процесс адаптации персонала.

В обучении и развитии персонала: знание слабых сторон, присущих представителям любого психологического типа, позволяет проводить целенаправленное обучение в форме тренингов общения, лидерства, креативности, тайм-менеджмента и т.п. Кроме того, в процессе обучения возможно обеспечение подачи новой информации в виде, наиболее удобном для усвоения представителями различных психологических типов.

Социально-психологический климат организации. Знание психологических типов сотрудников позволяет: определить степень естественной психологической, информационной и деловой совместимости членов коллектива; сократить текучесть кадров за счет формирования благоприятного психологического и делового климата в коллективе; прогнозировать совместимость людей, которые раньше не встречались;

- предсказывать особенности поведения конкретного сотрудника в конфликтных и нестандартных ситуациях;
- выявлять наличие группировок и неформальных лидеров; прогнозировать и предотвращать конфликтные ситуации, как в подразделениях, так и между подразделениями организации [3].

Знание психологического типа сотрудника позволяет: оценить лидерские качества и предпочитаемый стиль управления, присущий представителю данного психологического типа; оценить управляемость и исполнительский стиль деятельности сотрудника в зависимости от психологического типа его начальника; обеспечить преемственность или целенаправленность смены стиля руководства подразделением организации; формирование коллективов подразделений или команд, направленных на решение определенных целевых задач из психологических типов, наиболее способных решать поставленные задачи благодаря своим сильным типологическим особенностям характера [4].

Знание соционики позволяет более эффективно организовать управление бизнесом или производством. Во-первых, это оптимальный подбор кадров и их расстановка с учетом психоинформационной совместимости, что обеспечивает как деловую, так и психологическую совместимость, особенно, это важно на предприятии находящемся в кризисном состоянии, где существует морально – психологическая напряженность. Также следует, отметить методы соционики дают возможность формировать группы, решающие задачи намного эффективней, чем собранные случайным образом. Это же относится и к проблемам "мозгового штурма". С помощью соционических технологий можно создавать группы, в которых при решении задач возникает резонанс между психикой индивидуумов и образуется "коллективный гипермозг". При этом сложная проблема решается в течение короткого времени (8-12 минут) с многосторонним рассмотрением всех ее аспектов как показывают исследования Международного института соционики. Подобные группы в руководстве коллективом весьма эффективны на предприятии в условиях кризиса, где фактор времени играет решающую роль [5-6].

В заключении следует сказать, что соционика позволяет определять уровень комфортности или дискомфорта каждого члена коллектива, его коэффициент полезного действия в данном коллективе, если решается вопрос об увольнении одного из сотрудников, которые выполняют сходные функции или перевод работника в другое подразделение (цех). Кроме того, знание интегрального типа коллектива как единого целого помогает руководителю более эффективно управлять им, понимать его проблемы и происходящие в нем процессы. Руководитель предприятия должен воспользоваться услугами компетентного психолога для того, чтобы определить тип каждого из сотрудников. Далее стоит собрать всех сотрудников и обеспечить соответствующей их способностям работой, добившись тем самым наиболее эффективных результатов, так как, когда занимаешься любимым делом, не жалко ни времени, ни сил. При этом от руководителя не потребуется лишних усилий на контроль и понукание, ведь у каждого будет своя роль, любимая работа и стимулы к действию!

Список используемой литературы:

1. Креггер О. Типы людей и бизнес / Отто Креггер, Дженет Тьюсон; пер. с англ. В.Г. Панова. – М.: АСТ: Астрель, 2006. – 457с.
2. Андреева Г.М. Социальная психология. М., Аспект Пресс, 2009.
3. Букалов А.В., Карпенко О.Б., Чикирисова Г.В. Соционический анализ коллективов и рекомендации руководителям. //Отчеты по НИР. NN 3-45. - Международный институт соционики. 2009.
4. Журнал «Служба кадров и персонал» № 2, 2010, стр. 7-11.
5. <http://www.rian.ru/economy/20091002/151791821.html>
6. http://www.informprom.ru/news_full.html?id=15070

ВЛИЯНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Чуваткин А. О., студент; Павленко А. Н., ассистент

Томский политехнический университет

E-mail: Chuvatkin@sibmail.com

Согласно Федеральному Закону РФ «О бухгалтерском учете», в число основных задач бухгалтерского учета входит предотвращение отрицательных результатов хозяйственной деятельности организации и выявление внутрихозяйственных резервов обеспечения ее финансовой устойчивости. Непосредственно финансовая устойчивость является отражением стабильного превышения доходов над расходами, обеспечивает свободное маневрирование денежными средствами организации и путём их эффективного использования способствует бесперебойному процессу производства и реали-

зации продукции. Финансовая устойчивость отражает соотношение собственных и заёмных средств, темпы накопления собственных средств, в результате текущей и финансовой деятельности, соотношение мобильных и иммобилизованных средств предприятия, достаточное обеспечение материальных оборотных средств собственными источниками. Поэтому финансовая устойчивость формируется в процессе всей производственно-хозяйственной деятельности и является главным компонентом общей устойчивости предприятия.

Известно, что за счет собственных и заемных источников происходит формирование оборотных средств предприятия. Средства и источники средств предприятия находятся в постоянном кругообороте – деньги превращаются в сырье и материалы, которые в ходе производственного процесса становятся готовой продукцией, которая реализуется за наличный или безналичный расчет. В ходе этих процессов возникают расчеты с юридическими и физическими лицами, Пенсионным фондом, органами социального и медицинского страхования, бюджетами всех уровней и др. Следовательно, поддержание оптимального объема и структуры текущих активов, источников их покрытия и соотношения между ними – необходимая составляющая обеспечения стабильной и эффективной работы предприятия. В свою очередь, стабильность и эффективность работы предприятия во многом зависит от его способности погашать свои текущие и долговременные обязательства, а также вовремя получать причитающиеся ему средства от реализации продукции, услуг и пр., чтобы поддерживать непрерывность воспроизводственного цикла – иными словами, от степени *платежеспособности и кредитоспособности* предприятия.

Платежеспособность и кредитоспособность является одними из форм проявления финансовой устойчивости.

Анализ устойчивости финансового состояния на ту или иную дату позволяет ответить на вопрос: насколько правильно организация управляла финансовыми ресурсами в течение периода, предшествующего этой дате.

Важно, чтобы состояние финансовых ресурсов соответствовало требованиям рынка и отвечало потребностям развития предприятия, поскольку недостаточная финансовая устойчивость может привести к неплатежеспособности предприятия и отсутствию у него средств для развития производства, а избыточная – препятствовать развитию, отягощая затраты предприятия излишними запасами и резервами.

Таким образом, одной из форм внешнего проявления финансовой устойчивости организации является её платежеспособность, то есть способность своевременно выполнять все свои платёжные обязательства, вытекающие из торговых, кредитных и иных операций платёжного характера.

В рамках внутреннего анализа осуществляется углублённое исследование финансовой устойчивости предприятия на основе построения структуры неплатежеспособности, включающего следующие взаимосвязанные группы показателей:

Общая величина неплатежей:

- просроченная задолженность по ссудам банка;
- просроченная задолженность по расчётным документам поставщиков;
- недоимки в бюджете;
- прочие неплатежи, в том числе по оплате труда.

Причины неплатежей:

- недостаток собственных оборотных средств;
- сверхплановые запасы товарно-материальных ценностей;
- товары отгруженные, но не оплачены в срок покупателями, и товары на ответственном хранении у покупателей ввиду отказа от акцепта;
- иммобилизация оборотных средств в капитальное строительство, в задолженность работников по полученным ими ссудам, а также расходы, не перекрытые средствами специальных фондов и целевого финансирования.

Источники, ослабляющие финансовую напряжённость:

- временно свободные собственные средства (фонды экономического стимулирования, финансовые резервы и другие);
- привлечённые средства (превышение нормальной кредиторской задолженности над дебиторской);
- кредиты банка на временное пополнение оборотных средств и прочие заёмные средства.

При полном учёте общей величины неплатежей и источников, ослабляющих финансовую напряжённость, итог по группе 2 должен равняться сумме итогов по группам 1 и 3. Для анализа финан-

совой устойчивости, платёжной дисциплины и кредитных отношений рекомендуется рассматривать данные показатели в динамике.

Другим проявлением динамической устойчивости служит её **кредитоспособность**. Так, высшей формой устойчивости предприятия является его способность развиваться в условиях внутренней и внешней среды. Для этого предприятие должно обладать гибкой структурой финансовых ресурсов и при необходимости иметь возможность привлекать заёмные средства, то есть быть кредитоспособным.

Организация является кредитоспособной, если у неё существуют предпосылки для получения кредита и способность своевременно возратить взятую ссуду с уплатой причитающихся процентов за счёт прибыли или других финансовых ресурсов.

За счёт прибыли предприятие не только повышает свои обязательства перед бюджетом, банками, другими предприятиями, но и инвестирует средства в капитальные затраты. Для поддержания финансовой устойчивости важен не только рост абсолютной величины прибыли, но и её уровня относительно вложенного капитала или затрат организации, то есть рентабельности. Необходимо также помнить, что высокая прибыльность связана и с более высоким риском, а это означает, что вместо получения дохода предприятие может понести убытки и даже стать неплатёжеспособным.

Таким образом, можно сказать, что финансовая устойчивость – это комплексное понятие, охватывающее такое состояние финансовых ресурсов предприятия, их распределение и использование, которое гарантирует и обеспечивает развитие предприятия на основе роста прибыли и капитала при сохранении платёжеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска.

В этой связи анализ дебиторской и кредиторской задолженности является важной частью финансового анализа на предприятии и позволяет выявлять не только показатели текущей (на данный момент времени) и перспективной платёжеспособности предприятия, но и факторы, влияющие на их динамику, а также оценивать количественные и качественные тенденции изменения финансового состояния предприятия в будущем, так как: задолженность по платежам может существенно деформировать структуру оборотных средств предприятия. Так, если в составе оборотных активов преобладает дебиторская задолженность, то предприятие либо должно привлекать банковский кредит по высоким ставкам, либо останавливаться в ожидании уплаты причитающихся ему долгов, а если в структуре формирования источников оборотных активов преобладает кредиторская задолженность, предприятие зачастую вынуждено прибегать к разнообразным не денежным формам расчетов (бартер и пр.), подвергаться разного рода штрафным санкциям.

К непосредственным задачам анализа дебиторской и кредиторской задолженности относятся следующие:

- точный, полный и своевременный учет движения денежных средств и операций по их движению;
- контроль за соблюдением кассовой и платёжно-расчетной дисциплины;
- определение структуры кредиторской и дебиторской задолженности по срокам погашения, по виду задолженности, по степени обоснованности задолженности;
- определение состава и структуры просроченной дебиторской и кредиторской задолженности, ее доли в общем объеме дебиторской и кредиторской задолженности;
- выявление структуры данных по поставщикам по неоплаченным расчетным документам, поставщикам по просроченным вексям, поставщикам по полученному коммерческому кредиту, установление их целесообразности и законности;
- выявление объемов и структуры задолженности по вексям, по претензиям, по выданным и полученным авансам, по страхованию имущества и персонала, задолженности, возникающей вследствие расчетов с другими дебиторами и кредиторами, задолженности по банковским кредитам и др. определение причин их возникновения и возможных путей устранения;
- определение правильности использования банковских ссуд;
- выявление неправильного перечисления или получения авансов и платежей по бестоварным счетам и т.п. операциям;
- определение правильности расчетов с работниками по оплате труда, с поставщиками и подрядчиками, с другими дебиторами и кредиторами и выявление резервов погашения имеющейся задолженности по обязательствам перед кредиторами, а также возможностей взыскания долгов (посредством денежных или не денежных расчетов или обращения в суд) с дебиторов.

Дебиторская и кредиторская задолженность участвует в финансовом обороте, поэтому их необходимо контролировать. Если не будет нормального соотношения между дебиторской и кредиторской задолженностью, то и показатели финансовой устойчивости не будут показывать эффективной

деятельности предприятия. Так как для многих предприятий жизненно необходимы заёмные средства (банковские ссуды и кредиты), то необходимо предусматривать такую финансовую политику в краткосрочном и долгосрочном периоде, чтобы коэффициенты ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости отвечали требованиям банков и других инвесторов.

Ниже представлена таблица с коэффициентами, влияющими на финансовую устойчивость предприятия, на примере ООО «» (таблица 1).

Таблица 1 Коэффициенты, влияющие на финансовую устойчивость ООО «»

Показатель	Начало года	Конец года
Дебиторская задолженность	38012000	10278000
Кредиторская задолженность	42304000	15595000
Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности	0,899	0,659
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	5,65	30,28
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	5,08	32,04
Коэффициент текущей ликвидности	0,98	0,93
Коэффициент текущей платежеспособности		

Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности показывает, что на конец года на 1 рубль кредиторской задолженности приходится 0,66 копеек дебиторской задолженности.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности показывает, насколько эффективно компания организует работу по сбору оплаты за свою продукцию. В данном случае мы видим, что к концу года идёт увеличение этого показателя, что говорит о быстром росте оборота предприятия. Мы не можем сказать какова структура дебиторской задолженности, насколько платежеспособны покупатели. Однако можно сказать, что увеличилось число клиентов, и уменьшилась потребность компании в оборотном капитале в целях расширения объема сбыта.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности показывает, насколько быстро компания рассчитывается со своими поставщиками. На конец года мы видим увеличение данного показателя, что может свидетельствовать о росте отложенных на более длительный срок платежей. Для предприятия это может быть выгодно в краткосрочной перспективе, так как кредиторскую задолженность используется как источник получения дешевых финансовых ресурсов. Однако в целях получения банковских кредитов или поиска инвестора ситуация наращивания в долгосрочной перспективе кредиторской задолженности будет играть отрицательную роль, так как ухудшит все выше-названные показатели (ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости).

Коэффициент текущей ликвидности показывает, что у предприятия не достаточно средств, которые могут быть использованы для погашения краткосрочных обязательств, и в случае погашения всех краткосрочных задолженностей, помимо реализации всех собственных средств, оно должно будет привлечь дополнительные денежные средства.

На предприятии ООО « » мы наблюдаем незначительный перекоп финансовой структуры в сторону заемных средств, а именно кредиторской задолженности. Такая ситуация в целях получения долгосрочного кредита или поиска инвестора несколько уменьшит шансы на успех. Поэтому необходимо улучшить показатели ликвидности и финансовой устойчивости, выровняв соотношение дебиторской и кредиторской задолженности.

Нельзя также забывать и о специфике деятельности предприятия. В данном случае ООО «» - это предприятие оптовой торговли, поэтому некоторые показатели могут быть выше или ниже нормы. Это, например, относится к коэффициенту собственных оборотных средств, так как предприятие не имеет каких-либо внеоборотных активов, то и значение не соответствует заданным нормативным параметрам. Это не означает, что у предприятия имеются какие-либо диспропорции, мешающие банковскому кредитованию.

Таким образом, мы видим, какова роль дебиторской и кредиторской задолженности в формировании финансовой устойчивости предприятия и насколько все коэффициенты взаимосвязаны между собой.

МЕРЫ АНТИКРИЗИСНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ КИТАЯ

Чэнь Вэньчжао, студент

Томский политехнический университет

E-mail: bigeyes_cwz@yahoo.com.cn

Научный руководитель: Артюхова Т. З., к.э.н., доцент

Мировой финансовый кризис, вызванный кредитным кризисом в США, продолжается достаточно длительное время, имеет большую степень опасности и в настоящее время помимо США распространяется в других странах. Кризис распространяется из развитых стран на зарождающиеся экономики мира, с финансового на реальный сектор экономики. Ослабляется спрос на мировых рынках, сокращаются темпы роста мировой экономики, экономики многих стран сталкиваются с серьезными трудностями. Являясь частью мировой экономики, китайская экономика неизбежно подвергнется мировому финансовому кризису. в частности снизились темпы роста ВВП, повысилась численность безработных за счет приостановки или сокращения производства в ряде экспортноориентированных отраслей.

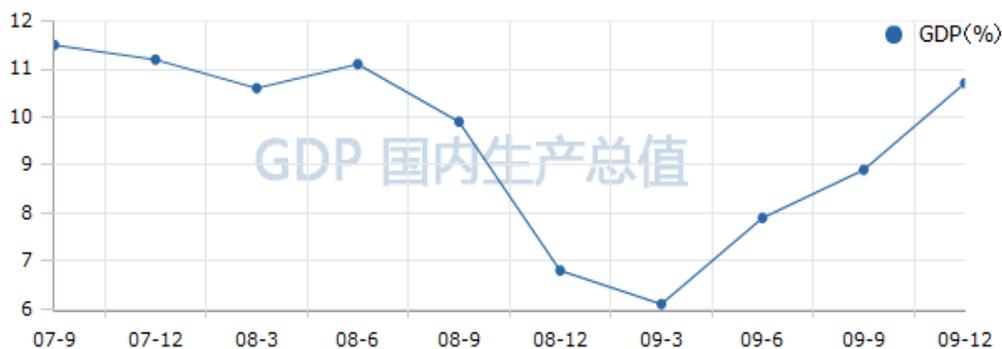


Рис.1 тенденция ВВП Китая с 3-го квартала 2007-го года



Рис.2 тенденция экспорта (верхняя линия) и импорта (нижняя). Мера: 10⁸ юаней

Мировая практика доказывает, что международные экономические кризисы наименее болезненно воздействуют на страны, для которых характерны следующие критерии: сбалансированное развитие важнейших секторов и отраслей экономики, в том числе секторов, ориентированных на внутренний и внешний рынки, здоровая финансовая система, невысокие темпы инфляции, сбаланси-

рованный бюджет, активное сальдо торгового и платежного баланса по текущим операциям, отсутствие значительного внешнего долга, достаточно высокий объем золотовалютных резервов, реальный курс национальной валюты, эффективное государство как макрорегулятор экономики. - Современный Китай по многим параметрам в той или иной мере соответствует или имеет тенденции приближения к указанным выше критериям. И причем с момента возникновения финансового кризиса правительство Китая уже Приняло комплекс важных мер, которые как раз являются необходимыми для сохранения своей стабильности и развития. Решение руководства Китая по увеличению инвестиций внутри страны, стимулированию внутреннего спроса, содействию экономическому развитию, существенно повлияло на обеспечение стабильного развития экономики Китая как фактора развития мировой экономики.

В целях выхода из кризиса руководство Китая проводит ряд серьезных мер:

1) Активная финансовая политика

Активная финансовая политика путем увеличения финансовых расходов, использование ее в стимулировании экономического роста, оптимизации экономической структуры играет более действенную и эффективную роль.

2) Умеренно широкая монетарная политика

Реализация «умеренно широкой» монетарной политики означает рациональное увеличение объемов кредитования. Это предполагает увеличение выделения денежной массы, т.е., продолжая стабилизацию общего уровня цен, содействовать тому, чтобы устойчивое, относительно динамичное экономическое развитие играло более активную роль. Нынешний переход с «стабильной» к «умеренно широкой» монетарной политики, что вызовет значительное изменение в выделении денежной массы. В середине 2008-го года уже были проведены гибкие осторожные коррективы в монетарной политике. С сентября 2008-го года Центральный банк Китая 4 раза подряд снижал процентную ставку, трижды снижал ставку резервного фонда по вкладам.



Рис.3 ежемесячное наращивание ссуды. Мера:10⁸ юаней

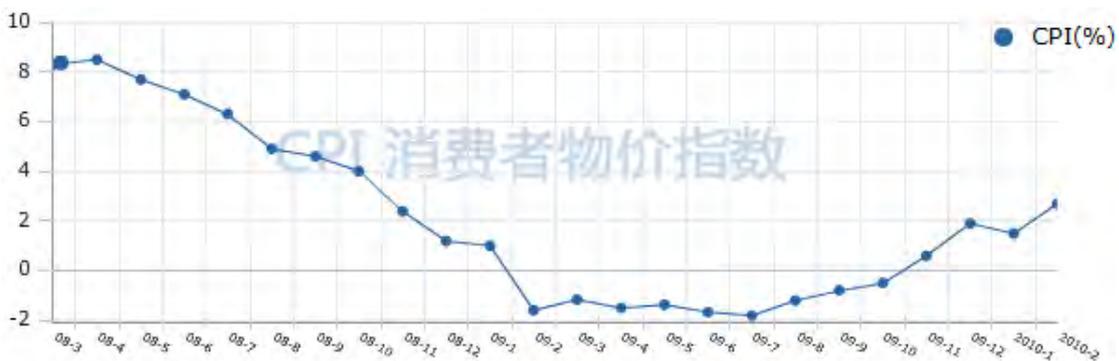


Рис.4 тенденция CPI в Китае

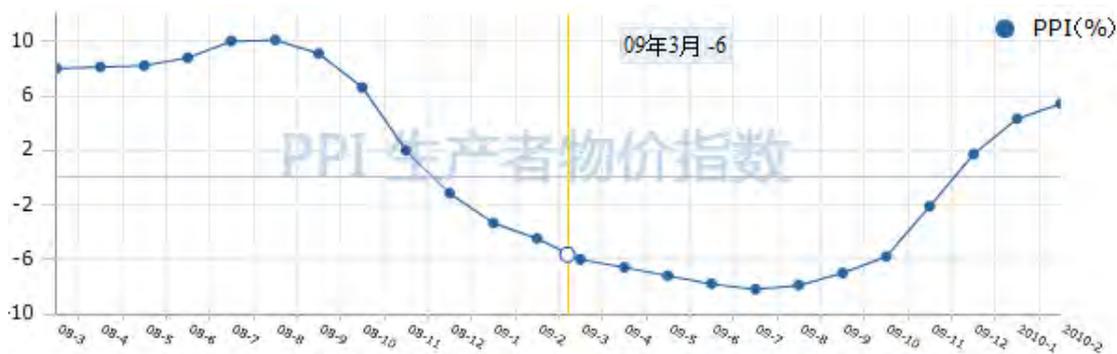


Рис.5 тенденция PPI в Китае

3) 10 мер по расширению внутреннего спроса:

До конца 2010 года инвестировать сумму в 4(из государства)+18(из провинций) трлн. юаней

1. Ускоренное строительство гарантированных жилых объектов. Увеличение темпов строительства арендного жилья, ускорение сноса трущоб, реализация проектов по обеспечению постоянным жильем населения, придерживающегося кочевого образа жизни, увеличение экспериментальных работ по реконструкции аварийных домов на селе.

2. Ускорение строительства инфраструктурных объектов в сельских районах. Увеличение темпов строительства сельских дорог, а также объектов обеспечения сельчан бытовым газом и качественной водой, совершенствование сельских электросетей, ускорение реализации проекта по переброске вод с юга на север; увеличение запасов воды для районов с обширными территориями орошения. Усиление борьбы с бедностью на селе.

3. Ускорение строительства автодорог, железных дорог, аэропортов и других инфраструктурных объектов. Приоритетное строительство транспортных сетей, в том числе специальных связей для пассажиров, различных путей для транспортировки угля и западной магистральной железной дороги; совершенствование высокоскоростных транспортных сетей; организация строительства аэропортов в западных районах Китая; увеличение мощностей городских энергосетей.

4. Ускорение развития сфер здравоохранения, культуры и образования. Укрепление строительства системы медицинского обслуживания низового уровня; ускорение реконструкции начальных школ в сельских районах в центральной и западной частях страны; продвижение строительства специальных образовательных школ и комплексных культурных центров в сельских районах центральной и западной частях страны.

5. Усиление работы по защите окружающей среды. Ускорение строительства объектов по переработке мусора и очистке водных источников, а также недопущение загрязнения водоемов бытовыми и промышленными отходами; укрепление строительства защитных лесонасаждений и создание естественных лесных массивов; поддержка приоритетных проектов, нацеленных на сбережение электроэнергии и сокращение вредных выбросов.

6. Ускорение развития собственных инновационных производств и совершенствование соответствующих структур. Поддержка создания высокотехнологичной промышленности и прогресса промышленных технологий; поддержка развития сферы услуг.

7. Ускорение восстановительных работ после землетрясения в районах стихийного бедствия.

8. Повышение заработной платы жителям городов и сел. В целях увеличения заработка сельского населения, в следующем году ожидается поднятие уровня наименьшей закупочной стоимости на продукты питания, рост прямого комплексного финансирования сельскохозяйственного сектора, увеличение льгот на продукты и сельскохозяйственную технику. Одновременно предусматривается обеспечение льгот в отношении населения с низким уровнем дохода и иных объектов социального страхования, увеличение уровня материального обеспечения для малоимущего населения городов и сел, продолжится повышение уровня основных пенсионных вложений и денежных пособий сотрудников предприятий, будет оказываться материальная помощь инвалидам.

9. Во всех отраслях всех регионах страны будет осуществляться всесторонний переход на новую форму НДС, поощряться модернизации технологий предприятий и сокращения бремени предприятий на 120 млрд. юаней.

10. Увеличение объема финансирования для экономического роста. Отмена ограничений в отношении масштаба кредитования коммерческих банков, проведение рационального расширения

объемов кредитования; увеличение поддержки строительства приоритетных проектов, «трех сел» (сельское хозяйство, село, сельские жители), совершенствования технологий, малого и среднего бизнеса; обеспечения кредитования для реструктуризации; целенаправленно стимулировать и укреплять уровень потребительского кредитования. Согласно первоначальному расчету для осуществления строительства вышеуказанных объектов до конца 2010 года потребуется 4 трлн. юаней. В целях ускорения строительства, на заседании принято решение об организации инвестиций центрального правительства на сумму 100 млрд. юаней; в следующем году в фонд по восстановлению пострадавших от землетрясения районов будет направлено 20 млрд. юаней, итого общий объем вложений с привлечением региональных и общественных инвестиций составит 400 млрд. юаней.

4) другие меры

1. Рост прямого налогообложения с целью сокращения финансового бремени предприятий: согласно распределению, во всех регионах страны, на всех предприятиях будет осуществляться реформа с переходом на прямое налогообложение для стимулирования технической модернизации малого и среднего бизнеса, это по предварительному расчету, сократит финансовое бремя предприятий до 120 млрд. юаней.

2. Государство предприняло политические меры для содействия экспортной торговли. До объявления «10 приоритетных мер» было принято: 1) увеличение ставки возврата налога на экспорт, масштаб которой сравнительно велик; 2) отменена часть таможенных пошлин на экспортируемые товары.

В китайском языке слово «кризис» состоит из 2-х иероглифов: «опасность» и «шанс». Мы стараемся превратить опасности в шанс для дальнейшего развития и извлечь уроки из кризиса и краха западной. данный кризис прямо и косвенно способен стимулировать и ускорить благоприятную в целом структурную перестройку китайской экономики, вытекающую из приоритетов современной типа его экономической стратегии. в частности имеет исключительно важное значение программа «развитие региональной экономики», которая разбивает административные разграничения и способствует улучшению распределения и использования ресурсов. В Китае будут формироваться 10 экономические регионы, т.е. 10 группы городов, обладающие своим преимуществом, спецификой и целостностью в неких секторах.

Список используемой литературы:

1. «Жэнмин Жибао» экз. 24.12.2008 и 28.9.2009
2. Сун Хунбин, «валютная война», опубликована 01.06.2007. страниц 104-ой.
3. <http://www.stats.gov.cn/> сайт государственного статистического учреждения КНР.
4. <http://finance.jrj.com.cn/focus/jyjsj/> специальный финансовый сайт.

Секция V.
ЗАЩИТА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ
БЕЗОПАСНОСТЬ

АНАЛИЗ ХАРАКТЕРИСТИК ЭЛЕМЕНТОВ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ СХЕМ ОБЕСПЫЛИВАНИЯ ГАЗОВ

Арзамасцева Е. Ю., студент

Томский политехнический университет

E-mail: OpenSky@sibmail.com

Научный руководитель: Василевский М. В., к.т.н., доцент.

Санитарная очистка газов для большинства промышленных предприятий является одним из важнейших мероприятий по защите воздушного бассейна от загрязнения. Существующие системы газоочистки в основном работают под разрежением. Однако физико-химические процессы в технологических аппаратах осуществляются под избыточным давлением. Нейтральная точка (нулевое избыточное давление) может менять свое положение в системе в зависимости от гидравлических характеристик всех элементов, которые, в свою очередь, определяются концентрацией дисперсной фазы, свойствами частиц, степенью связности дисперсного материала и термодинамическими свойствами несущей среды. Это обстоятельство требует тщательной герметизации оборудования, что на практике оказывается трудно выполнимым. Поэтому проблема загазованности рабочих зон всех производств до сих пор является актуальной.

Решение этой проблемы должно осуществляться в двух направлениях. В направлении усовершенствования методов контроля устойчивости процесса обеспыливания в элементах системы и повышения устойчивости процессов в элементах путем их модернизации.

Существующие методы контроля элементов систем обеспыливания газов построены на определении запыленности очищенных газов и ее сравнения с запыленностью поступающего в систему газового потока [1,2].

Производят измерения в вертикальных участках газохода, в которых крупные фракции пыли не оседают на стенках газохода под действием силы тяжести.

Напорные и пылезаборные трубки вставляются в пробки (фиксирующие устройства), которые при введении их в газоход туго зажимают в штуцере. При разрежении газа менее 0,01 МПа и давлении более 0,02 МПа, а также при работе с токсичными газами вместо пробок применяют специальные шлюзовые затворы с сальниковым уплотнением.

Для определения запыленности пробу газа пропускают через пылеуловитель. В зависимости от места размещения пылеуловителя различают два метода определения запыленности: метод внутренней фильтрации - пылеуловитель расположен внутри газохода; метод внешней фильтрации - пылеуловитель расположен вне газохода. Метод внутренней фильтрации применяется при отборе проб влажных газов, наличии в газах агрессивных компонентов и смол, высокой адгезионной способности пыли. На рис. 1, представлена схема измерения запыленности потоков с внутренней фильтрацией.

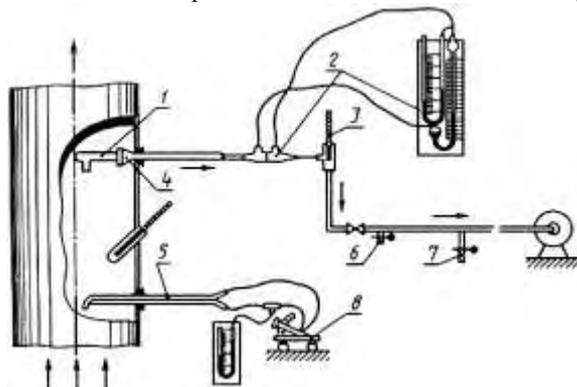


Рис. 1. Схема установки для определения запыленности газа Методом внутренней фильтрации (1 - отборная трубка, 2 - реометр, 3 - термометр; 4 - напорная трубка; 5 - микроманометр; 6 - подсос воздуха; 7 - сброс конденсата).

Современные методы измерения запыленности газов, представленные в ГОСТ Р 50820–95, оговаривают условия проведения замеров: наличие подобия распределения скоростей и полей концентраций и наличие стабилизационного вертикального участка, где происходит отбор. При этом должно выполняться требование отсутствия в потоке сгустков, жгутов пыли, которые пробоотборник не фиксирует. В пробоотборную трубку, установленную в центре канала проходит менее 0,1 % потока и сгустки, которые концентрируются у поверхности канала, не попадают в приемное отверстие. В общем случае требуется определение полей скоростей и концентраций в выбранных сечениях. Это требование на практике не выполняется. Для объективной оценки расхода пыли в канале необходимо, чтобы количество отбираемого газа с пылью было сопоставимо с расходом потока в канале. В системах обеспыливания поток пыли на входе в сепаратор точнее можно определить из балансового уравнения, по которому этот поток равен сумме количества уловленной пыли, деленному на время отсчета, и потока пыли на выходе из сепаратора. Процесс сепарации пыли в каждом аппарате может быть косвенно оценен, поскольку, если отклонений гидродинамических параметров от проектных не происходит, следовательно, и в процессе сепарации отклонений нет. Для циклонов необходимо ввести изменения в конструкцию таким образом, чтобы имелась возможность контролировать перепады давлений (интенсивность вихря) в области пылевыводного канала. Вместе с определением динамического напора потока на входе и разности полных давлений, оказывается возможным проводить оперативный контроль аппаратов, а также возможным устройства элементов сигнализации. Этот контроль может быть автоматизирован.

Анализ характеристик существующего в технологиях различных производств аэромеханического оборудования показывает следующие особенности аппаратов. С ростом концентрации частиц на входе в циклонный аппарат происходит торможение крутки потока, особенно в области пылевого отверстия. В реальных системах газоочистки концентрация частиц колеблется. В конических циклонах и цилиндроконических в области пылевых отверстий происходит усиление нестационарного взаимодействия частиц на поток в сотни раз. Поэтому начало формирования вынужденного вихря может перемещаться в объем циклона периодически. Это приводит к колебаниям давления в системе и выдавливанию газа в рабочую зону. Проанализировано состояние дисперсной фазы (подвижность слоя) в приемнике циклона, которая влияет на стабильность процесса непрерывной выгрузки материала. Это определяется термодинамическими параметрами потока, дисперсностью, колебаниями концентрации частиц, расхода газа. При зависании пыли в циклоне процесс газоочистки нарушается. В ступенях мокрого обеспыливания применяют насадочные, барботажные или распылительные аппараты, предельно допустимая скорость газа в которых не превышает, как правило, 1,0 – 1,5 м/с. В скрубберах ударного действия, в системах трубами Вентури осуществляется высокоэффективная очистка, однако эти аппараты подвержены забивке пылью. В электрофильтрах заряженность частиц влияет на степень улавливания, а также на сыпучесть пыли. Так, в бункерах электрофильтров пыль сначала имеет угол естественного откоса α , близкий к нулю, а через несколько часов с потерей заряда $\alpha = 50 - 90^\circ$. При непрерывной работе фильтра уловленная пыль сильно азрирована, имеет малую насыпную плотность. Это создает трудности при поступлении пыли в затворы непрерывной выгрузки (шлюзы, шнеки, мигалки). Кроме того, нарушается герметичность в бункерах, что приводит к подсосам воздуха и нарушению процесса сепарации. Предложены методы уменьшения поступления газов в рабочую зону.

- вместо циклонов-разгрузителей, которые забиваются влажной пылью, установить регулируемые вихревые разгрузители-концентраторы с повышенной транспортирующей скоростью потока и большей эффективностью осаждения частиц;
- вместо скрубберов ударного действия или скрубберов с трубами Вентури, которые забиваются пылью, установить надежный и не менее эффективный комбинированный вихревой мокрый пылеуловитель Николаева [3].
- уловленную пыль в электрофильтре, которая сильно азрирована, направить на гранулирование и вернуть в систему подачи на переработку [4].
- для увеличения эффективности электрофильтров предлагается применить отсасывающие пыль из бункеров электрофильтров пневмотранспортеры с последующей подачей пыли на грануляторы и возвратом в систему [4].

Список используемой литературы:

1. РД 153-34.0-02.308-98 Методика контрольных испытаний золоулавливающих установок тепловых электростанций и котельных.

2. Василевский М.В. Обеспыливание газов инерционными аппаратами. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2008.–248 с.
3. Николаев А.Н., Овчинников А.А., Николаев Н.А. Высокоэффективные вихревые аппараты для комплексной очистки больших объемов промышленных газовых выбросов. //Химическая промышленность, 1992, № 9. С. 36 – 38.
4. Смолдырев А.Е. Гидро и пневмотранспорт в металлургии. – М: «Металлургия», 1985, 280 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ЗАЩИТЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Афанасьев К. Ю., студент

Томский политехнический университет

E-mail: afalina1@sibmail.com

Научный руководитель: Молодежникова Л. И., старший преподаватель

В настоящее время все чаще и чаще на промышленных предприятиях возникают проблемы совершенствования отношений по природопользованию. Данный ряд проблем обусловлен экологическими трудностями экономического роста, а также ухудшением природных условий воспроизводства рабочей силы, а именно:

- рост затрат совокупного труда на получение элементов природной среды, используемых в производстве;
- большие потери общественного труда в результате нерационального использования сырья, материалов, топлива, составляющих элементы природной среды;
- возникновение необходимости выделения значительного количества совокупного труда для ликвидации негативных последствий воздействия производства на природную среду;
- рост дефицита природных условий производства.

В связи с вышеперечисленным рядом сложностей возникает вопрос о необходимости совершенствования экономического механизма защиты окружающей среды.

Одним из наиболее эффективных инструментов экономико-экологического контроля в процессе становления рыночной экономики должен стать экологический аудит.

Экологический аудит (ЭА) – инструмент, включающий в себя организационно-экономические факторы защиты окружающей среды. Он позволяет выбрать оптимальный вариант природоохранных сооружений, организовать информационно-аналитический контроль за состоянием и степенью эксплуатации природоохранной техники, дать экономическую оценку намечаемых технических и технологических усовершенствований.

На ряде промышленных предприятий Сибирского региона был проведен ЭА системы управления в области охраны окружающей среды на соответствие действующему стандарту.

Настоящий анализ проводился в качестве первого этапа программы внедрения системы управления окружающей средой (СУОС) на предприятии.

Область применения данного аудита включала в себя определение возможности интеграции СУОС с существующей на предприятиях системой управления в области охраны окружающей среды, а также возможности использования ряда механизмов управления, как основы для разработки элементов системы.

Студентами теплоэнергетического факультета кафедры теоретической и промышленной теплотехники в рамках международного проекта «Эффективное предприятие и природа» (проект выполнялся при поддержке благотворительного фонда «Global Greengrants» (USA) в период с ноября 2008 по июнь 2009 года) был проведен аудит ряда промышленных предприятий Сибирского региона.

В ходе ЭА были выявлены следующие несоответствия:

- Для исследуемых предприятий не разработана действующая экологическая политика;
- Отсутствует процедура по систематической идентификации и оценке экологических аспектов. Существенные экологические аспекты деятельности предприятий не идентифицированы;
- Не установлены цели и задачи, которые основывались бы на приоритетных значимых экологических аспектах;
- Нет четкого определения кто, как и какими средствами должен идентифицировать, устанавливать, контролировать и корректировать цели и задачи;

- Предприятиями не разработана(ы) программа(ы) по достижению поставленных целевых и плановых показателей;
- Не определены и не документированы роли, ответственность и полномочия работников промышленных предприятий с учетом их положения в системе управления окружающей средой;
- Не осуществляется систематическое обучение персонала по значимым экологическим воздействиям, осведомленность об экологической политике, экологических выгодах и т.д.;
- В настоящее время на предприятиях не существует описания СУОС;
- Не разработана процедура по выявлению потенциальных аварийных ситуаций и инцидентов, которые могут иметь негативное влияние на окружающую среду;
- Не соблюдаются в полном объеме требования законодательства по вопросам ГО и ЧС, по порядку эксплуатации опасных объектов, которые могут потенциально являться источниками негативного воздействия на окружающую среду в случае аварийной ситуации;
- Не определена ответственность конкретных должностных лиц в действующем плане мероприятий по ликвидации аварийных ситуаций и предотвращению вредных последствий аварий.

Проведенный на ряде промышленных предприятиях теплоэнергетического комплекса аудит показал, что руководство станций заинтересовано во внедрении системы управления окружающей средой, соответствующей существующему стандарту. Коллективы предприятий уже достаточно хорошо используют механизмы, предлагаемые многими элементами стандарта, но не всеми из этих элементов занимались с требуемой тщательностью.

Для облегчения эффективного внедрения СУОС рекомендуется предпринять следующие шаги:

Основываясь на результатах предварительного анализа (после выявления значимых экологических аспектов), провести всестороннее обучение сотрудников предприятий в области экологических аспектов и воздействий. Это обучение должно быть дифференцированным для каждого подразделения предприятий и пройти его должны все сотрудники, которые могут стать причиной возникновения или способствовать уменьшению экологических воздействий.

Предполагается использовать результаты данной проверки и сделанные рекомендации, для исследования всех других областей, где они могут быть с пользой применены. Необходимо обеспечить определение процедур для эффективного управления операциями, связанными с воздействиями на окружающую среду во всех важных областях при поддержке обученного персонала на различных уровнях организации.

При документировании и внедрении СУОС необходимо использовать в качестве основы уже существующие на предприятиях структуры и механизмы. Это может включать элементы системы управления, существующую организационную структуру и разграничение ответственности, существующие операционные процедуры, инструкции и т.д.

Необходимо широко использовать механизмы улучшения системы (регистрация и устранение несоответствий, корректирующие и предупреждающие действия, внутренние экологические аудиты и анализ со стороны руководства) для демонстрации преимуществ и жизнеспособности СУОС.

Обеспечить, чтобы линейное руководство своевременно предпринимало корректирующие действия, направленные на устранение основных причин возникновения несоответствий.

При документировании СУОС нужно точно следовать духу и букве положений стандарта, а также руководства по использованию требований стандарта, приведенном в приложении к действующему стандарту.

Обеспечить обязательство и поддержку руководителей высшего звена внедрению системы УОС. Демонстрация финансовых выгод, которые эта система может принести предприятию, является наилучшим способом достижения этой цели.

Подготовить экологических auditors и проводить внутренние экологические аудиты для создания и повышения осведомленности о СУОС во всех подразделениях предприятий.

Способствовать возрождению дисциплины «Охрана окружающей среды в теплоэнергетике и теплотехнологиях» на специальности 140104 Промышленная теплоэнергетика для подготовки знающих специалистов в данной отрасли.

Необходимо помнить, что топливоиспользующие предприятия являются главным источником загрязнений как в Сибирском регионе, так и во всем мире. Причем, денежные выплаты предприятия за превышение нормы ПДВ зависят от величины вредных выбросов.

Таким образом, если следовать вышеприведенным рекомендациям можно не только содействовать улучшению экологических параметров большого числа субъектов производственной деятель-

ности и снижению непосильной для окружающей среды техногенной нагрузки, но и общему оздоровлению экономики предприятий.

Список используемой литературы:

1. ГОСТ 24525.4-80. Управление охраной окружающей среды. Управление производственным объединением и промышленным предприятием. Основные положения.
2. Техника и технология защиты воздушной среды». Учебное пособие для вузов/ В.В. Юшин, В.М. Попов, П.П. Куркин и др. – М.: Высш. шк., 2005.
3. Пугач Л.И. «Энергетика и экология». Учебное пособие. - Новосибирск, Изд-во НГТУ, 2003.

ВОЗМОЖНОСТИ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТОЧНЫХ ВОД ТЭЦ

Бабушкин Н. А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: atikin.89@mail.ru

Научный руководитель: Молодежникова Л. И., старший преподаватель

В настоящее время на большинстве тепловых электростанций и котельных имеется значительное количество сточных вод, достигающих 10-14% от количества воды поступающей на ТЭЦ. Это ведет к нерациональному расходованию предварительно очищенной сырой воды. Кроме этого, перед сбросом сточных вод в окружающую среду необходимо дополнительно предусматривать затраты на их доочистку (обеззараживание, разбавление до норм ПДК).

Говоря о бессточности предприятий теплоэнергетики, необходимо выяснить и устранить коренные причины, вызывающие образование стоков для следующих видов технологических вод:

- регенерационные первой и второй ступеней ХВО;
- непрерывная и периодическая продувка котлов, испарителей;
- от кислотных очисток оборудования;
- после опорожнения оборудования, баков, трубопроводов;
- через неплотности запорной, дренажной арматуры;
- продувка оборотной системы охлаждения с градирнями;
- от охлаждения основных и вспомогательных механизмов;
- шламовые от предочистки ХВО;
- ливневые и паводковые с территории станции;
- грунтовая из под заглубленных объектов станции;
- от гидроуборки помещений, оборудования, котлотурбинного цеха, топливно-транспортного цеха, гаража;
- от гидропневмотической промывки оборудования, сетей;
- хозяйственно бытовые и фекальные;
- замасленные стоки из картеров подшипников, уплотнений, маслосистем турбин, мельниц и т.д.;
- возможные протечки мазута, масла от технологического оборудования, пропарки трубопроводов;
- возможные протечки ГСМ от автотранспорта;
- продувка оборотной схемы гидрозолоотвала;
- "ложные стоки" от недостоверности коммерческого учета "больших и малых расходов" водопотребления и водоотведения.

Коренными причинами вызывающими образование сточных вод по видам 1, 2, 3, 4, 5 на ТЭС являются **неплотность** технологического оборудования и элементов тепловой схемы пароводяного цикла ТЭС.

Основные усилия специалистов должны быть направлены на организацию замкнутых технологических контуров, пароводяных циклов, исключая потери пара и конденсата во внешние схемы, и также не допускающие присосы охлаждающей технической или сетевой воды из внешних схем.

К ним можно отнести:

- исключение неоправданных перетоков пара, конденсата из тепловой схемы высоких параметров в схемы с более низкими параметрами;
- перевод работы атмосферных деаэраторов подпиточной воды теплосетей от режима с контактным нагревом паром подпиточной воды в головке деаэратора на режим работы с предварительно перегретой исходной химической воды до 115 град;
- организация доочистки воды внутри отдельных технологических схем (например: блочная обессоливающая установка (БОУ) для теплофикационных энергоблоков; замкнутая схема кислотной промывки с перепариванием отработанного раствора в роторно-пленочных испарителях);
- организация водных химических режимов, не требующих химических реагентов (нейтральный водный химический режим, безреагентная парокислородная очистка оборудования);
- замена химических методов очистки основного оборудования;
- на безреагентные способы (шарикоочистка конденсаторов турбин, шарикоочистка бойлеров, подогревателей сетевых горизонтальных (ПСГ), очистка труб механическим сухим способом);
- организация контролируемых перетоков вод из одной технологической схемы в другую (например, на ТЭС, имеющих несколько очередей на различные параметры пара) как при продувке от барабанов котлов высокого давления в котлы низкого давления, так и при подпитке конденсатом низкого давления в схему высокого давления;
- переход от химических методов очистки подпиточной воды теплосети на коррекционную обработку подпиточной воды с ингибиторами отложения минеральных солей (ИОМС);
- разработка теплообменного оборудования повышенной плотности (конденсаторы, ПСГ, подогреватели сетевые вертикальные); разработка новых типов валов насосов не требующих смазки;
- подшипников, сальниковых уплотнений с применением водяного охлаждения подшипников (без сальниковые питательные насосы, воздушные компрессора);

По видам сточных вод 6, 7, 8, 9, 10 необходимо решить вопросы по их водоотведению, без воздействия на окружающую среду.

Для этого необходимо:

- разделить схемы охлаждения конденсаторов и охлаждения механизмов на гидравлически независимые;
- разработать схемы сбора отстоя и повторного раздельного;
- использования ливневых вод с крыш, с территории;
- рассчитать реальную величину загрязнения с объемами ливневыми вод, обеспечивающих переработку и очистку от поверхностных загрязнение стоков до 60% обеспеченности.

Остальное, что не покрывается внутренним водопотреблением необходимо отводить в водоемы без их очистки.

По видам 11,12, 13, необходимо создавать локальные оборотные схемы с индивидуальными очистными сооружениями, не допускающими перемешивания как загрязненных, так и очищенных вод с другими потоками.

По устранению стоков от технологических схем 14, 15, 16 необходимо предусматривать индивидуальные схемы сбора, пропарки, очистки повторного использования или сжигания замазученных вод в котлах.

По виду сточных вод 17 коренным решением по исключению стоков является отказ от гидрозолоудаления и переход на комплексную 100% переработку золы в строительные материалы (зольный гравий, золошлаковые блоки, инертный наполнитель, клинкер и т.д.).

По сокращению "ложных стоков" 18 необходимо внедрять официально утвержденные методы измерения и сведения материального баланса, как по воде, так и по загрязняющим веществам.

Водный технологический цикл - совокупность технологических процессов пароводяной системы, периодически повторяющихся явлений, при котором вода, являющаяся основным рабочим телом цикла, подвергающаяся изменениям в определенной последовательности вновь приходит в исходное состояние.

Существуют два крайних вида циклов:

1. прямоточные – разомкнутые;
2. оборотные - замкнутые циклы.

Прямоточные - разомкнутые циклы, это те циклы, где вода поступает в технологическую схему и удаляется из цикла после однократного воздействия на технологический процесс. *Пример*- прямоточная система охлаждения конденсаторов турбин водой из реки или озера.

ствия нормативной документации, нужен неформальный инженерный анализ и личная убежденность в возможности технического решения поставленной задачи.

– отсутствует академический, методический и комплексный подхода к анализу режимов водопотребления и водоотведения на промышленных предприятиях и на ТЭЦ. Нет учения о технологических водных циклах станции составляющих 70-80% всей технологической схемы станции. По этой причине не разработаны нормативные документы, технические требования к созданию циклов ТЭЦ.

– отсутствие нормативных требований привело к хаотичному формированию водных технологических циклов. Водные потоки разных схем перемешаны, Для их разделения требуются капитальные затраты. Гидрозолоотвал является замыкающей системой куда поступают все несбалансированные водные потоки станции.

– недостаточная квалификация инженерного персонала ТЭЦ, промышленных предприятий, инспектирующих работников природоохранных органов. Отсутствие системы повышения квалификации по вопросам организации режимов технологических циклов водоснабжения и водоотведения.

– организационная разобщенность по режимам водопользования. Так технологические стоки образуются в тех цехах где реально можно и нужно менять основную технологию определяющие стоки, а ответственность за очистку и сброс стоков осуществляет как правило другой цех который реально не может повлиять на коренные причины образования сбросов.

Задача создания малосточного режима работы станции не является чисто экологической задачей. В основе технологической задачи произвести анализ каждого потока в технологической схеме и надо ставить задачи не по устранению следствий загрязнения, а по выявлению и устранению причин образования загрязнения при разработке технических предложений по вновь проектируемой ТЭЦ. Создание малосточного режима работы станции требует конкретного анализа прежде всего со стороны заказчика - главного инженера станции. Наличие золоотвалов на станции играет отрицательную роль так как золоотвал в принципе является последним звеном замыкающим на себе все ошибки и просчеты как прежде всего на уровне проектирования, так и на уровне эксплуатации. Ошибки по созданию бессточной станции проявляются не сразу, а через 5-8 лет когда необходимо решать вопрос с продувкой золоотвала, с переполнением золой.

Список используемой литературы:

1. Алабовский А. Н., Роговой В. Т. Сравнительная оценка эффективности барботажных устройств аппаратов с горелками погружения. – «Химическая промышленность Украины», 1967, с. 32-34.
2. Алабовский А. Н., Удыма П. Г., Аппараты погружного горения. – М.: Издательство МЭИ, 1994. – 256 с.
3. Лебедев П. Д., Щукин А. А. Теплоиспользующие установки промышленных предприятий. М., «Энергия», 1979, 408 с.
4. Удыма П. Г. Аппараты с погружными горелками. Изд. 2-е, доп. и перераб. М., «Энергомашиностроение», 1973, 272 с.
5. Удыма П. Г., Колач Т. А., Исследование гидродинамики и теплообмена в аппаратах с погружными горелками. – «Химическое и нефтяное машиностроение», 1964, №1, с 16-22.

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ОТ ВНЕДРЕНИЯ
ТЕХНОЛОГИИ ВНУТРИТРУБНОЙ ОЧИСТКИ И
ИНГИБИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «РН - ПУРНЕФТЕГАЗ»**

Бархатов А. Ф., студент; Федин Д. В., студент;

Томский политехнический университет

E-mail: barhatov@sibmail.com

Научный руководитель: Чухарева Н. В., к.х.н., доцент.

На сегодняшний день трубопроводный парк нашей страны способен транспортировать 600 млн. тонн нефти и 800 млрд. м³ газа. Протяженность трубопроводов составляет примерно 250 тыс.км. Альтернативы трубопроводам в XXI веке нет. В связи с высокой интенсивностью развития сети трубопроводов в 80-е годы и недостаточным вниманием к их ремонту, большая часть трубопроводов подлежит капитальному ремонту. Проведение ремонта, в достаточном объеме, невозможно ни с фи-

зической точки зрения, ни с финансовой. В этих условиях свести к минимуму ущерб от возможных аварий можно только, ускоренным внедрением системы диагностики нефтепроводов и технически грамотной их эксплуатацией. Сейчас приоритетными являются вопросы экологической безопасности и экологического мониторинга. Отсюда основная задача – надежность и безопасность трубопроводных систем, превентивные меры предотвращения аварий.

Большая часть промышленных трубопроводов не выдерживают нормативный срок эксплуатации из-за ряда причин, основной из которых является рудейковая коррозия.

Исследование аварийности трубопроводов расположенных на севере Башкирии (Южно - Ягунское и Арланское месторождения) показали, что 42 % труб не выдерживают пятилетней эксплуатации, а 17% даже двухлетней [1].

На сегодняшний день наблюдается следующая динамика отказов на нефтепромысловых трубопроводах в ООО «РН - ПУРНЕФТЕГАЗ»:

- 2005 год – 232 отказа
- 2006 год – 325 отказов
- 2007 год – 432 отказа.
- 7 месяцев 2008 года – 319 отказов.

Рост аварийности связан с несколькими факторами: 1) увеличение отбора жидкости; 2) увеличение выноса песка из добывающих скважин в абсолютном выражении; 3) качество материала ранее применяемых труб, а также физический износ трубопроводов (срок эксплуатации свыше 10 лет) [2].

На сегодняшний день ликвидация одного отказа и его последствий обходиться ООО «РН-ПУРНЕФТЕГАЗ» в 390 тыс. руб. эти затраты включают в себя:

Затраты на ликвидацию отказа – затраты на отсыпку места отказа, транспортные, фонда заработной платы, оборудования - итого 35 тыс. руб.

Стоимость 1 тонны нефти 2000 рублей * на момент расчета.

Нормативная плата за сброс 1 тонны нефти (27 550 руб.) * дополнительный коэффициент для районов Крайнего Севера (2) * коэффициент учитывающий экологический фактор по ЯНАО (1,03) * повышающий коэффициент к нормативной плате за сверхлимитное загрязнение (5). Итого ущерб на 1 тонну разлитой нефти составляет: $27550 * 2 * 1,03 * 5 = 283\ 765$ руб.

Затраты на рекультивацию земель 206 тыс.руб. на 1 Га.

Затраты, связанные с последующим ремонтом трубопроводов основаны на средней цене монтажа композитной муфты на дефектный участок и равен 45 тыс. руб.

Итого 390 тыс. руб.

На наш взгляд наиболее эффективный метод – повышения эксплуатационного ресурса промышленных трубопроводов пробковая технология подачи ингибитора (Рис. 1), когда одновременно с очисткой, между двумя поршнями, из стационарно-установленной емкости закачивается реагент, а затем вся система подается в трубопровод. При этом, за счет поперечных пазов заднего поршня, ингибитор уходит из пачки, осажаясь на внутреннюю полость трубы [3].

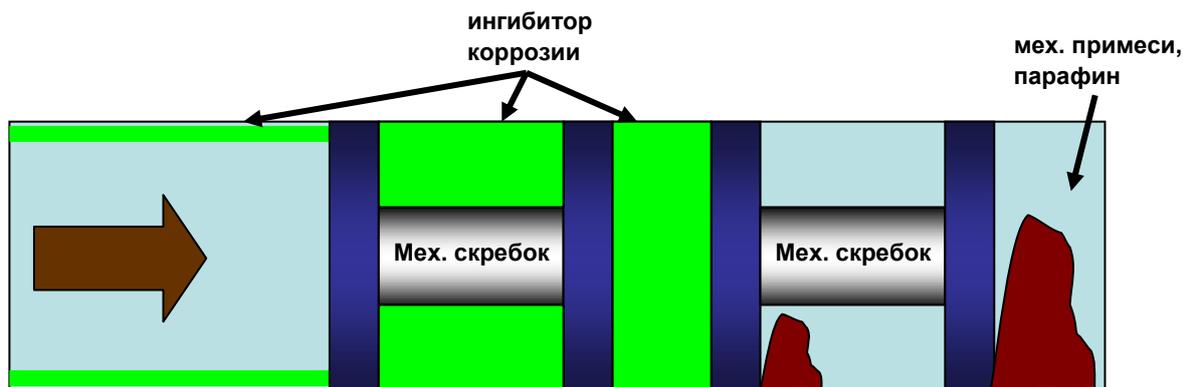


Рис. 1 Пробковая технология подачи ингибитора

Внедрение в производство новой техники и технологии оправдано только тогда, когда оно обеспечивает экономический эффект в виде:

- а) снижения затрат на производство единицы продукции;

б) повышения качества изделий;
в) роста производительности труда;
г) снижения затрат на ремонтные работы и техническое обслуживание нового или усовершенствованного оборудования.

Следовательно, под экономической эффективностью новой техники понимается улучшения ряда показателей, происходящее за счёт её внедрения.

Для обоснованного внедрения новой или усовершенствованной техники необходимо, чтобы выполнялось следующее условие:

$$\mathcal{E} = P - 3 > 0, \quad (1)$$

где \mathcal{E} – экономическая эффективность внедрения новой техники, руб.;

P – результат внедрения новой техники или усовершенствования старой, руб.;

3 – затраты, которые были сделаны в процессе создания новой или усовершенствования существующей техники, руб.

Как видно из условия (1), результат должен превосходить совокупные затраты.

Объектом модернизации принят напорный нефтепровод ДНС-5 – ЦПС Барсуковского месторождения, диаметром 325 мм, протяженностью 15500 м. Для его очистки необходимо закупить камеру приема и запуска скребка общей стоимостью порядка 3500 тыс.руб. плюс очистное устройство (Щеточный блок "ОУ-П-300") стоимостью 10 тыс.руб. Затраты на внедрение составляют 760 тыс.руб. (Стоимость СМР и затраты на содержание).

Очистка напорного нефтепровода позволит нам уменьшить число отказов до нуля. Планируемы затраты на обслуживание напорного нефтепровода до модернизации составляют 1900 тыс. руб. в 2009 году и 1500 тыс. руб. в последующих годах (транспортные затраты, затраты на ликвидацию запланированных отказов и их последствий, зарплата работников). Затраты на обслуживание этого же напорного нефтепровода после модернизации (при отсутствии отказов) составят 790 тыс. руб. в 2008 году и около 30 тыс. руб. в последующих (транспортные затраты, затраты на проведение одной операции очистки в месяц и зарплата работников). Таким образом затраты на внедрение камер запуска и приема очистных устройств окупаются на четвертый год после ввода в эксплуатацию.

При такой технологии, как считают, достигается защита 100% внутренней поверхности (снижение скорости коррозии до 6-8 раз, за счет исключения возникновения коррозионного процесса, путем извлечения отложений со стенок трубопровода) и минимальный расход (экономия ингибитора до 2-х раз).

Список используемой литературы:

1. Елин Н.Н. Оптимизация систем нефтегазосбора на месторождениях Западной Сибири.- М.:(Обзор. информ. ВНИИОЭНГ/Сер. «Техника и технология добычи нефти»), 1990.-32с.
2. Подготовка, транспорт и хранение скважинной продукции: Учебное пособие.- Томск: Изд. ТПУ, 2004.-268 с.
3. Мокеров С.К., Родомакин А.Н. Отчет о визите группы специалистов ОАО «НК «Роснефть» в Канаду для изучения опыта эксплуатации трубопроводов в северных климатических условиях. – М.: ОАО «НК «Роснефть». – 2007.

ТЕХНИКО – ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВНЕДРЕНИЯ СКН В ПОТОКЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕ «ПУРНЕФТЕПРОДУКТ»

Бархатов А. Ф., студент; Федин Д. В., студент;

Томский политехнический университет

E-mail: barhatov@sibmail.com

Научный руководитель: Чухарева Н. В., к.х.н., доцент.

В условиях жесткой конкуренции предприятия любой формы собственности, не уделяющие внимания вопросам качества, будут просто разорены, им не помогут никакие протекционистские меры государства.

Сложности российской экономики проявляются не только в снижении объемов производств, взаимных неплатежах, но и в ее качественных характеристиках. Технология отечественного произ-

водства, технический уровень оборудования, как правило, значительно ниже, чем в индустриально развитых странах. Осуществление выпуска конкурентоспособной продукции, пользующейся спросом у потребителя возможно только за счет модернизации производства, создания новых технологий.

К примеру: Производство «Пурнефтепродукт» дочернее предприятие ООО «РН-ПНГ» ориентировано на выпуск нефтепродуктов по Евро-2, а именно бензины марок: «Нормаль-80», «Регуляр-92», «Премиум-95» в соответствие с ГОСТ Р 51105 и дизельного топлива марок: А-0,2, 3-0,2 минус 35, 3-0,2 минус 45 и Л-0,2-40, соответствующие ГОСТ 305.

В условиях нестабильности качества нефтепродуктов на потребительском рынке особенно актуальным становится оперативный контроль их качества при приемке и отпуске потребителям на нефтебазе.

Развитие современных технологий и внедрение их в производство требует все более совершенных систем контроля, как параметров технологических процессов, так и производимой и реализуемой продукции поставщикам.

Одним из методов быстрого получения результата, характеризующего свойства бензинов и дизельных топлив в связи с переходом нефтепродуктов выпускаемых Евро-2 на нефтепродукты соответствующие требованиям Евро-3 и Евро-4 является использование анализатора качества нефтепродуктов на потоке (анализатора в ближней ИК (инфракрасной) - области) [1]. Переход на Евро – 3 и Евро – 4 позволит сократить вредные выбросы в атмосферу, поскольку к ним предъявляют более жесткие требования.

Основными преимуществами анализаторов в ИК - области является быстрота получения результата, а также возможность получения с одной пробы наряду с основными показателями, характеризующими качество бензина (ОЧ) целого ряда других показателей качества [1]. Применение автоматических анализаторов качества нефтепродуктов позволяет реализовать товарную продукцию с помощью: оперативного контроля и управления технологическим процессом нефтепереработки.

Предлагаемая система контроля качества нефтепродуктов (СККН) в потоке имеет внешний вид рис.1. Система контроля качества состоит из аналитического программного обеспечения, спектрального анализатора и оптоволоконных зонд - датчиков рис.2.



Рис.1 Внешний вид анализатора MATRIX - F

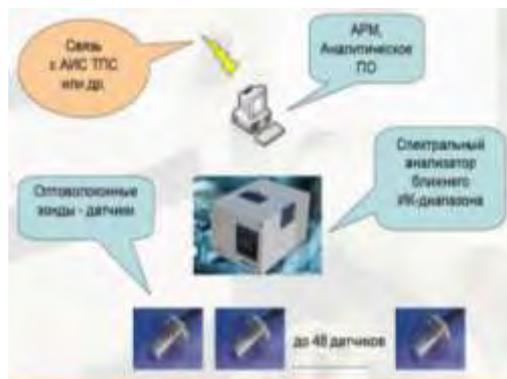


Рис.2 Состав СККН в потоке

Внедрение этих анализаторов способно многократно сократить время единичного измерения и повысить чёткость контроля оператора технологического процесса в целом и сокращение производства бракованной и низкокачественной продукции.

Основные показатели бензинов и дизельных топлив (октановое число, фракционный состав, давление насыщенных паров, плотность, температуры вспышки, помутнения и застывания, вязкость) лабораторным путем, возможно, исследовать и контролировать каждые 3 часа, тем временем анализатором, проанализирует эти показатели возможно намного чаще.

С помощью данной системы можно связать несколько объектов, а именно на Производстве «Пурнефтепродукт»: Комплекс АЗС, Комплекс нефтепереработки и Базу ГСМ.

Технико – экономический эффект от внедрения автоматических анализаторов качества обуславливается следующими факторами [2]:

- своевременное отслеживание и автоматическая корректировка технологического процесса для получения качественного нефтепродукта;
- улучшение качества товарной продукции и предотвращение выпуска некондиционного продукта;

- сокращение расходов на лабораторный аналитический контроль;
- получение информации характеризующей качество в реальном масштабе времени и возможности использования этой информации в автоматизированных системах управления;
- самообучение, то есть определение какого-либо нового показателя по спектру на примере стандартного или известного образца;
- оповещение оператора, с выводом сообщения на экран, о каких либо технических неполадках и необходимых мерах.

Системой контроля качества нефтепродуктов СККН возможно автоматическое регулирование режимами установок УППН и УКР на минизаводе Комплекса нефтепереработки на Тарасовском месторождении. А также отслеживание качества произведенной продукции на ТСП Комплекса нефтепереработки, отпуск товарной продукции автоцистернами с ТСП и железнодорожными цистернами с Парка БГСМ на АЗС ООО «РН-ПНГ» и сторонним организациям.

Для обвязки Комплекса нефтепереработки на светлые нефтепродукты понадобятся:

- два анализатора для контроля технологических режимов установок УППН (установка первичной переработки нефти), УКР (установки каталитического риформинга) и один для контроля качества товарной продукции в ТСП (топливно-сырьевого парка);

- примерно 30 оптоволоконных зонд - датчиков.

Для обвязки Базы ГСМ на светлые нефтепродукты понадобятся:

- два анализатора для контроля качества товарной продукции при сливе с автоцистерн в Парк БГСМ и при наливке в железнодорожные цистерны;

- примерно 30 оптоволоконных зонд - датчиков.

В результате понадобится для обвязки КНП и БГСМ 5 анализаторов и 60 зонд - датчиков.

Так как системой предлагается для управления режимами УКР и УППН, то эффект будет от сокращения операционных затрат на обслуживание технологического режима Производственной лабораторией в реальном режиме.

Расчет произведем с учетом ввода системы СККН в 2009 году.

Система СККН является рентабельной и окупается в течение 14 месяцев с момента ввода. При этом произведено сокращение штата Производственной лаборатории на 8 лаборантов химического анализа в 2010 году, в связи с сокращением контроля технологического режима установок. Для обслуживания системы необходимо ввести новое бюро управления качеством, состоящих из 8 специалистов в 2009 году одновременно с вводом системы для внедрения Системы менеджмента качества на предприятии ПНП.

В современных условиях хозяйствования необходимым условием обеспечения конкурентоспособности Производства «Пурнефтепродукт» ООО «РН-ПНГ» является разработка и функционирование эффективной системы качества, которая интегрирована с системой менеджмента качества. Для этого вводится СККН в потоке, которая положительно скажется на качественном контроле технологических процессов и реализации готовой продукции потребителю:

Во-первых, для проведения полного анализа бензина или дизельного топлива Производственной лаборатории потребуется около 12 часов, а СККН выдаст интересующие параметры качества нефтепродуктов практически мгновенно;

Во-вторых, в связи с переходом на новый уровень Евро-стандартов (Евро-3 и Евро-4), имеющие более жесткие условия по сравнению с Евро-стандартом 2 качество будет регулироваться мгновенно;

В-третьих, экологические требования к товарным нефтепродуктам;

Список используемой литературы:

1. А. Ланг, "Измерение важнейших параметров бензина с помощью анализатора в ближней ИК-области спектра" Нефтегазовые технологии, 1994, N 9-10.
2. НЕФТЕПЕРЕРАБОТКА И НЕФТЕХИМИЯ. Научно-технические достижения и передовой опыт.
3. 2007 г.

ПЕРСПЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОПУТНОГО НЕФТЯНОГО ГАЗА

Бочкарёва Ю. В., студентка

Томский политехнический университет

E-mail.ru: jull.on@mail.ru

Научный руководитель: Крепша Н. В., доцент

Попутный нефтяной газ выделяется из нефти в ходе сепарации углеводородного сырья. В отличие от природных горючих газов, состоящих в основном из метана, попутный нефтяной газ содержит значительное количество этана, пропана, бутана и других предельных углеводородов, также в попутном нефтяном газе присутствуют пары воды, а иногда и азот, углекислый газ, сероводород и редкие газы (гелий, аргон).

Правительством Российской Федерации принято постановление от 8 января 2009 г. № 7 «О мерах по стимулированию сокращения загрязнения атмосферного воздуха продуктами сжигания попутного нефтяного газа на факельных установках». Этот документ разработан в целях исполнения Указа Президента РФ от 4 июня 2008 года № 889 «О некоторых мерах по повышению энергетической и экологической эффективности российской экономики» и постановления Правительства РФ от 9 февраля 2008 г. № 59 «О внесении изменений в некоторые постановления Правительства РФ по вопросам государственного регулирования цен на нефтяной (попутный) газ».

Постановлением № 7 предписывается к 2012 году довести уровень использования попутного нефтяного газа в стране до 95 %. Кроме того, документ содержит предложения о том, что при сжигании на факельных установках объема попутного нефтяного газа более 5 % от объема добытого, плата за выбросы в атмосферный воздух загрязняющих веществ, образованных при сжигании на факельных установках рассчитывается с учетом сверхлимитного загрязнения атмосферного воздуха.

В ежегодном Послании Федеральному Собранию в 2007 году президент Российской Федерации отметил, что в России на нефтяных промыслах сжигается, по самым минимальным оценкам, более 20 млрд м³ попутного нефтяного газа в год, и указал на необходимость создания соответствующей системы учета, увеличения экологических штрафов, а также высказался за ужесточение лицензионных требований к недропользователям.

По оценкам Всемирного банка, годовой объем сжигаемого и удаляемого попутного газа в мире составляет около 110 млрд м³ в год. Потери экономики нашего государства от такого нерационального использования попутного нефтяного газа составляют более 13 млрд долларов США в год (стоимость высококачественных жидких углеводородов, пропана, бутана и сухого газа, производимых при переработке попутного нефтяного газа).

Сжигание газа в факелах наносит ущерб окружающей среде продуктами сгорания и собственнo несгоревшим газом – ежегодный объем выбросов составляет около 1,8 млн тонн, в том числе от 322 до 400 тыс. тонн твердых загрязняющих веществ. Это составляет 12–15 % общего годового объема выбросов в атмосферу России. Ежегодный ущерб, наносимый государству в таком случае, сопоставим с годовым бюджетом отдельного субъекта РФ.

Основные причины низкой утилизации попутного нефтяного газа – несовершенство законодательной базы, низкие цены на попутный нефтяной газ, чрезвычайно низкие платежи и штрафы за сжигание попутного нефтяного газа, а также, фактическое отсутствие контроля за утилизацией попутного нефтяного газа, за соблюдением условий лицензий на разработку месторождений углеводородов [1].

Величины штрафных санкций за сжигание попутного нефтяного газа кратно ниже, чем в других развитых нефтедобывающих странах мира, при демпинговых государственных ценах на попутный нефтяной газ.

Выбросы загрязняющих веществ при эксплуатации факельной площадки возможны от неплотностей фланцевых соединений площадки факельного хозяйства (неорганизованные источники), выбросы через дыхательные клапана емкостей для сбора конденсата, от работы самих факельных установок (организованные источники).

Выбросы загрязняющих веществ от неплотностей фланцевых соединений и емкостей для сбора конденсата сравнительно малы, поэтому ими часто пренебрегают. Основную массу загрязняющих веществ при эксплуатации площадки факельного хозяйства вносят факельные установки.

Существует методика, которая позволяет рассчитать максимальные и валовые выбросы вредных веществ на месторождении N (табл. 1).

Таблица 1. Максимальные и валовые выбросы вредных веществ в атмосферу при сжигании попутного нефтяного газа

Вредное вещество	Максимальные выбросы, г/сек	Валовые выбросы, т/год
СО	522,3453574	15783,09713
NO _x	78,35180361	2367,464569
Сажа	0	0
Бензапирен	0,0000005223	0,0000157831
Углеводороды (в пересчете на CH ₄)	55,27770462	1670,261578

Также согласно проекту нормативов предельно допустимых выбросов загрязняющих веществ в атмосферу на объектах месторождения N и зная значение коэффициента для атмосферы по Томской области $\delta=1,03$, можно рассчитать плату предприятия за выбросы вредных веществ в атмосферу (табл. 2) [2].

Таблица 2. Плата за выбросы вредных веществ в атмосферу

Вредное вещество	Валовый ПДВ, т/год, (m_i)	Превышение ПДВ, т/год, (m_i)	Нормативы платы за выброс, руб/тонну (P_i)		Плата за выбросы, тыс. руб. $\Pi = \sum \delta P_i m_i$
			В пределах установленных допустимых нормативов выбросов	В пределах установленных лимитов выбросов	
СО	83,0989	15699,99823	0,6	3	48,564
NO _x	0,6648	2366,799769	52	260	633,865
Сажа	9,9718	0	80	400	0
Бензапирен	0,00000002659	0,00001575651	2049801	10249005	0,166
Углеводороды (в пересчете на CH ₄)	16,4597	1653,801878	50	250	426,702

Таким образом, за год предприятие платит за выбросы при сжигании попутного нефтяного газа на месторождение N 1109,297 тыс. руб. А вместе с тем существуют более перспективные пути использования попутного нефтяного газа, при которых не наносится такой значительный ущерб атмосфере и существует возможность экономии денежных средств.

Утилизация попутного нефтяного газа включает три основных направления:

- 1) подача по газопроводу энергетикам (требует предварительной подготовки на газокompрессорных станциях);
- 2) переработка и реализация продукции (требует наличия инфраструктуры для вывоза продукции);
- 3) расходование на собственные нужды (предполагает закачку попутного нефтяного газа в пласт для поддержания давления и интенсификации добычи, использование попутного нефтяного газа в качестве топлива на собственных объектах, предполагает строительство мини-газотурбинных станций).

Большинство нефтедобывающих стран мира используют попутный нефтяной газ для выработки электроэнергии, например, путем строительства газотурбинных установок, что позволяет обеспечивать полную энергетическую автономность промысла.

Также газ поставляется в газотранспортную сеть, отправляется на переработку, в том числе с использованием технологии GTL (переработки газа в жидкое топливо).

Кроме того, существует технология обратной закачки попутного нефтяного газа в залежи нефти для повышения нефтеотдачи или сохранения сырья для будущих поколений [1].

При изучении основных законов и методик, можно сделать вывод, что в данное время почти на всех месторождениях Томской области, не имеющих достаточно развитой инфраструктуры, компаниям - владельцам проще сжигать попутный нефтяной газ на факельных установках, чем отправлять его на переработку, что приводит к нежелательным выбросам в атмосферу.

Данная экологическая проблема уже обращает на себя внимание, и принимаются меры для ее устранения и использования попутного нефтяного газа как одного из ценнейших углеводородных видов сырья [3].

Список используемой литературы:

1. Соколова Н.Р., Макарова И.Р. ПНГ в России, в мире, в СНГ //Стратегия. – М., 2009 – № 8. С. 50–51.
2. Методика расчёта выбросов вредных веществ в атмосферу при сжигании попутного нефтяного газа на факельных установках. – СПб., 1998.
3. Бочаров Д.Д. Оценка проектов утилизации нефтяного газа с учетом механизмов Киотского протокола//Нефтяное хозяйство. – М., 2009 – № 6. – С. 92–93.

ПРИМЕНЕНИЕ ЦЕОЛИТА САХАПТИНСКОГО МЕСТОРОЖДЕНИЯ ДЛЯ УДАЛЕНИЯ ЖЕЛЕЗА ИЗ ПРИРОДНОЙ ВОДЫ

Вейсгейм А. С., студент

Томский политехнический университет

E-mail: veis@t-sk.ru

Научный руководитель: Назаренко О. Б., д.т.н., профессор.

Одна из главных экологических проблем, с которой человечество сталкивается каждый день – это проблема качественной питьевой воды. По данным Госсанэпиднадзора РФ, очень низкое качество имеет питьевая вода в Бурятии, Дагестане, Калмыкии, в Приморском крае, в Архангельской, Калининградской, Томской, Кемеровской, Курганской, Ярославской областях.

Для обеспечения населения Томской области питьевой водой используются подземные воды. Их запасы на территории артезианского Западно-Сибирского бассейна достаточно велики и могут удовлетворить растущие потребности питьевого и промышленного водопользования. Кроме того, скважинные воды, по сравнению с поверхностными, имеют лучшие физико-химические и бактериологические показатели, менее подвержены загрязнению антропогенного характера и сезонным колебаниям. Скважинные воды на территории Томской области по своему химическому составу неоднородны, что выражается в различном соотношении растворенных ионов, составе газов, содержании органических веществ, минерализации и рН воды. Исследование химического скважинных состава скважинных вод области позволяет условно разделить их на два типа. Первый тип – это вода, в которой примеси находятся в гидрокарбонатной форме. Такой тип воды характерен для г. Томска и Томской района.

Основными компонентами, лимитирующими практическое использование этих вод, являются железо, марганец, кремний и соли жесткости. Содержание органических веществ, определенное по значению перманганатной окисляемости, не превышает 1,5 мгО₂/л, что соответствует нормативным требованиям. Использование воды такого состава для питьевых нужд в соответствии с основным документом, определяющим предельно-допустимые концентрации примесей (СанПиН 2.1.4. 1074-01), требует специальной водоподготовки [1].

Отличительной особенностью воды второго типа является повышенное содержание органических веществ и наличие примесей железа в виде устойчивых соединений. К воде такого типа относятся скважинные воды северных районов Томской области.

Скважинные воды северных районов Томской области характеризуется низким значением рН (5,65–7,4), пониженным содержанием солей жесткости(0,32–5,7 мг-экв/л); отношение ионов кальция и магния составляет 1:1 или 2:1. Основными элементами, содержание которых превышает нормативные значения для питьевой воды, являются железо, марганец, кремний, причем концентрация этих элементов меняется в зависимости от места отбора пробы. Особенностью этих районов является то, что ионы железа в этих водах находятся как в гидрокарбонатной форме, так и в виде устойчивых комплексов, не образующих в процессе водоподготовки фильтруемых соединений. Водой такого химического состава пользуются жители Белоярского, Парабельского, Каргасокского и Стрежевского районов. Повышенная цветность, насыщенность органическим веществом, наличие примесей железа в виде устойчивых комплексов создают трудности в процессе водоподготовки традиционными методами [2].

Известно, что природные цеолиты, являясь широко распространенным и дешевым минеральным сырьем, обладают уникальным спектром физических, физико-химических, адсорбционных и

ионообменных свойств, благодаря чему они нашли широкое применение во многих отраслях народного хозяйства, в том числе и в практике очистки сточных вод [3,4,5].

Целью данной работы была проверка возможности использования природного цеолита Сахаптинского месторождения Красноярского края для удаления ионов железа из природных вод.

На кафедре гидрогеологии в Учебно-научно-производственном центре «Вода» Томского политехнического университета были проведены лабораторные опыты по очистке подземной воды Кожевниковского района от загрязняющих веществ на фильтре с цеолитовой загрузкой. Корпус фильтра был загружен цеолитом фракции 1–2 мм объемом 70 мл. В опытах был использован сахаптинский цеолит, переведенный в Na-форму обработкой раствором хлористого натрия.

Предварительно был сделан химический анализ природной воды, определенный титриметрическим (полевым) методом, методами потенциометрии и фотоколориметрии. По полученным результатам можно сделать вывод, что природная вода гидрокарбонатная, кальциевая, слабощелочная, умеренно-жесткая с минерализацией 444 мг/л. Химический состав природной воды приведен в таблице.

Для демонстрации эффективности очистки в исследуемую природную воду ввели 2 мг/л ионов Fe^{3+} из ГСО, при этом pH воды уменьшилось до 7,5. Перевели цеолит в Na-форму (пропустили через фильтр раствор поваренной соли), а затем фильтр промыли дистиллированной водой и пропускали через него раствор, последовательно отбирая отфильтрованную воду в колбы по 100 мл для анализа.

Определение железа общего проводили по методике ГОСТ 4011-72. Результаты приведены на рисунке 1. Содержание ионов кальция определяли титриметрическим методом. Результаты приведены на рисунке 2.

Компонент	pH	CO ₂	HCO ₃ ⁻	SO ₄ ²⁻	Cl ⁻	ОЖ	Ca ²⁺	Mg ²⁺	Na ⁺	K ⁺	Fe _{общ}	M
Содержание, мг/л	7,7	48,4	335,5	<2	3,8		87	10,2	6	1,12	0,3	443,6
Содержание, мг-экв/л			5,5		0,107	5,2	4,35	0,85	0,188	0,03		

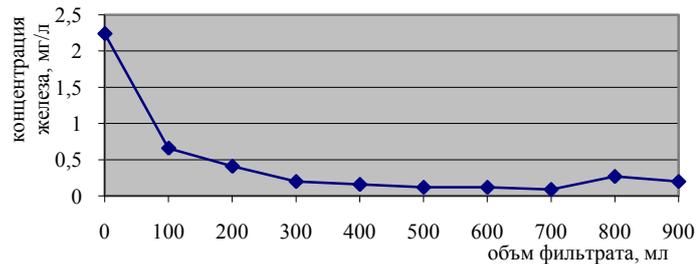


Рисунок 1 – Зависимость концентрации железа в фильтрате от объема отфильтрованной воды

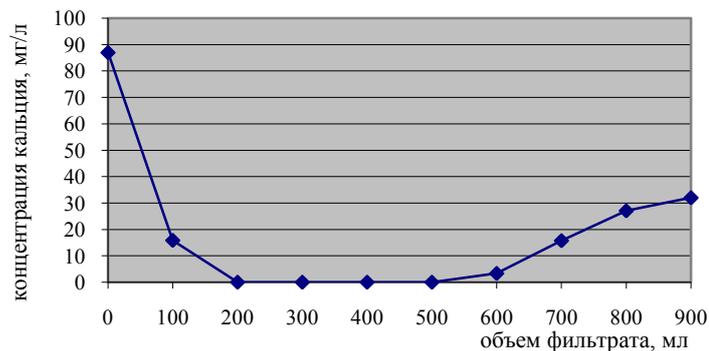


Рисунок 2 – Зависимость концентрации кальция в фильтрате от объема отфильтрованной воды

Полученные результаты свидетельствуют о высокой эффективности очистки природной воды при пропускании ее через фильтр с цеолитовой загрузкой. Концентрация железа снизилась на 96 %, очистка по кальцию составила 100 %. После пропускания через цеолитовую загрузку 500 мл воды

концентрация обоих ионов увеличивается, что может быть связано с тем, что цеолит, объем которого в фильтре был относительно мал, быстро насытился ионами, и уже не брал из раствора загрязняющие вещества. Для разработки предложений по практическому использованию необходимо проводить эксперименты с большим объемом цеолита, а также рассчитать необходимый объем цеолита для очистки требуемого количества воды.

Список используемой литературы:

1. Шиян Л.Н. Свойства и химия воды. Водоподготовка: учебное пособие / Л.Н. Шиян; Томский политехнический университет. – Томск : Изд-во ТПУ, 2004. – 71 с.
2. Волкотруб Л.П. Питьевая вода Томска. Гигиенический аспект / Л.П. Волкотруб, И.М. Егоров. – Томск : Изд-во НТЛ, 2003. – 195 с.
3. Минералогическая энциклопедия: пер. с англ. / Под ред. К. Фрея. – Л.: Недра, 1985. – 512 с.
4. Природные сорбенты в процессах очистки воды / Тарасевич Ю.И. – Киев, 1981. – 208 с.
5. Челищев Н.Ф. Ионообменные свойства природных высококремнистых цеолитов / Н.Ф. Челищев, В.Ф. Володин, В.Л. Крюков; под ред. Л.Н. Овчинникова. – М.: Наука, 1988. – 128 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИК АНАЛИЗА ОБЪЕКТОВ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ НА СОДЕРЖАНИЕ ИОДА С УЧЕТОМ ВОЗМОЖНОЙ НЕАДДИТИВНОСТИ СИГНАЛОВ

Заика Я. Г., аспирант

Томский политехнический университет

E-mail: yanga@tpu.ru

Научный руководитель: Романенко С. В., д.х.н., профессор

Иод составляет основу гормонов щитовидной железы, которые выполняют жизненно важные функции на протяжении всей жизни человека и он должен поступать в организм человека постоянно в необходимых количествах. Главное значение иода состоит в том, что он является незаменимым компонентом тиреоидных гормонов. Нет такого органа или системы организма, которые бы не нуждались в этих гормонах. Они участвуют в обеспечении организма энергией, которая нужна не только для выполнения механической работы, но и для полноценного обмена веществ, нормального протекания процессов биосинтеза, роста и развития организма и обновления его тканей. Пока человек получает достаточное количество энергии, он бодр, полон сил, жизнерадостен и здоров. Как только хотя бы в одной из энергетических цепочек происходит сбой, самочувствие ухудшается. При серьезных неполадках в энергетическом обмене человек заболевает.

Суточная потребность элемента у взрослого человека 150-200 мкг. в сутки. Жители Томска в среднем потребляют в сутки 40-60 мкг иода. По данным Департамента Здравоохранения около 85% населения Томска проживают в районах дефицитных по иоду, который приводит к нарушению деятельности нервной системы, мозга, половых и молочных желез человека. Дефицит иода усугубляется экономическими и экологическими факторами. В последние десятилетия снизилось потребление иодосодержащих продуктов, не проводится массовая и групповая иодная профилактика.

Больше всего страдают дети: они отстают в умственном и физическом развитии, им трудно даются освоения новых знаний и учёба в школе. Проявления иодного дефицита разнообразны: от зоба (увеличения щитовидной железы) до “кретинизма”. В группу риска по развитию иододефицитных заболеваний входят дети, подростки, беременные и кормящие женщины.

Ликвидация дефицита иода становится одной из важнейших задач, так как здоровые дети – это будущая здоровая нация. В последнее время эффективными являются иодосодержащие продукты и биодобавки (в состав подобных объектов чаще всего входят слоевища ламинарии и фукус), способствующие решению этой проблемы. В связи с этим возникают проблемы определения микросодержания иода в подобных препаратах и сырье для их производства.

Метод добавок один из наиболее распространенных способов определения концентрации веществ в аналитической химии. Основным его преимуществом является возможность избежать влияния матрицы пробы. Особенно это важно для таких методов анализа как вольтамперометрия и атомно-абсорбционная спектроскопия. Одним из важных условий для правильного использования метода

добавок является аддитивность сигнала, т. е. аналитический сигнал (чаще всего это высота пика) должен пропорционально зависеть от концентрации анализируемого вещества в растворе.

Существуют разные приемы для проверки надежности определения концентрации вещества методом добавок. При разработке методики анализа используют статистические приемы, которые требуют большого числа экспериментальных измерений с последующей статистической обработкой опытных данных. Метод множественных добавок позволяет в некоторой мере оценить аддитивность сигнала непосредственно при проведении анализа, но он требует высокой воспроизводимости измерений. Проверка правильности методики с использованием стандартных образцов не гарантирует наличие аддитивности сигнала при проведении анализа реальных объектов вследствие матричных эффектов. Особенно этот вопрос актуален при анализе объектов, в состав которых входят соединения иода.

Целью данной работы является разработка нестатистического критерия аддитивности аналитического сигнала иода, который позволит оценить надежность применения метода добавок при определении его концентрации. Причиной нарушения аддитивности высоты сигнала иода, чаще всего является изменение его формы при изменении концентрации вещества во время анализа. Таким образом, параметры формы могут использоваться как критерий аддитивности сигнала.

Получена серия аналитических сигналов иода в зависимости от его концентрации в растворе методом дифференциально-импульсной инверсионной вольтамперометрии с серебряным электродом, модифицированным ртутью, чтобы оценить зависимость формы аналитического сигнала при изменении его концентрации. Полученные сигналы являлись аддитивными. На основе полученных сигналов были построены модельные серии пиков с заданными параметрами, к которым был добавлен экспериментальный остаточный ток фонового электролита. Производилась обработка полученных модельных серий (базовая линия под пиком аппроксимировалась прямой линией). Произведен численный эксперимент. Полученные результаты сравнивались с исходными истинными значениями и вычислялась ошибка (Рис. 1).

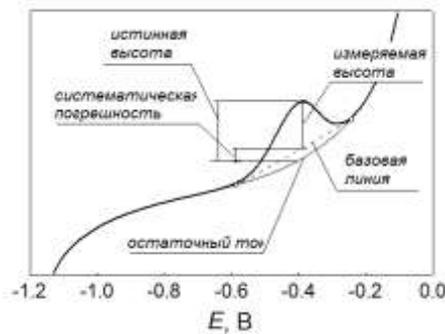


Рис. 1. Вычисление погрешности измерения сигнала

Строились зависимости систематической погрешности прямолинейного учета базовой линии от изменения параметров формы пиков («хвостатость», несимметричность) (Рис. 2).

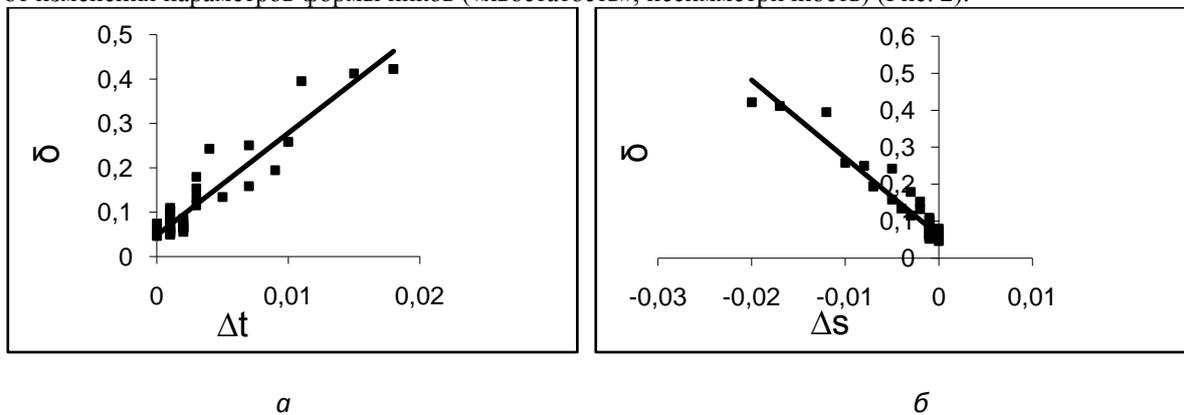


Рис. 2. Зависимости погрешности, вносимой при прямолинейном учете базовой линии от изменения параметров формы сигналов а - «хвостатости», б – несимметричности

По полученным зависимостям оценены пределы вариации формы, где погрешность определения концентрации не превышает допустимого значения. При отклонении параметра характеризующего форму хвостов сигналов от 0 до 0,02 погрешность меняется 5 до 25 % и зависимость носит прямолинейный характер. А при отклонении параметра несимметричности от 0 до 0,02 погрешность изменяется 0 до 50 % и зависимость также носит прямолинейный характер.

Разработанный способ оценивания систематической погрешности измерения аналитических сигналов в инверсионной вольтамперометрии может быть использован не только на примере иода, но и в случае определения тяжелых металлов на РПЭ. Данный алгоритм может быть в будущем использован в программном обеспечении приборов для увеличения надежности и точности результатов определения.

ТЕРМОДИНАМИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АТМОСФЕРЫ ЗАПАДНОЙ СИБИРИ В ДНИ С ГРАДОМ Золотухина О. И., студент, *Константинова Д. А., аспирант

Томский Государственный Университет

*НИИ высоких напряжений

E-mail: gorbatenko@hvd.tpu.ru

Научный руководитель: Горбатенко В. П., д.г.н., профессор

Конвекция образуется в результате перегрева отдельных участков поверхности Земли и воздуха над ней, а степень ее развития целиком определяется радиационными и теплофизическими свойствами атмосферы. В результате развития конвекции образуются мощные конвективные облака, оказывающие существенное влияние на радиационный режим атмосферы и на образование таких опасных явлений погоды, как гроза, град и шквал. В настоящее время в Европе и Америке для прогноза опасных явлений, связанных с конвекцией, широко применяются индексы устойчивости атмосферы [1], рассчитанные на основе данных радиозондирования и позволяющие определить соответствие количественных значений индексов той или иной степени развития конвекции.

Целью данной работы является анализ значений индексов устойчивости атмосферы и оценка возможности их использования для составления альтернативных прогнозов развития града над территорией Западной Сибири. Материалом для исследований послужили данные радиозондирования атмосферы аэрологических станций Новосибирск и Колпашево в сроки 00 и 12 часов ВСВ (всемирное скоординированное время) с июня по август за период 2007-2009 гг. [2] в дни, когда над территорией Западной Сибири наблюдался град. Для определения времени начала града и его продолжительности были использованы данные 58 метеорологических станций Томской, Новосибирской, Кемеровской областей и Алтайского края.

Для каждого дня с градом проанализированы значения следующих характеристик состояния атмосферы [3]:

Индекс LIFT оценивает степень стабильности атмосферы:

$$LIFT = T_{500} - T_p, \quad (1)$$

где: T_{500} – температура на уровне 500 гПа, °С;

T_p – температура частицы на уровне 500 гПа, поднимающейся с уровня 500 метров над земной поверхностью при среднем давлении, температуре и точке росы, °С.

Индекс CAPE, рассчитывается по разности потенциальной температуры поднимающегося объема воздуха и окружающего воздуха с учетом ускорения свободного падения:

$$CAPE = g \int_{LFC}^{EL} dz * (T_p - T_e) / T_e, \quad (2)$$

где: T_p – температура частицы, поднимающейся по сухой адиабате с уровня 500 метров над земной поверхностью до уровня конденсации, выше уровня конденсации подъем по влажной адиабате, °С;

T_e – температура окружающей среды, °С.

Индекс KINX оценивает возможность возникновения конвекции, основанную на вертикальном градиенте температуры и вертикальной протяженности уровня влажности:

$$KINX = (T_{850} - T_{500}) + TD_{850} - (T_{700} - TD_{700}), \quad (3)$$

где: T_{700} – температура на уровне 700 гПа, °C;

TD_{700} – температура точки росы, на уровне 700 гПа, °C.

В результате обработки данных радиозондирования в дни с градом получено, что наибольшие величины индексов, как средние так и экстремальные приходятся на июль в обоих пунктах, за исключением индекса LIFT на станции Колпашево (таблица 1). Все индексы для станции Новосибирск показывают большую степень развития конвекции, чем для станции Колпашево, что связано с широтой станции и с увеличением с севера на юг высоты над уровнем моря. Максимальные значения конвективной потенциальной энергии в три раза могут превышать средние значения. Если сравнивать полученные значения индексов в дни с градом и в дни со шквалом (таблица 2) [4] для станции Новосибирск, то для индексов LIFT и CAPE значения по абсолютной величине при шквале во все месяцы превосходит эти же значения в дни с градом.

В результате проведенных исследований получено:

1. Конвективный потенциал атмосферы в дни с градом на станции Новосибирск превышает значения конвективного потенциала станции Колпашево.
2. В годовом ходе степени развития конвекции (по значениям индексов) замечено, что ее наибольшее развитие отмечается в июле, и 42 % дней с градом приходится на этот месяц.
3. Степень развития конвекции, характеризуемая индексами LIFT и CAPE, различается при наличии в атмосфере града и шквала, следовательно, есть возможность учитывать эти различия при создании новых улучшенных методов прогноза таких опасных явлений, как град и шквал..

Таблица 1. Значения индексов неустойчивости атмосферы в дни с градом за 12 ч ВСВ

Индекс		Июнь	Июль	Август	
Колпашево	LIFT	среднее	1,80	1,83	-0,75
	($\sigma=3,2$)	min	-1,57	-4,33	-2,21
	CAPE	среднее	137,32	469,13	0,38
	($\sigma=269$)	max	559,85	1246,6	1,14
	KINX	среднее	22,56	22,03	17,63
	($\sigma=5,4$)	max	33,10	27,5	33,3
Новосибирск	LIFT	среднее	-0,63	-1,47	-1,59
	($\sigma=3,2$)	min	-6,16	-5,8	-3,36
	CAPE	среднее	108,49	559,82	381,62
	($\sigma=269$)	max	272,57	1845,5	865,67
	KINX	среднее	27,18	28,19	29,02
	($\sigma=5,4$)	max	272,57	35	31,9

Таблица 2. Значения индексов неустойчивости атмосферы в дни со шквалами для станции Новосибирск за 12 ч ВСВ (1991-2008 гг.) [4]

Индекс		Июнь	Июль	Август
LIFT	среднее	0,3	-1,9	-0,2
($\sigma=3,2$)	min	-4	-5,9	-3,9
CAPE	среднее	187	585	536
($\sigma=269$)	max	1100	1450	1210
KINX	среднее	27,1	28,5	28
($\sigma=5,4$)	max	32,3	36,4	32,3

Список используемой литературы:

1. Kunz M.: The skill of convective parameters and indices to predict isolated and severe thunderstorms, Nat. Hazards Earth Syst. Sci., 7, P. 327-342, 2007
2. Johns R.H., Doswell C.A.: Severe local storms forecasting. Wea. Forecasting, 11 – 1992. – P. 558-612.
3. <http://www.weather.uwyo.edu>

4. Горбатенко В.П., Константинова Д.А., Шутова Е.В. Термодинамические характеристики атмосферы Западной Сибири в дни со шквалами // Восьмое сибирское совещание по климатологическому мониторингу: Мат-лы рос. конф. / Под ред. М.В. Кабанова.– Томск: Агаф-пресс, 2009.– С. 158-160

СТРОЕНИЕ АТМОСФЕРЫ ЗАПАДНОЙ СИБИРИ В ДНИ С ГРАДОМ

Кольяк А. В., студент; *Константинова Д. А., аспирант

Томский Государственный Университет; *НИИ высоких напряжений

E-mail: da_konstantinovas@mail.ru

Научный руководитель: Горбатенко В.П., д.г.н., профессор

Град относится к числу опасных и трудно предсказуемых явлений погоды, поэтому изучение условий его образования в разных географических районах актуально и имеет практическую значимость. Результаты исследования особенностей образования града над территорией Западной Сибири могут быть использованы для повышения качества прогнозов его выпадения.

Какова же общая картина образования града? Поднимающийся от земной поверхности в жаркий летний день теплый воздух охлаждается с высотой, а содержащаяся в нем влага конденсируется, образуется облако. Минуту нулевую изотерму, мельчайшие капли воды становятся переохлажденными. Переохлажденные капли жидкой воды встречаются в облаках даже при температуре минус 40°C (высота 8–10 км). Но эти капли очень нестабильны. Поднятые с земной поверхности мельчайшие частицы песка, соли, продукты сгорания и даже бактерии при столкновении с переохлажденными каплями нарушают хрупкий баланс. Переохлажденные капли, вступившие в контакт с твердыми ядрами конденсации, превращаются в ледяной зародыш градины. Мелкие градины существуют в верхней половине почти каждого кучево-дождевого облака, но чаще всего такие градины при падении к земной поверхности тают. Если скорость восходящих потоков в кучево-дождевом облаке не достигает 40 км/час, то они не в силах удержать зародившиеся градины, которые падают, проходят сквозь теплый слой воздуха между нулевой изотермой (обычно на высоте 2,4–3,6 км) и земной поверхностью и выпадают в виде мелкого "мягкого" града либо в виде дождя. Более сильные восходящие потоки поднимают мелкие градины до слоев воздуха с температурой от –10 до –40 градусов (высота 3–9 км), диаметр градин начинает расти, достигая порой диаметра нескольких сантиметров. В исключительных случаях скорость восходящих и нисходящих потоков в облаке может достигать 300 км/час. Чем выше скорость восходящих потоков в кучево-дождевом облаке, тем крупнее град. Для образования градины размером с шар для гольфа потребуются более 10 миллиардов переохлажденных капель воды, а сама градина должна оставаться в облаке как минимум 5–10 минут, чтобы достичь столь крупного размера. На формирование одной капли дождя необходим примерно миллион таких мелких переохлажденных капель. Градины диаметром более 5 см встречаются в супер-ячейковых кучево-дождевых облаках, в которых наблюдаются очень мощные восходящие воздушные потоки. Именно супер-ячейковые грозы порождают смерчи (торнадо), сильные ливни и интенсивные шквалы. Когда градина достигает такой массы, что восходящий поток не в силах ее удерживать, она устремляется к поверхности земли, и можно наблюдать выпадение крупного града. Скорость падения градины диаметром 4 см может достигать 100 км/час, а более крупные градины устремляются к земле со скоростью до 160 км/час. При такой скорости они могут причинять серьезные разрушения. Но не каждая крупная градина достигнет земли. Падая в облаке, градины сталкиваются друг с другом, при этом разрушаясь и превращаясь в более мелкие, тающие в теплом воздухе. В среднем 40–70% образовавшихся градин так и не достигают поверхности земли.

На исследуемой территории град выпадает обычно в теплое время года из мощных кучево-дождевых облаков, в виде частичек плотного льда различных, иногда очень крупных, размеров. Град всегда наблюдается при грозе, обычно вместе с ливневым дождем. Выпадение града иногда может дать на земной поверхности покров высотой до 20-30 см. Интенсивный град может уничтожать посевы, иногда наблюдается гибель животных. Продолжительность выпадения от нескольких минут до получаса, чаще всего 5-10 минут [1].

Целью настоящей работы является изучение структуры атмосферы в дни, когда на юго-востоке Западной Сибири отмечалось наличие града.

Материалом для исследований послужили данные радиозондирования атмосферы аэрологических станций Новосибирск и Колпашево в сроки 00 и 12 часов ВСВ (всемирное скоординированное время) с июня по август за период 2007-2009 гг. [2] за 59 дней, когда над территорией Западной Сибири наблюдался град. Для определения времени начала града и его продолжительности были использованы данные 56 метеорологических станций Томской, Новосибирской, Кемеровской областей и Алтайского края.

Для прогноза развития конвективной облачности (а, следовательно, и града) особый интерес представляют высоты, на которых расположены следующие уровни:

- а) уровень конденсации Z_k , практически совпадающий с нижней границей облака;
- б) уровень нулевой изотермы Z_0 , отделяющей переохлажденную (верхнюю) часть облака от непереохлажденной (нижней);
- в) уровень свободной конвекции $Z_{конв}$, практически совпадающий с верхней границей облака;
- г) положение высоты изотермы минус 22°C Z_{22} , как показателя начала области оледенения в кучево-дождевой облачности [3].

В настоящей работе исследован вертикальный профиль состояния атмосферы и построены аэрологические диаграммы за срок 12 ч ВСВ, в дни с градом для июля месяца, так как 47 % дней с градом приходится на этот месяц, а на июнь с августом – 32 и 21 % соответственно.

Анализ данных радиозондирования атмосферы за срок 12 часов ВСВ свидетельствует о том, что высота уровня конденсации в градовых облаках уменьшается с севера на юг, так в Колпашево высота уровня конденсации составляет 1000 м, а в Новосибирске – 1200 м. (табл.1). То же можно сказать и о средней высоте уровня конвекции, которая достигает 10400 м в Новосибирске, а на более северной станции Колпашево уменьшается до 7750 м. Это факт является свидетельством того, что на образование конвективных облаков в исследуемом районе существенно влияет широта места, т.е. приток солнечной радиации.

Из этого следует, что средняя мощность градовых облаков в июле в районе станции Новосибирск на 2650 м больше, чем в районе Колпашево, и составляет 9200 м.

Температура уровня средней высоты верхней границы облаков в Новосибирске составляет - 45°C , это ниже значений в Колпашево, где температура равна - 30°C .

Высоты изотерм 0 и -22°C в Колпашево составляют 2900 и 5800 м, что ниже чем в Новосибирске, где эти же изотермы достигают высот 3450 и 6800 м соответственно.

Таблица 1. Характеристики состояния атмосферы в дни с градом

Характеристика	Колпашево	Новосибирск
Уровень конденсации Z_k , м	1000	1200
Уровень конвекции $Z_{конв}$, м	7750	10400
Высота нулевой изотермы Z_0 , м	2900	3450
Высота изотермы - 22°C Z_{22} , м	5800	6800
Мощность градовых облаков, м	6750	9200
Температура средней высоты верхней границы облаков, $^{\circ}\text{C}$	-30	-45

Высота расположения изотерм, характеризующая зрелость конвективного облака, способного продуцировать град, существенно зависит от географической широты, на которой образуется градовое облако.

Высота нижней границы конвективных облаков соответствует классической. Притом, что среднее значение мощности кучево-дождевых облаков составляет 4-6 км [3], в исследуемом регионе мощность облаков при наличии града, может составлять более 7 км на севере и более 9 на юге.

Высота изотермы -22°C , важная для превращения облаков грозное и градовое по исследуемой территории изменяется почти на один километр.

Полученные результаты необходимо учитывать при разработке новых методов прогноза града или уточнении используемых.

Список используемой литературы:

1. Хромов С.П., Мамонтова Л.И. Метеорологический словарь. Под ред. Кузьменко В.И. – Л.: Гидрометеоиздат. 1974.– 568 с.
2. <http://www.weather.uwyo.edu>
3. Матвеев Л.Т. Основы общей метеорологии. Физика атмосферы. — Л., Гидрометеоиздат, 1965, 876 с.

**ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА АТМОСФЕРНОГО ВОЗДУХА
НА ГРАНИЦЕ САНИТАРНО-ЗАЩИТНОЙ ЗОНЫ ЗАО
«СЕВЕРСКИЙ СТЕКОЛЬНЫЙ ЗАВОД»**

Корф Е. Д., студент

Томский политехнический университет

E-mail: Korf-kat@mail.ru

Научный руководитель: Чулков Н. А., к.т.н., доцент.

На сегодняшний день не существует такая производственная деятельность, которая не воздействовала бы на окружающую среду. Технологические процессы воздействуют на качество атмосферы, гидросферы и литосферы. Человеку необходимо контролировать своё воздействие на природную среду. Особое внимание следует уделить не только материальным, но и энергетическим загрязнениям. В данной статье рассмотрено шумовое воздействие производственного предприятия, а также его влияние на качество атмосферного воздуха окружающей среды.

Северский стекольный завод функционирует с 2004 года в поселке Самусь. ЗАО «Северский стекольный завод» находится на территории ЗАТО Северск и является одним из его производственных объектов.

Основной сферой деятельности предприятия является производство различных стекольных изделий (стеклотары): банки, бутылки.

Источники загрязнения окружающей среды ЗАО «Северский стекольный завод» расположены на одной площадке в поселке Самусь.

К основным объектам ЗАО «Северский стекольный завод» относятся:

- составной цех
- стекловаренный цех.
- складской участок.

Охрана окружающей среды при производственном процессе на ЗАО «Северский стекольный завод» связана, прежде всего, с уменьшением выбросов загрязняющих веществ в атмосферу от составного цеха, стекловаренной печи, участка обработки изделий (отжиг): пыли стекла, оксидов азота, серы, оксидов углерода, примесей оксидов меди и кобальта (для повышения прочности и пластичности изделий), дихлорида олова (на участке горячего напыления).

Для очистки запыленного воздуха в производственном процессе на предприятие установлены современные природоохранные сооружения, циклоны и рукавные фильтры (шесть циклонов и десять фильтров на линиях доломита, песка, стеклобоя, шихты, соды). Осажденная пыль из циклонов и рукавных фильтров поступает обратно на ленточный конвейер соответствующей линии.

Увеличение содержания углекислого газа в атмосфере ведёт к повышению температуры Земли. При увеличении содержания CO_2 можно ожидать повышения средней температуры Земли, хотя зависимость между этими параметрами довольно сложная. Было проведено множество модельных исследований по этой проблеме. Судя по их результатам, примерное удвоение содержания CO_2 произойдет около 2040 года, в результате чего средняя температура планеты возрастёт на 2 или 3 С. В полярных районах повышение температуры может превысить данное значение в несколько раз. Считается вероятным, что около 2000г. содержание CO_2 будет составлять ~400млн. , что вызовет повышение температуры на 1С, причём также с более значительным повышением в полярных областях.

Содержание водяного пара также может измениться при изменении температуры. Таким образом, конечным результатом изменения концентрации CO_2 в атмосфере могут стать сложные климатические процессы, связанные с изменением, как температуры, так и процессов образования осадков.

Оксиды азота находятся в атмосферном воздухе до 2-5 суток, перемешиваясь с потоками воздуха на расстояния до 1000 км. За это время происходит их превращение в кислоты, и смог из атмо-

сферы попадает с осадками в почву и поверхностные воды, главным образом в виде слабых растворов азотной и азотистой кислот:

Сокращению этих выбросов способствует использование топлив, в процессе сжигания которых образуется меньше загрязняющих веществ, а также применение усовершенствованных технологических процессов и оборудования. Северский стекольный завод использует природный газ в качестве топлива. Газ является наиболее целесообразным с экологической точки зрения видом топлива. На единицу производимой энергии он оказывает наименьшее воздействие на окружающую среду, в особенности на воздух и хвойные леса.

Для отвода газов в атмосферу от стекловаренной печи на ЗАО «Северский стекольный завод» используют дымовую трубу, которая спроектирована в соответствии с [1].

Санитарно-защитная зона (СЗЗ) отделяет территорию промышленной площадки от жилой застройки, ландшафтно-рекреационной зоны, зоны отдыха, курорта с обязательным обозначением границ специальными информационными знаками.

Границей жилой застройки является линия, ограничивающая размещение жилых зданий, строений, наземных сооружений и отстоящая от красной линии на расстояние, которое определяется градостроительными нормативами.

Красная линия отделяет территорию улично-дорожной сети от остальной территории города. За пределы красных линий в сторону улицы или площади не должны выступать здания и сооружения.

Санитарно-защитная зона является обязательным элементом любого объекта, который является источником воздействия на среду обитания и здоровье человека.

Использование площадей СЗЗ осуществляется с учетом ограничений, установленных действующим законодательством и настоящими нормами и правилами. Санитарно-защитная зона утверждается в установленном порядке в соответствии с законодательством Российской Федерации при наличии санитарно-эпидемиологического заключения о соответствии санитарным нормам и правилам.

Для объектов, их отдельных зданий и сооружений с технологическими процессами, являющимися источниками воздействия на среду обитания и здоровье человека, в зависимости от мощности, условий эксплуатации, характера и количества выделяемых в окружающую среду загрязняющих веществ, создаваемого шума, вибрации и других вредных физических факторов, а также с учетом предусматриваемых мер по уменьшению неблагоприятного влияния их на среду обитания и здоровье человека, в соответствии с санитарной классификацией предприятий, производств и объектов устанавливаются следующие размеры санитарно-защитных зон:

- предприятия первого класса - 1000 м;
- предприятия второго класса - 500 м;
- предприятия третьего класса - 300 м;
- предприятия четвертого класса - 100 м;
- предприятия пятого класса - 50 м.

Согласно санитарной классификации предприятий ЗАО «Северский стекольный завод» относится к предприятиям четвертого класса с санитарно-защитной зоной 50 м, как объект ведущим фактором которого является шумовое воздействие на население. Сделан вывод, что существующие границы СЗЗ соответствуют установленным нормам.

Нами были проведены измерения концентрации окислов азота и углерода и шумового загрязнения на границе санитарно-защитной зоны ЗАО «Северский стекольный завод» [2].

Измерения проводились 81 раз в июле-сентябре 2009 года с учетом розы ветров.

Условия проведения измерений (в среднем значении):

Температура воздуха $t = 18^{\circ}\text{C}$;

Скорость ветра $v = 1.8$ м/с; направление северное.

Данные измерений представлены в таблице 1.

Таблица 1. Результаты исследований на границе СЗЗ ЗАО «Северский стекольный завод».

Определяемые показатели	Результаты испытаний, исследований	Величина допустимого уровня
Оксид азота	<0,13	0,4
Диоксид азота	<0,04	0,2
Оксид углерода	< 1	3
Шумовое воздействие	58	60

По результатам проведенных измерений концентрация оксидов азота и углерода соответствует требованиям санитарных норм. Шумовое воздействие соответствует требованиям санитарных норм.

ЗАО «Северский стекольный завод» является современным производственным предприятием. Но тем не менее оно не может функционировать не нанося урон окружающей среде. Предприятие оснащено современной техникой и природоохранными сооружениями, которые сводят этот урон к минимуму. К недостаткам стоит отнести то, что для ЗАО «Северский стекольный завод» не составлен том предельно допустимых выбросов.

Список используемой литературы:

1. СНИП-2.09.03-85 Сооружения промышленных предприятий.
2. «Руководство по контролю загрязнения атмосферы» под ред. Л.И. Верес издательство «Финансы и статистика», 1991г.

АПРОБАЦИЯ ФОТОМЕТРИЧЕСКОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО КРАСИТЕЛЯ С ЦЕЛЬЮ МОНИТОРИНГА ОБЪЕКТОВ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Морозова В. В., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: viktoriya_tpu@sibmail.com

Научный руководитель: Ларионова Е. В., к.х.н., доцент

Необходимость совершенствования учебно-лабораторной базы при проведении лабораторных работ по химии и экологии в настоящий момент не вызывает сомнений. Анализ оборудования и реальной практики проведения лабораторных работ в вузах РФ показал, что отдельные лабораторные работы проводятся с использованием различных приборов, самостоятельно объединенных в лабораторные установки, что снижает качество обучения. В последнее время среди научных групп Томского политехнического университета ведутся разработки универсальных учебно-лабораторных комплексов (УЛК), позволяющих проводить большой спектр лабораторных работ по химии и экологии [1–4].

ООО «Универсальные образовательные технологии» разработан УЛК «Общая химия» [5]. УЛК «Общая химия» предназначен для проведения работ по общей химии (разделы: общие законы и понятия химии, строение вещества, закономерности химических реакций, растворы и электрохимия), а также может быть использован при проведении лабораторных работ по экологическому мониторингу.

В состав комплекса входят: универсальный контроллер, фотоколориметр, термостат калориметр, модуль для электрохимических измерений, а также общелабораторный комплекс. Работой каждого модуля можно управлять через компьютер, либо автономно с помощью контроллера. Остаются актуальными вопросы методического оснащения данного комплекса.

Целью данной работы является разработка методики фотометрического определения органического красителя при адсорбции красителей с помощью активированного угля из водных растворов с использованием модуля «Фотоколориметр» учебно-лабораторного комплекса «Общая химия».

В учебном процессе изучение фотометрических методов анализа проводится в рамках аналитической химии, либо метод используется в качестве вспомогательного при изучении химических равновесий, сорбционных процессов [9, 10].

Необходимо отметить, что в настоящее время авторами [1] разработан УЛК с возможностью проводить фотометрические измерения с помощью оптического датчика. Принцип работы модуля «Фотоколориметр» УЛК «Общая химия» основан на классической однолучевой схеме, широко применяемой в современных фотометрах отечественного и зарубежного производства. В тоже время фотометрические приборы, принцип работы которых основан на использовании оптических датчиков, нам неизвестны.

Фотометрические методы анализа ввиду их большой чувствительности и избирательности, экспрессности и точности широко применяются при анализе различных природных сред. Простота, универсальность и доступность фотометрических методов обусловили их широкое применение в

промышленно-санитарной аналитической химии для контроля загрязнений воздуха, воды и почвы [6].

Модуль «Фотоколориметр» предназначен для измерения светопоглощения окрашенных растворов в полихроматическом пучке света в видимой области спектра (400–660 нм). Важнейшими частями фотоколориметра являются: источник излучения, монохроматор, кюветы с исследуемым раствором и раствором сравнения, приемник излучения, измерительное или регистрирующее устройство.

При прохождении излучения через раствор светопоглощающего вещества поток излучения ослабляется. Понижение интенсивности зависит от концентрации поглощающего вещества и длины пути, проходимого потоком. Эта зависимость выражается законом Бугера – Ламберта – Бера:

$$I/I_0 = 10^{-\varepsilon \ell C} \text{ или } -\lg T = A = \varepsilon \ell C,$$

где I_0 , I – интенсивность потока света, падающего на раствор и прошедшего через раствор, соответственно; ε – молярный коэффициент поглощения, l – толщина поглощающего слоя, см; C – концентрация раствора, моль/л; T – пропускание. Для абсолютно прозрачного раствора $A = 0$, для абсолютно непрозрачного – $A \rightarrow \infty$. Величину I/I_0 называют пропусканием и обозначают T ($0 \leq T \leq 1$).

Из закона Бугера – Ламберта – Бера следует, что основными параметрами фотометрического определения являются длина волны, при которой производится измерение, толщина кюветы и концентрация светопоглощающего вещества. Существенное влияние оказывают различные химические факторы, связанные с полнотой и условиями протекания фотометрической реакции.

На практике для определения концентрации окрашенных растворов наиболее широко применяется метод градуировочного графика. В соответствии с законом Бугера—Ламберта—Бера зависимость оптической плотности от концентрации графически выражается прямой линией, выходящей из начала координат [11].

Таким образом, для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: определить оптимальные концентрационные условия фотометрического определения органического красителя методом градуировочного графика; определить оптимальную длину волны и толщину кюветы; определить условия сорбции красителя активированным углем.

В качестве органического красителя выбран метиловый голубой. Данный краситель применяют для окраски хлопка, шерсти, шелка в ярко-голубой цвет. В аналитической химии метиловый голубой применяется для определения хлоратов, перхлоратов, катионов ртути, олова, магния, кальция, кобальта, кадмия. В медицине используется в качестве антисептика, антидот при отравлении цианидами, угарным газом и сероводородом. Имеются сообщения о высокой эффективности этого соединения при лечении болезни Альцгеймера [7, 8].

Для определения оптимальной длины волны измеряли оптическую плотность анализируемого раствора в одной и той же кювете при различных длинах волн. Выбирают ту длину волны, при которой наблюдается максимальное значение оптической плотности.

При выбранной длине волны измеряли оптическую плотность исследуемого раствора в кюветках с различной толщиной. Для проведения анализа использовали ту кювету, в которой измеренные значения оптической плотности попадают в интервал 0.1–2.0, т. к. в этом интервале наблюдается минимальная ошибка определений.

В результате проделанной работы выбраны оптимальные условия фотометрического определения метилового голубого после сорбции активированным углем с использованием модуля «Фотоколориметр» УЛК «Общая химия»: концентрационный диапазон градуировочных растворов метилового голубого: 2.0×10^{-6} , 4.0×10^{-6} , 6.0×10^{-6} , 8.0×10^{-6} , 1.2×10^{-6} , толщина кюветы $l = 3.0$ см, длина волны $\lambda = 660$ нм; определены оптимальные условия сорбции метилового голубого активированным углем: диапазон концентраций метилового голубого 0.8×10^{-4} М, 1.0×10^{-4} М, 2.0×10^{-4} М, 4.0×10^{-4} М, 6.0×10^{-4} М, 8.0×10^{-4} М, 1.0×10^{-3} М, масса адсорбента 0.1 г, объем раствора 20 мл, время сорбции 24 часов; подготовлено методическое пособие с описанием лабораторной работы.

Разработанная методика фотометрического определения метилового голубого при сорбции из растворов с помощью активированного угля для модуля «Фотоколориметр» УЛК «Общая химия» может быть использована в курсах аналитической химии (раздел «Физико-химические методы анализа»), общей химии (раздел «Химической равновесие») и при выполнении работ в области экологического мониторинга.

Список используемой литературы:

1. Пат. 52235 Учебно-лабораторный измерительный комплекс / Бакибаев А. А.; Власкин И. Л. и др.; заявитель и патентообладатель Томский политехнический университет, ООО «НПП «Политех», ООО «НПП«Томьаналит» – № 2005132886/22(22); приоритет: 2005.10.25
2. Пат. 38072 Учебно-демонстрационный прибор для практических занятий по химии / Тартынова М.И., Яговкин А.Ю. и др; заявитель и патентообладатель Томский политехнический университет – № 2004102417/20(22); приоритет 2004.01.28
3. Пат. 37223 Многофункциональный электрохимический комплекс / Бакибаев А.А.; Мержа А.Н. и др.; заявитель и патентообладатель Томский политехнический университет – № 2003136535/20(22); приоритет 2003.12.17
4. Пат. 29780 Многофункциональный измерительный комплекс / Бакибаев А.А., Власкин И.Л. и др.; заявитель и патентообладатель Томский политехнический университет – № 2002130969; приоритет 27.05.03
5. Пат. 89704 Многофункциональный модельно-измерительный комплекс / заявитель и патентообладатель ООО «Универсальные образовательные технологии» – № 2009124970; приоритет 29.06.09
6. Пешкова В. М., Громова М. И. Методы абсорбционной спектроскопии в аналитической химии. Под ред. И. П. Алимариной. Учебное пособие для университетов. – М.: Изд-во «Высшая школа», 1976. – 280 с.
7. Химический энциклопедический словарь. Под ред. Кнунянц И. Л., М.: Советская энциклопедия, 1983. С. 331-332.
8. Беликов В. Г. Учебное пособие по фармацевтической химии. – М.: Медицина, 1979. – 328 с.
9. Основы аналитической химии. Практическое руководство: учебное пособие для ВУЗов / Под ред. Ю.А. Золотова. – 2-е изд., испр. – М.: Высшая школа, 2003. – 463 с.
10. Аналитическая химия. Лабораторный практикум: пособие для ВУЗов / Под ред. В.П. Васильева. – 2-е изд., испр. – М.: Дрофа, 2004. – 416 с.
11. Н. М. Дубова и др. Физико-химические методы анализа: учебное пособие. – Томск: Изд. ТПУ, 1999. – 123 с.

**ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОТ ВНЕДРЕНИЯ ВЕНТИЛЯЦИОННЫХ
УСТАНОВОК С РЕКУПЕРАЦИЕЙ ТЕПЛА**

Пиховкина Н. В., студент

Томский политехнический университет

E-mail: nataha88@sibmail.com

Научный руководитель: Молодежникова Л. И., ст. преподаватель.

За последние годы выросли темпы строительства комплексов спортивно-оздоровительного назначения. На стадии проектирования и строительства таких зданий возникают проблемы связанные с выбором того или иного оборудования, обеспечивающего полноценное функционирование здания с минимальными затратами энергии и материальных ресурсов.

Отопление и вентиляция является самой энергоемкой частью среди всех частей энергопотребляющего оборудования. Поэтому при проектировании данных систем тщательно прорабатывают вопросы технико-экономического обоснования выбор того или иного варианта установки отопительно-го и вентиляционного оборудования. Так как части отопления и вентиляции являются самыми энергоемкими, на стадии проектирования всегда сравнивают как минимум два варианта выбора оборудования. В следствие того, что на часть вентиляции приходится примерно 80% а на отопление лишь 20% потребляемой энергии, то сравнительные расчеты проводят опираясь в большинстве своем на вентиляционную часть.

В данной работе все стоимостные и энергетические показатели будут отнесены только к системам отопления и вентиляции. На сегодняшний день на рынке вентиляционного и отопительного оборудования представлен широкий спектр товаров, которой в той или иной степени удовлетворяет требованиям потребителя как с технической так и с экономической точек зрения.

В работе экономическое обоснование выбора вентиляционных установок с рекуперацией тепла будет вестись по сроку окупаемости инвестиций в установку за счет сэкономленной тепловой

энергии. В приложении к данной оценке будет составлена таблица 1 «Технико-экономические показатели сравниваемых систем», где будут приведены технические и экономические показатели данного отопительного и вентиляционного оборудования, а так же суммарные капитальные вложения и эксплуатационные расходы.

В нашем случае сравнительный срок окупаемости приточно-вытяжных установок с рекуперацией тепла равен:

$$T = \frac{\Delta K}{\Delta И}, \text{ лет} \leq T_n = 6 \text{ лет},$$

где T- срок окупаемости, года; ΔK - разность капитальных вложений при внедрении рекуперации тепла и без нее, руб;

$$\Delta И = \Delta И_{\text{эконом}} - \Delta И_{\text{экспл}}, \text{ руб};$$

где $\Delta И_{\text{эконом}}$ – сэкономленные средства от внедрения рекуперации тепла вытяжного воздуха, руб.; $\Delta И_{\text{экспл}}$ - перерасход средств на эксплуатацию приточно-вытяжных установок с рекуперацией тепла по сравнению с обычными приточно-вытяжными установками, руб.

Капитальные затраты коммерческой организации на установку системы отопления и вентиляции состоят:

$$K = K_{\text{пр}} + K_{\text{обор}} + K_{\text{монтаж}};$$

где $K_{\text{пр}}$ –затраты на проектирование, руб; $K_{\text{обор}}$ – затраты на оборудование, руб; $K_{\text{монтаж}}$ – затраты на монтаж и пусконаладочные работы, руб.

Годовые издержки на электроэнергию на привод насосов (вентиляторов) равен:

$$И_{\text{ээ}} = Э_{\text{год}} \cdot \tau_{\text{ээ}}, \text{ руб};$$

где $Э_{\text{год}}$ –годовой расход электроэнергии, кВт·час/год; $\tau_{\text{ээ}}$ – тариф на электроэнергию, руб./кВт. В нашем случае по данным РЭК $\tau_{\text{ээ}} = 2,872$ руб./кВт·час.

Годовые издержки на тепловую энергию системы отопления и вентиляции

$$И_{\text{ээ}} = Q_{\text{год}} \cdot \tau_q, \text{ руб};$$

где $Q_{\text{год}}$ –годовой расход тепловой энергии, Гкал/год; τ_q – тариф на тепловую энергию, руб/Гкал. В нашем случае по данным РЭК $\tau_q = 779,25$ руб./ Гкал.

Определим срок окупаемости установок с учётом сохранённой энергии: экономия электроэнергии состоит из двух составляющих – экономии за отопительный период E_x и экономии за период работы в жаркий период E_t . Экономия тепловой энергии при использовании энергосберегающей вентиляционной установки определяется следующим выражением

$$E_x = L \cdot C_p \cdot \rho \cdot (K - H) \cdot D \cdot \alpha \cdot t_v / 1000 \text{ [кВт·час]},$$

где L – производительность установки ($\text{м}^3/\text{час}$); C_p - теплоёмкость воздуха (0,24 – 0,28) (вт/кг °C); ρ - плотность воздуха ($\text{кг}/\text{м}^3$); K – заданная комнатная t° (+30 °C); H – наружная t° ; D – длительность отопительного периода (дни); α – коэффициент рекуперации, равный 0,96 при нагревании ($H < 30^\circ\text{C}$), и 0,8 при охлаждении ($H > 30^\circ\text{C}$); t_v - среднее время работы установки за 1 день (час).

Для подсчета экономии за отопительный период E_x длительность отопительного периода принимаем 232 дней, средняя t° наружного воздуха за отопительный период –11,6°С, время работы установки принимаем 16 час. Для двух установок производительностью 13600 $\text{м}^3/\text{час}$.

$$E_x = 13600 \cdot 1,2 \cdot 0,28 \cdot [30 - (-11,6)] \cdot 232 \cdot 0,96 \cdot 16 / 1000 = 441358,16 \text{ кВт час или } 379,5 \text{ Гкал.}$$

Стоимость сэкономленной электроэнергии за рассматриваемый период

$$C_x = E_x \cdot q,$$

где q – стоимость 1 Гкал тепловой энергии (779,25 руб.); $C_x = 379,5 \cdot 779,25 = 295725,144$ руб.

Для летнего периода примем среднюю t° равной 24,5°С, длительность жаркого периода 90 дней, коэффициент рекуперации установки, работающей на охлаждение 0,8. Аналогично подсчитаем сэкономленную электроэнергию $E_t = 13600 \cdot 1,2 \cdot 0,28 \cdot (30 - 24,5) \cdot 90 \cdot 0,8 \cdot 16 / 1000 = 28952,99$ кВт или 24,9 Гкал; $C_t = 24,9 \cdot 779,24 = 19399$ руб.

Экономленные средства за зимний и летний периоды равны: $C=C_x+C_t=295725,144+19399=315124,144$ руб.

Сравнительный срок окупаемости равен: $T = \frac{\Delta K}{\Delta И} = \frac{539500}{315124,144 - 16185} = 1,8 \text{ лет} \leq T_u = 6 \text{ лет}$.

Таблица 1. Техничко-экономические показатели сравниваемых систем

В проекте предусмотрены вентиляционные установки с рекуперацией тепла		В проекте не предусмотрены вентиляционные установки с рекуперацией тепла	
Фирма, производитель оборудования : Remak, Чехия			
1 Технические показатели оборудования систем			
1.1 Режим работы			
1.1.1 Отопление: Отопительный сезон, 24 час/сутки			
1.1.2 Вентиляция: Круглогодично, 2 смены в сутки			
1.2 Потребление тепловой энергии			
1.2.1 Отопление кВт: Расчетная нагрузка 235			
1.2.2 Вентиляция кВт			
Расчетная нагрузка 726		Расчетная нагрузка 1088	
1.3 Потребление электрической энергии			
1.3.1 Отопление: N=1,5 кВт			
8352	кВт·час/год	8352	кВт·час/год
1.3.2 Вентиляция			
42	кВт·час	42	кВт·час
245280	кВт·час / год	245280	кВт·час / год
1.4 Средний срок эксплуатации: 20 лет			
2 Экономические показатели			
2.1 Капитальные вложения, руб: Проект, $K_{пр} 500000$			
Оборудование, $K_{об}$	4655000	Оборудование, $K_{об}$	4240000
Монтаж, $K_{монтаж}$	1546500	Монтаж, $K_{монтаж}$	1422000
Суммарные	6701500	Суммарные	6162000
Разность капитальных вложений $\Delta K=539500$ руб			
2.1.1 Стоимость приточно-вытяжных установок(учтено в кап. вложениях)			
647900		332250	
Разность стоимостей установок $\Delta K_{уст} = 315650$ руб			
2.2 Эксплуатационные расходы, руб/год			
201045		184860	
Разность эксплуатационных расходов $\Delta И_{эксп} = 16185$ руб			
2.3 Издержки на электроэнергию, руб/год			
2.3.1 Отопление (перекачка теплоносителя)			
23986,944		23986,944	
2.3.2 Вентиляция (привод вентиляторов): 704444,16 руб.			
2.4 Издержки на тепловую энергию руб/год			
2.4.1 Отопление: 438363,3018 руб.			
2.4.2 Вентиляция			
631989,3049		947113,4487	
2.4.3 Экономленная энергия в денежном эквиваленте, руб			
315124,144		0	
2.4.4 Срок окупаемости, года			
1,8		-	

В результате от экологической и экономической эффективности от внедрения вентиляционных установок с рекуперацией тепла, выбираем первый вариант.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ПРИ ПОВЫШЕНИИ УРОВНЯ ТЕПЛОЗАЩИТЫ ЗДАНИЯ

Садовников Е. С., студент

Томский политехнический университет

E-mail: sadovnikoff_e@mail.ru

Научный руководитель: Молодежникова Л. И., ст. преподаватель.

До 80% тепловой энергии, вырабатываемой на ТЭЦ, расходуется на отопление жилых, производственных и административных зданий. Стоит отметить, что системы отопления имеют низкую эффективность и ее повышение позволит сэкономить значительное количество топлива и снизить выбросы вредных веществ в атмосферу. Добиться снижения расхода тепловой энергии на отопление можно за счет повышения уровня тепловой защиты здания. В данной работе будет рассмотрен экономический и экологический эффект от повышения уровня теплозащиты жилого шестиэтажного здания в г.Томске.

По значениям коэффициентов теплопередачи ограждающих конструкций K , полученным из проекта здания находим приведенные сопротивления теплопередаче R соответствующих конструкций. Проектные значения приведенного сопротивления теплопередаче наружных стен, окон, входных дверей, стены цокольного этажа, расположенных ниже уровня земли и пола цокольного этажа по грунту не соответствуют требуемым по строительным нормам значениям. Условие п. 5.3 СНиП 23-02-2003 по приведенному сопротивлению теплопередаче не выполняется.

В соответствии с действующими в Томской области нормативными документами, определяющими последовательность энергетического обследования (ТСН 23-316-2000), был произведен расчет основных энергетических параметров и заполнен энергетический паспорт здания. Энергетический паспорт – это документ, содержащий геометрические, энергетические и теплотехнические характеристики проектируемых и эксплуатируемых зданий и их ограждающих конструкций и устанавливающий соответствие их нормативным требованиям. Энергетический паспорт содержит точную информацию о теплозащите дома и его энергопотреблении (эксплуатационной энергоемкости).

Общие теплотери здания через наружные ограждающие конструкции составят $Q_H = 1807202$ МДж. Бытовые тепlopоступления в течение отопительного периода составят $Q_{int} = 189019$ МДж. Тепlopоступления через окна от солнечной радиации в течение отопительного периода составят $Q_s = 197483,5$ МДж. Потребность в тепловой энергии на отопление здания в течение отопительного периода составит: $Q_H^Y = 1662780$ МДж. Тогда расчётный удельный расход тепловой энергии системой отопления здания равен: $q_H^{des} = 32,82 \frac{\text{кДж}}{\text{м}^3 \cdot \text{°C} \cdot \text{сут}} > 30 \frac{\text{кДж}}{\text{м}^3 \cdot \text{°C} \cdot \text{сут}}$

Полученное значение расчётного удельного расхода тепловой энергии на отопление здания больше требуемого удельного расхода тепловой энергии системой отопления проектируемого здания. Делаем вывод, что проект здания не соответствует нормам и нуждается в теплозащите.

Исходя из результатов расчета параметров энергоэффективности и заполнения энергетического паспорта здания, предлагается наружная тепловая изоляция ограждающих конструкций, сопротивление теплопроводности которых не соответствует нормативному: наружные стены, стены цокольного этажа и покрытие пола цокольного этажа по грунту.

При наружном утеплении снижение температуры по толщине существующей стены происходит достаточно медленно и плавно. Резкое падение температуры наблюдается ближе к наружной стороне, а зона отрицательных температур располагается в толще слоя дополнительной теплоизоляции.

Для теплоизоляции наружных стен предлагается использовать пенополиуретан (ППУ). В качестве облицовочного слоя предлагается металлический сайдинг. Утепление пола возможно выполнить с применением теплоизоляции из стеклянno-штапельного волокна «Hansol» М-12.

Толщина изоляции из пенополиуретана $\delta_{ппу} = 100$ мм принята исходя из требования превышения сопротивления теплопередаче стены требуемого по нормам значения и возможности подбора теплоизоляционных плит необходимой толщины. Приведенное сопротивление теплопередаче стен R_w^r составит $R_o = 4,02 \text{ м}^2 \cdot \text{°C}/\text{Вт}$. Полученное значение приведенного сопротивления теплопередаче стен R_w^r выше требуемого значения $R_w^{req} = 3,85 \text{ м}^2 \cdot \frac{\text{°C}}{\text{Вт}}$.

Приведенное сопротивление теплопередаче покрытия пола цокольного этажа определяется суммированием сопротивления теплопередаче существующего покрытия пола и слоя теплоизоляции:

$R_f^r = R_f + \frac{\delta_{и}}{\lambda_{и}} = 5,054 + \frac{0,05}{0,038} = 6,37 \text{ м}^2 \cdot \text{°С/Вт}$. где R_f – проектное сопротивление теплопередаче покрытия пола цокольного этажа; $\delta_{и}$ – толщина слоя тепловой изоляции, $\delta_{и} = 50 \text{ мм}$; $\lambda_{и}$ – коэффициент теплопроводности слоя теплоизоляционного материала, $\lambda_{и} = 0,038 \text{ Вт/м} \cdot \text{К}$. Полученное значение приведенного сопротивления теплопередаче R_f^r выше требуемого значения $R_w^{req} = 5,7 \text{ м}^2 \cdot \text{°С/Вт}$.

Проведен расчет основных теплоэнергетических параметров с учетом тепловой изоляции. Общие теплопотери здания через наружные ограждающие конструкции $Q_H = 1244622,3 \text{ МДж}$. Потребность в тепловой энергии на отопление здания в течение отопительного периода $Q_H^y = 1038316,5 \text{ МДж}$. Расчетный удельный расход тепловой энергии системой отопления $q_H^{des} = 20,49 \frac{\text{кДж}}{\text{м}^3 \cdot \text{°С} \cdot \text{сут}} < 30 \frac{\text{кДж}}{\text{м}^3 \cdot \text{°С} \cdot \text{сут}}$.

Полученное значение расчетного удельного расхода тепловой энергии на отопление здания меньше требуемого удельного расхода тепловой энергии системой отопления проектируемого здания. Делаем вывод, что мероприятия по теплозащите достигли цели повышения энергоэффективности здания и приведения этого показателя в соответствие с нормами. Составлен энергетический паспорт с учетом повышения уровня теплозащиты.

Из приведенных расчетов видно, что потребность в тепловой энергии на отопление здания за отопительный период после проведения энергосберегающих мероприятий снизилась:

$$\Delta Q_H^y = Q_{H1}^y - Q_{H2}^y = 1662780 - 1038316,5 = 624463,5 \text{ МДж}$$

Снижение потребности в тепловой энергии на отопление в процентах:

$$\frac{\Delta Q_H^y}{Q_{H1}^y} = \frac{624463,5}{1662780} = 37,5\%$$

Для определения экономического эффекта примем стоимость 1 Гкал тепловой энергии за 825,7 рублей (данные тепловых сетей г.Томска, январь 2010):

$$\Delta \mathcal{E} = \frac{\Delta Q_H^y \cdot 825,7 \cdot 10^{-3}}{4,19} = \frac{624463,5 \cdot 825,7 \cdot 10^{-3}}{4,19} = 123059,55 \text{ рублей}$$

В рассматриваемом здании $n=35$ помещений практически одинаковой площади, поэтому их теплотребление для оценочного расчета можно принять примерно равным. Вычислим среднюю экономию за отопительный сезон для собственника каждого помещения:

$$\frac{\Delta \mathcal{E}}{n} = \frac{123059,55}{35} = 3515,99 \text{ рублей}$$

За счет снижения потребности тепловой энергии на отопление снизится расход топлива в парогенераторах ТЭЦ:

$$\Delta B = \frac{\Delta Q_H^y}{Q_H^p \cdot \eta} = \frac{624463,5}{13,02 \cdot 0,82} = 58490,1 \text{ кг},$$

где Q_H^p , МДж/кг – теплота сгорания топлива (Назаровский уголь), η – КПД сжигания топлива.

Снижение количества уносимой из топок парогенераторов золы в течение отопительного периода:

$$\Delta M = 10 \cdot \Delta B \cdot \left(A^p + q_4 \cdot \frac{Q_H^p}{3,27} \right) \cdot \alpha_{ун} = 10 \cdot 58490,1 \cdot \left(11,6 + 1 \cdot \frac{13,02}{3,27} \right) \cdot 0,95 = 8658,037 \text{ кг},$$

Где A^p – зольность топлива на рабочую массу, %; q_4 – потери от механического недожога, %; $\alpha_{ун}$ – доля твердых частиц, уносимых из топки с дымовыми газами, %; 3,27 – средняя теплота сгорания горючих в уносе, МДж/кг.

В данной работе был проведен анализ экологического и экономического эффектов повышения уровня тепловой защиты жилого здания в г.Томск. Был проведен расчет основных теплоэнергетических параметров, по которым были заполнены энергетические паспорта здания до и после повышения уровня теплозащиты и рассчитана тепловая изоляция. Также был выполнен расчет экономического эффекта и средняя экономия для собственников, а также величина снижения выбросов золы в атмосферу.

Категория энергетической эффективности здания повышена на два уровня: с пониженной до повышенной. Предложенный вариант повышения уровня теплозащиты оптимален с технической точки зрения и нацелен на программу энергосбережения. Средняя экономия за отопительный сезон для собственника каждого помещения составила 3515,99 рублей. За счет снижения расхода топлива на 58490,1 кг количество уносимой в течение отопительного периода из топок парогенераторов золы снизилось на 8658,037 кг.

Список используемой литературы:

1. Территориальные строительные нормы Томской области ТСН 23-316-2000.
2. Справочник проектировщика. Внутренние санитарно–технические устройства. Под ред. И.Г. Старовойта. Изд-е 3-е. Часть II. Вентиляция и кондиционирование воздуха. М.: Стройиздат – 1978 г.
3. ГОСТ 12.1.005-88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны»
4. Б. Бретшнайдер, И. Курфгост. Охрана воздушного бассейна от загрязнений. – Л.: Химия, 1983.

ЦИКЛОГЕНЕЗ НАД ЗАПАДНОЙ СИБИРЬЮ

Топорова Н. С.

Томский государственный университет

E-mail: da_konstantinova@mail.ru

Научный руководитель: Горбатенко В. П., д.г.н., профессор

Циклонические вихревые возмущения играют определяющую роль в формировании погодных и климатических условий во всех регионах Земли. Сезонные аномалии в повторяемости количества и интенсивности внетропических циклонов определяют климатические изменения в распределении важнейших параметров земной климатической системы (ледяного и снежного покровов, температуры поверхности океана, неадиабатического притока тепла в тропосфере). Поэтому количественная оценка параметров атмосферных циклонических возмущений важна для изучения наблюдаемых предстоящих изменений климата.

Возникновение внетропических циклонов – вихрей большой пространственной протяженности – представляет собой процесс перехода относительно устойчивого состояния зонального потока в состояние неустойчивости. В связи с этим, оценка роли циклонов в глобальной циркуляции атмосферы сводится к общей проблеме взаимодействия средних и вихревых движений. Поэтому изучение особенностей циклогенеза в том или ином географическом районе представляет собой актуальную задачу.

Целью настоящего исследования является изучение межгодовой и внутригодовой повторяемости циклогенеза в районе междуречья Обь – Иртыш.

Материалом для исследований послужили данные о повторяемости возникновения местных циклонов, образующихся в районе междуречья Обь-Иртыш за все месяцы в период с 1976 по 2007 г.

Известно [1], что из общего количества циклонов, определяющих погоду Западной Сибири, около 20% образуются непосредственно над ее территорией, что с большой наглядностью характеризует активность процесса циклогенеза над Западной Сибирью. Большая часть этих циклонов зарождается в районе междуречья Обь-Иртыш, центром которого является большое Васюганское болото, представляющее собой огромную территорию, на которой расположены около 800 тысяч небольших озёр, множество рек берут из него начало [2]. Эти циклоны спорадически возникают в области увеличенных контрастов температур, обусловленных наличием столь сложной по рельефу подстилающей поверхности. Перемещаются циклоны, как правило, на востоко-северо-восток, достигая наибольшего развития над Восточной Сибирью и дальним Востоком.

Известны два условия, необходимых для начала циклогенеза, которые чаще всего, но не обязательно действуют одновременно. Одно из них – это когда образование (или усиление) циклонов происходит под воздействием температурных условий подстилающей поверхности. Области пониженного давления возникают или усиливаются над участками подстилающей поверхности, нагретыми больше окружающих. Заметим, что это местный механизм циклогенеза большей частью является дополнительным к основному, фронтальному механизму образования циклонов. Как правило, внетропические циклоны, развиваются в наиболее бароклинных зонах тропосферы, на полярных и арктических фронтах, захватывая разделенные ими воздушные массы. Кинетическая энергия развивающегося возмущения возрастает при этом в результате преобразования лабильной (потенциальной и внутренней) энергии общего переноса воздуха [3].

В результате исследования циклонов, зародившихся над территорией Васюганских болот, было выявлено следующее:

1. Ежегодно зарождается от 2 до 11 циклонов. Наибольшее количество циклонов зародилось в 1981 и 1995 годах (по 11 циклонов).
2. Всем зародившимся циклонам свойственна разная продолжительность жизни, от 1 до 12 дней, в течение которых циклон может либо пройти все стадии развития от небольшого возмущения

до огромного вихря, либо затухнуть и исчезнуть в самой начальной стадии жизни. На рис. 1 представлена средняя продолжительность жизни циклонов, образовавшихся в разные месяцы за рассматриваемый период.

3. Месяцами активного циклогенеза можно считать февраль и август. В эти месяцы за рассматриваемый период зародилось по 16 циклонов, которые определяли погоду месяца, в среднем, на протяжении 4 дней в феврале и 5 дней в августе (табл. 1). Наименьшее количество циклонов зародилось в мае (10 циклонов) и октябре (5 циклонов) со средней продолжительностью жизни одного циклона 1,4 суток в мае и 3,5 суток в октябре (табл. 1).

4. На основе анализа синоптической ситуации над Западной Сибирью были отобраны циклоны на ранней стадии формирования (в момент появления первой замкнутой изобары). Среди отобранных циклонов можно выделить 3 группы: те, которые заполнялись, и исчезали, просуществовав не более 24 часов, такие, которые существовали 3-5 суток и более 5 суток. Циклонов с продолжительностью жизни 1-2 суток и 3-5 суток по 44 % в общей массе циклонов за летние месяцы, и циклонов с продолжительностью жизни более 5 дней – 12 %.

Условия образования этих циклонов, по-видимому, различаются, и их предстоит изучить, чтобы выявить пороги термодинамической активности атмосферы благоприятствующие (или препятствующие) их развитию в мощные синоптические образования.

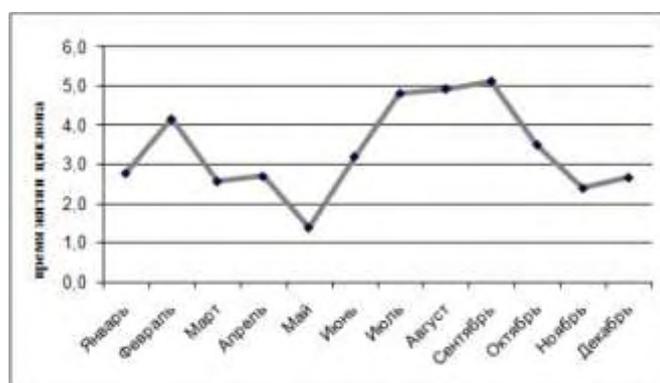


Рисунок 1. – Средняя продолжительность жизни циклонов по месяцам за период 1976-2007 гг.

Таблица 1. Параметры циклогенеза по месяцам за период 1976-2007 гг.

Месяц	Общее число циклонов	Среднее число циклонов
Январь	12	1,33
Февраль	16	1,23
Март	15	1,07
Апрель	12	1,2
Май	10	1
Июнь	12	1,2
Июль	11	1,1
Август	16	1,33
Сентябрь	11	1,22
Октябрь	5	1,25
Ноябрь	11	1,1
Декабрь	11	1,22

В результате исследований циклогенеза в междуречье Обь-Иртыш получено, что и количество образовавшихся циклонов, и продолжительность их существования подвержены как внутригодовой, так и межгодовой изменчивости.

Тот факт, что активность циклогенеза над исследуемой территорией существенно увеличивается именно в феврале и августе, то есть в месяцах, следующих за самым холодным и самым теплым, позволяет предполагать, что причиной циклогенеза является наличие значительных контрастов температуры в районах Васюганского болота, и прилегающих к ним территорий, возникающих за счет

неоднородного притока тепла от подстилающей поверхности. То есть, мы полагаем, что явление циклогенеза над Васюганьем, есть результат именно неадиабатического фактора фронтогенеза.

Список используемой литературы:

1. Горбатенко В.П., Ипполитов И.И., Поднебесных Н.В. Циркуляция атмосферы над Западной Сибирью в 1976-2004 гг. //Метеорология и гидрогеология, 2007, № 5, С.28-36.
2. Инишева Л.И., Земцов А.А., Инишев Н.Г. Васюганское болото: изученность, структура, направления использования // География и природные ресурсы, 2002, № 2, С.84-89.
3. Погосян Х.П. Общая циркуляция атмосферы / под ред. Х.П. Погосяна.– Л.: Гидрометеиздат.- 1972.- С. 93-96.

ТЕРМОДИНАМИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АТМОСФЕРЫ ПРИ ГРОЗАХ НА ЮГО-ВОСТОКЕ ЗАПАДНОЙ СИБИРИ

Тунаев Е. Л., студент, *Константинова Д. А., аспирант

Томский Государственный Университет

*НИИ высоких напряжений при ТПУ

E-mail: eug_t@mail2000.ru

Научный руководитель: Горбатенко В. П., д.г.н., профессор

Современные тенденции в разработке оперативных средств обнаружения и локации разряда молний направлены не только на определение места и времени отдельных разрядов, но и на повышение надежности определения начала и конца грозы, пути ее перемещения, вероятности возникновения сопутствующих опасных явлений погоды (штормовой ветер, интенсивные осадки, град). Для изучения этих характеристик молнии в Томске с 2008 г. установлен однопунктовый грозопеленгатор. Для регистрации молнии используется прямой, пассивный метод, когда измеряются параметры электромагнитных импульсов, непосредственно излучаемых разрядами молний, например, интенсивность электромагнитного излучения в очень широком диапазоне частот.

Разработаны и давно практикуются методы, позволяющие по ряду параметров электромагнитного излучения молний определить направление на источник и оценить его удаленность. По результатам такой грозопеленгации можно судить о времени начала и окончания грозы в радиусе 480км от Томска и проследить траекторию перемещения грозовых очагов. Это позволяет осуществлять более детальные исследования грозовой активности над территорией юго-востока Западной Сибири и совершенствовать практикуемые методы прогноза грозы, как опасного конвективного явления.

Целью настоящего исследования является анализ термодинамических характеристик состояния атмосферы в дни с грозой по данным аэрологического зондирования атмосферы в ряде пунктов юго-восточной территории Западной Сибири за 2008-2009 годы.

В настоящей работе приведены результаты исследования параметров конвекции в часы близкие к зарегистрированным грозотметчиком периодам жизни конвективных ячеек, генерирующих молнии с учетом места их пространственной локализации. Нами проанализированы 2 746 бланков с данными наблюдений грозоотметчика с периодичностью в пять минут, по которым определялось местоположение очагов повышенной грозовой активности, время начала и продолжительность их существования на исследуемой территории.

В июне на рассматриваемой территории в утренние часы наблюдались три крупных грозовых очага: на западе – между Барабинском, Новосибирском и Колпашево, на юге между г. Новосибирск, г. Барнаул, г. Абакан и на востоке между п. Тегульдет и г. Ачинск (рис. 1 лев.). В вечерние часы распределение грозовой активности сохранялось, и даже происходило увеличение площади, занимаемой очагами. В июле южный и восточный очаги сохраняются, а западный исчезает (рис. 1 прав.).

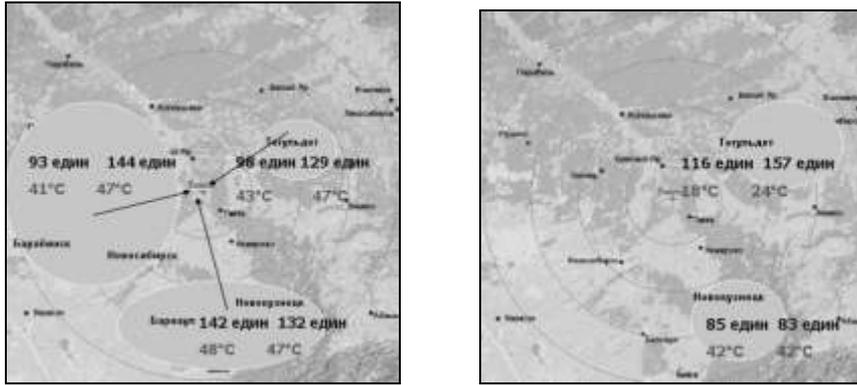


Рисунок 1 – Пространственное распределение грозовых очагов: слева в июне; справа в июле. Цифрами вверх приведены значения индекса SWEAT , вниз TOTL за 00 и 12 часов ВСВ.

Для исследования характеристик устойчивости атмосферы в районе грозовых очагов анализировались характеристики устойчивости атмосферы по ряду признаков, широко используемых в научной литературе: TOTL, KINX, SWEAT, SHOW и LIFT [1, 2], доступные в свободном режиме в [3]. В таблице 1 приведены осредненные по областям грозовых очагов значения аэрологических индексов, характеризующих термодинамическое состояние атмосферы. Всем грозовым очагам соответствовали области повышенных значений аэрологических индексов, что характеризует состояние атмосферы как нестабильное (атмосфера неустойчива). Это способствует повышенной конвекции и, как следствие, развитию в этих районах гроз.

Таблица 1. Термодинамические характеристики атмосферы над районами, где наблюдались грозы

Индекс	А1 (Енисейск-Тегульдет-Ачинск) июнь		В1 (Енисейск-Тегульдет-Ачинск) июль		А2 (Барнаул-Абакан-Новокузнецк) июнь		В2 (Барнаул-Абакан-Новокузнецк) июль		А3 (Барнаул-Новосибирск-Колпашево) июль	
	00 ч	12 ч	00 ч	12 ч	00 ч	12 ч	00 ч	12 ч	00 ч	12 ч
SHOW (°C)	1,6	2,2	1,2	0,2	1,5	1,8	5,2	4,8	3,0	2,7
LIFT (°C)	1,5	0,4	1,2	-0,9	2,3	-0,9	4,4	2,9	2,5	0,7
SWEAT (ед.)	98	129	116	157	142	132	85	83	93	144
KINX (°C)	25	25	27	30	28	27	11	19	24	24
TOTL (°C)	43	47	48	49	48	47	42	42	41	47

Если проследить изменение средних значений аэрологических индексов в рассмотренных областях с повышенной плотностью гроз за сутки, то за исследуемый период можно заметить тенденцию к их относительному увеличению для индексов: TOTL, KINX, SWEAT, а для SHOW и LIFT – уменьшение, величины этих индексов, они имеют значения близкие к нулевым и даже отрицательные, свойственные им при развитии конвекции.

При сравнении значений аэрологических индексов от июня к июлю на крайнем юге территории прослеживается увеличение всех рассмотренных аэрологических индексов до наиболее экстремальных значений. На востоке территории эти изменения были незначительны и имели обратный характер.

В результате проведенных исследований получено:

Пространственное расположение очагов повышенной грозовой активности в июне и июле совпадает, что дает основание предполагать наличие территориально устойчивых очагов повышенной (как и пониженной) грозовой активности, приуроченных к предгорью Алтая и водоразделу рек Обь и Енисей (вблизи г. Енисейск).

Во второй половине дня наблюдается увеличение площади, занятой грозами, что нашло отражение в индексах, характеризующих конвективный потенциал атмосферы (табл. 1).

Значения индексов SWEAT и TOTL хорошо отражают конвективный потенциал атмосферы при наличии грозы и могут быть в дальнейшем использованы для альтернативного прогноза гроз над исследуемой территорией.

Наблюдаются статистически значимые различия в значениях индексов, характеризующих конвективный потенциал атмосферы в разные месяцы, а следовательно, модели альтернативных прогнозов гроз могут включать в разные месяцы разные пороговые градации индексов.

Список используемой литературы:

1. Горбатенко В.П., Константинова Д.А. Конвекция в атмосфере над юго-востоком Западной Сибири // Оптика атмосферы и океана, 2009, №12, т.22, С.17-21
2. Johns R.H., Doswell C.A.: Severe local storms forecasting. Wea. Forecasting, 11 – 1992. – P. 558-612с.
3. <http://www.weather.uwyo.edu>

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Харзова Н. Ю. аспирант

Томский государственный архитектурно-строительный университет
Научный руководитель: Семухин Б. С., д.т.н., профессор

In clause problems of a transition period of action of old normative documents alongside with accepted in 2003 " The Law on technical regulation " works fire services of the Russian Federation of Tomsk area and a fire brigade 2 the Ministry of Emergency Measures of Russia on Tomsk area are considered. The statistical dependences testifying to ambiguous action of new norms are resulted. It speaks nonacceptance of the technical rules about fire safety and not introduction of norms of fire audit in the Russian Federation.

В статье рассмотрены проблемы переходного периода действия старых нормативных документов наряду с принятыми в 2003 году «Законом о техническом регулировании» и Федеральным законом Российской Федерации от 22 июля 2008 г. N 123-ФЗ "Технический регламент о требованиях пожарной безопасности» на примере работы пожарной части №2 ГПС МЧС России по Томской области. Приведены статистические зависимости, свидетельствующие о неоднозначном действии новых норм. Это объясняется не адаптацией технического регламента о пожарной безопасности и не введением норм пожарного аудита в РФ.

Проблема пожарной безопасности традиционно считается одной из самой важной и сложной проблемой в мире Стратегические цели ГПС МЧС России направлены на:

1. Повышение эффективности в области пожарной безопасности.
2. Обеспечение пожаротушения и спасение людей при пожарах.
3. Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.

Проведение статистического анализа и количественной оценки пожаров на территории Российской Федерации, на территории Томской области и пожарной части №2 ГПС МЧС России по томской области – дает оценку о работе ГПС Российской Федерации до и после перехода ГПС в состав МЧС России. В настоящее время разрабатывается идея по внедрению в России системы «аудита безопасности». «Аудит» - система независимый и документированный процесс получения свидетельств проверки и их объектов. Аудит направлен на установление соответствие проверяемых видов деятельности, событий условий или информации определяемых критериев проверки. Основной целью аудита является получение исходных данных для оценки рисков возникновения пожаров и чрезвычайных ситуаций.

На сегодняшний день сама идея внедрения в России системы «аудита безопасности» и в частности «пожарного аудита» признается оправданной и перспективной практически всеми заинтересованными сторонами.

Разрабатываемые в рамках указанных инициатив изменения в законодательстве призваны достичь сразу несколько целей: повысить уровень ответственности предприятий за ненадлежащее обеспечение пожарной безопасности на своих объектах, сократить расходы бюджета на ликвидацию

чрезвычайных ситуаций за счет механизмов страхования ответственности, устранить предпосылки для коррупции во взаимоотношениях государственных органов и организаций в данной сфере. Предлагаемая концепция децентрализации контроля над обеспечением хозяйствующими субъектами надлежащего уровня пожарной безопасности при помощи механизмов пожарного аудита имеет целый ряд веских доводов в свою пользу и не вызывает сомнений в необходимости ее дальнейшей проработки и реализации. Цели добровольного аудита предприятия в области пожарной безопасности могут быть различными. В своей простейшей форме добровольный пожарный аудит проводится с целью выявления существующих несоответствий действующим требованиям пожарной безопасности. В ходе такой проверки, осуществляются следующие мероприятия:

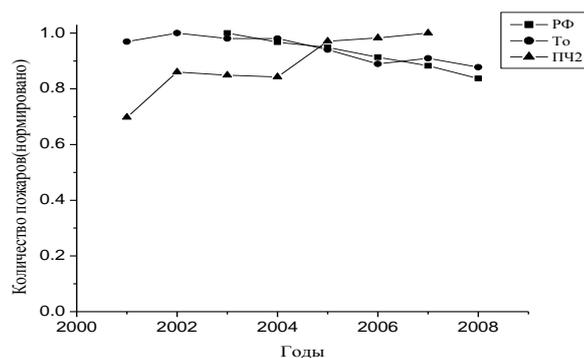
- анализ имеющейся на объекте документации на комплектность и соответствие нормативным требованиям ПБ
- обследование объекта: определение соответствия архитектурных решений объекта действующему законодательству в области ПБ, определение необходимости и достаточности имеющихся технических средств противопожарной защиты
- проверка состояния и работоспособности систем противопожарной защиты.

Основной целью такого аудита является получение исходных данных для оценки рисков возникновения пожаров и чрезвычайных ситуаций. В России пока нет утвержденной и общепризнанной методики оценки пожарных рисков, которая могла бы органично вписаться в действующее законодательство. Статистика пожаров.

Пожары как любой сложный процесс заключающийся во взаимодействии самых разнообразных как по структуре так и по характеру временных компонент описывать можно лишь статистически и вероятностно. Рассмотрим статистику основных параметров пожаров, происшедших в РФ, Томской области и ПЧ-2 г. Томска. В качестве таковых выбраны следующие: количество пожаров, смертность на пожарах, материальный ущерб. Следует отметить как неуклонное снижение количества пожаров, так и то, что он носит плавный линейный характер. Исходя из этой зависимости, можно было бы сделать вывод об улучшении работы по предупреждению пожаров в РФ. Рассмотрим, как в тоже время обстоит дело со смертностью на пожарах в РФ. Из статистики следует, что и этот параметр свидетельствует об улучшении ситуации, происходит падение числа смертей.

Однако при всех значимых изменениях этих двух параметров, необходимо нормировать все процессы, протекающие в разное время и с разной статистикой. Предлагается следующая нормировка. Следует считать отношение числа погибших на пожарах к числу самих пожаров.

Ниже представлена зависимость распределения этого параметра по годам. Отчетливо видно, что никаких существенных изменений не наблюдается. Следовательно, делать вывод об улучшении профилактики и аудиторской деятельности по РФ невозможно, исходя из этой статистики.



Существует еще один критерий, особенно сильно сказывающийся на экономике страны в результате возникновения пожаров - это материальный ущерб от пожаров. Видно, что год от года ущерб от пожаров неуклонно растет, и это, несмотря на уменьшение количества пожаров. Такое положение нельзя связывать только лишь с количеством возникших пожаров. По всей видимости необходимо учитывать число травмированных на пожарах, так как существенные материальные затраты идут на их лечение и выплату страховых полисов. По-видимому, наше предположение нельзя объяснить изменением количества травмированных, если не применить процедуру нормирования. После анализа пожарной статистики по ПЧ-2 следует сделать вывод о неоднозначном влиянии работы в новых условиях – переходной период действия старых противопожарных норм и Гостов и Закона о техническом регулировании. В этом подразделении наряду с явным успехом - уменьшением матери-

ального ущерба при пожарах все еще высока смертность от пожаров. По видимому с принятием в 2008 году технического регламента «Об общих требованиях пожарной безопасности» и добровольного аудита начнется новый период в развитии противопожарной службы в РФ.

Список используемой литературы:

1. Федеральный закон Российской Федерации «О техническом регулировании» от 27.12.2002 N 184-ФЗ(принят ГД ФС РФ 15.12.2002) // «Российская газета», N 245, 31.12.2002
2. МЧС России, статистика, <http://www.mchs.gov.ru/146/>
3. Федеральный закон Российской Федерации от 22 июля 2008 г. N 123-ФЗ "Технический регламент о требованиях пожарной безопасности //«Российская газета», N 163,1.08. 2008

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ВОДНО-ХИМИЧЕСКОГО РЕЖИМА НА ОМСКОЙ ТЭЦ-2

Чащина С. А., студент

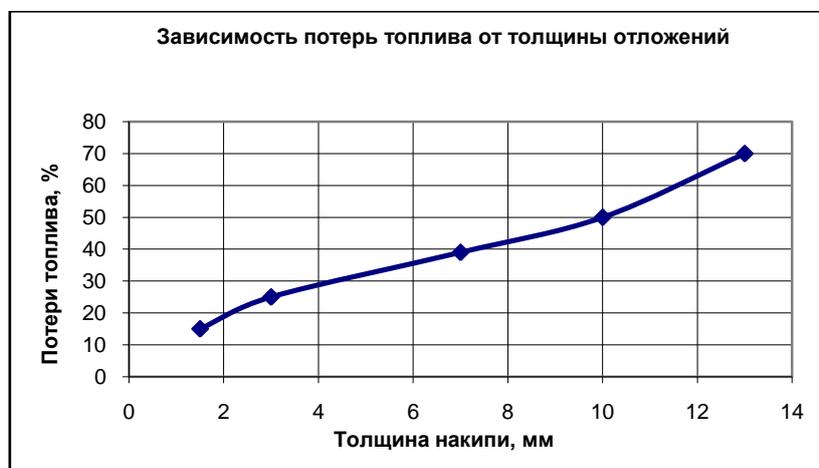
Томский политехнический университет

E-mail: 4smile@sibmail.com

Научный руководитель: Молодежникова Л. И., ст. преподаватель

Качественная водоподготовка, рациональный водно-химический режим – это:

- гарант надежности, экономичности, безаварийности теплоэнергетического оборудования и тепловых сетей;
- обеспеченность предупреждения образования всех видов отложений и коррозионных повреждений на внутренних поверхностях теплоэнергетического оборудования, элементах трассы сетевой воды, включая отопительные приборы;
- экономия сжигаемого топлива, так как образующиеся отложения на поверхности нагрева обладают высоким термическим сопротивлением, что вызывает большие потери топлива. Потери топлива в зависимости от толщины отложения показаны рис. 1.



Вследствие термического сопротивления слоя накипи уже при ее толщине в 0,2 мм температура стенок котла может сильно отличаться от температуры котловой воды и в современных котлах достигать 700 °С, что ведет к аварийному разрыву экранных труб котлоагрегатов, что также отрицательно отражается на энергосбережении теплоэнергетических ресурсов.

Актуальность проблемы весьма высока в настоящее время, так как на состав поверхностных вод существенное влияние оказывают сбросы сточных вод и различных отходов промышленных предприятий, в результате чего происходит загрязнение воды разнообразными химическими соединениями неорганического и органического характера, что отрицательно отражается на объектах теп-

лоэнергетики. Значит необходимо постоянное совершенствование технологии подготовки воды и водно-химических режимов на котельных и ТЭС.

Воду, пригодную для питания котлов, получают в водоподготовительных установках, в которых из сырой воды удаляют примеси, затрудняющие надежную и экономичную работу оборудования.

Омская ТЭЦ-2 предназначена для обеспечения тепловой энергией в виде горячей воды жилищно-коммунального сектора. Раньше ТЭЦ-2 обеспечивала горячим паром завод транспортного машиностроения имени Октябрьской революции и максимальная производительность водоподготовительной установки составляла 160 т/ч. На сегодняшний день среднегодовая производительность водоподготовительной установки составляет 18 т/ч. Имеющееся в химическом цехе оборудование не позволяет выдерживать нормируемые скоростные режимы фильтрации. Так, например, при допустимой скорости фильтрования на натрий - катионитовых фильтрах II ступени 30 – 60 м/ч фактически она составляет 2,5 м/ч. Для натрий - катионитовых фильтров I ступени скорость фильтрования допускается в пределах 15 – 30 м / ч, а действительная скорость фильтрования составляет 2,5 – 5,7 м /ч.

Существенными недостатками работы фильтров в таком режиме являются:

- уменьшение фактической величины рабочей обменной емкости катионита;
- уменьшение продолжительности фильтроцикла;
- увеличение количества регенераций, расхода реагентов и воды на собственные нужды;
- увеличение количества сточных вод.

Эти обстоятельства отрицательно влияют на эффективность работы фильтров и экономичность водоподготовительной установки в целом.

В результате анализа процесса водоподготовки в химическом цехе ТЭЦ-2 и проведенных расчетов оборудования водоподготовительной установки производительностью 18 т/ч были получены следующие результаты:

№ п.	Показатели	ВПУ					
		ф - ры до реконструкции			ф - ры после реконструкции		
		мех.	Na-кат. I ступени	Na-кат. II ступени	мех.	Na-кат. I ступени	Na-кат. II ступени
1	Кол – во фильтров	3	9	3	3	3	2
2	Диаметр, мм	3000	2000-3000	3000	1500	1000	700
3	Высота слоя ф.м., м	-	2,35–1,95	1	-	2	1,5
4	Площадь фильтрования, м ²	7,1	3,14-7,1	7,1	1,72	0,78	0,38
5	Скорость фильтрования, м/ч	2,5	2,5-5,7	2,5	10,5	23	47
6	Кол – во катионита в ф-ре, т	-	5,9-14,6	5,7	-	1,3	0,6
7	Расход соли на 1 рег-цию, кг	-	500-1170	1400	-	169	160
8	Кол-во рег-ций в год	-	36	3	-	127	17
9	Расход соли за 1 год, т	-	31	4,2	-	21	2,7
10	Расход воды на 1 рег-цию, м ³	-	134	116	-	17,7	9,6
11	Расход хов на взрыхление и промывку ф.м. в год, м ³	-	-	310	-	-	-
12	Расход воды на собственные нужды за 1 год, м ³	-	4824	658 (348+310)	-	2248	163
13	Расход сырой воды на 1 промывку ф.м. в год, м ³	83	-	-	21	-	-
14	Расход сырой воды на взрыхление и промывку ф.м. в год, м ³	5976	-	-	1512	-	-

Сопоставление показало, что применение в работе ВПУ ТЭЦ-2 предлагаемых фильтров экономически целесообразнее.

Установка указанных фильтров дает возможность:

- выдерживать нормируемые скоростные режимы фильтрации, что приводит к повышению рабочей обменной емкости используемых катионитов;
- сократить объемы ионообменных смол в натрий – катионитовых фильтрах II ступени в 14 раз, а в натрий – катионитовых фильтрах I ступени - в 21 раз;

- сократить объемы потребления воды на собственные нужды в 2,3 раза;
- сократить расход соли за один год на регенерацию катионита в 1,5 раза.

Последнее немаловажно, так как содержащиеся в сточной воде хлориды обладают наибольшей миграционной способностью, связанной с их высокой растворимостью, слабо выраженной способностью к сорбции. Повышенное содержание хлоридов ухудшает органолептические качества воды, делает ее малопригодной для питьевого водоснабжения, технического и хозяйственного использования. Наличие в стоках хлоридов негативно сказывается на состоянии водных экосистем в местах сбросов.

Реконструкция позволит усовершенствовать технологию водоподготовки, сократив при этом эксплуатационные расходы, количество минерализованных сточных вод, количество используемого в процессе водоподготовки оборудования, арматуры, трубопроводов. Кроме того, сокращается зона обслуживания оборудования и объемы ремонтов.

Список используемой литературы:

1. Гужулев Э.П., Шалай В.В., Гриценко В.И., Таран М.А. Водоподготовка и водно-химические режимы в теплоэнергетике. Омск: Изд-во ОмГТУ, 2005.
2. Громогласов А.А., Копылов А.С., Пильщиков А.П. Водоподготовка: процессы и аппараты. -М.: Энергоатомиздат, 1990.
3. Копылов А.С., Лавыгин В.М., Очков В.Ф. Водоподготовка в энергетике. М.: Изд-во МЭИ, 2003.
4. Любимова Л.Л. Инженерные расчеты в водоподготовке. - Томск: Изд. ТПУ, 2001.

ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПАСПОРТ КАК АППАРАТ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЧНОСТЬЮ ЖИЛЬЯ

Чащина С. А., студент; Афанасьев К. Ю., студент

Томский политехнический университет

E-mail: 4smile@sibmail.com

Научный руководитель: Молодежникова Л. И., ст. преподаватель

Строительство – одна из основных отраслей народного хозяйства страны, обеспечивающее создание новых, расширение и реконструкцию действующих основных фондов.

К капитальному строительству относятся: новое строительство, расширение, реконструкция или техническое перевооружение действующих предприятий, зданий или сооружений.

Жилое здание, рассматриваемое в данной работе, относится к капитальному строительству.

На сегодняшний день жилищное строительство в нашей стране является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей.

С развитием товариществ собственников жилья и других прогрессивных форм жилищно-коммунального хозяйствования все больше внимания уделяется снижению расходов, связанных с эксплуатацией здания, в том числе, и затрат на отопление. Низкий уровень теплозащиты домов вынуждает владельцев затрачивать на отопление значительные средства. В начале 2000 года в силу вступили новые требования к теплозащите ограждающих конструкций. Устройство хорошей теплозащиты позволяет экономить до 50% энергии, расходуемой на отопление. Поэтому целесообразность единовременного вложения средств в утепление дома не вызывает сомнений, иначе владельцам придется отапливать не только свой дом, но и улицу.

Около 30-ти регионов России разработали, утвердили в рамках своих административно - территориальных делений и ввели в действие территориальные нормы по энергетической эффективности зданий.

В Томской области также были разработаны территориальные строительные нормы (ТСН) по теплозащите жилых и общественных зданий. Нормативы в ТСН учитывают особенности базы индустрии Томской области, местной промышленности, стройматериалов, систем теплоснабжения и типологии региональных проектных решений для массового жилищно-гражданского строительства. Нормирование теплозащитных свойств ограждающих конструкций производится в соответствии со строительными нормами СНиП II-3-79* с учётом средней температуры и продолжительности отопительного периода в районе строительства. В 2003 году были введены в действие новые СНиП 23-02-

2003 “Тепловая защита зданий”, в соответствии с которыми проект любого здания должен включать в себя раздел “Энергоэффективность” и, как его составную часть, “Энергетический паспорт здания”.

Энергетический паспорт – это документ, содержащий геометрические, энергетические и теплотехнические характеристики проектируемых и эксплуатируемых зданий и их ограждающих конструкций и устанавливающий соответствие их нормативным требованиям.

В паспорте указывается категория энергетической эффективности дома, которая оценивается величиной потребляемой тепловой энергии на 1 кв. м площади.

Этот документ заполняется в три этапа: при разработке проекта здания, при приемке его в эксплуатацию, а также в процессе эксплуатации. Важным моментом является прописанная для паспорта необходимость проведения испытаний энергопотребления и тепловой защиты здания после годичного периода его эксплуатации (так называемый энергоаудит). По результатам испытаний, проводимых независимыми аккредитованными организациями, зданию присваивается класс энергетической эффективности и даются рекомендации по повышению этого параметра.

Для полного заполнения энергетического паспорта дома не обойтись без энергоаудита. Он начинается со сбора исходных данных о состоянии теплоэнергетического хозяйства жилища. Необходимые исходные данные должны содержать теплотехнические характеристики стен, перекрытий, окон, дверей и пр. Поэтому выполняется обмер наружных поверхностей отапливаемой части здания, выделяются площади оконных проемов, устанавливается состав каждого наружного ограждения (толщина каждого слоя при многослойной конструкции, коэффициент теплопроводности материала) и рассчитывается его приведенное сопротивление теплопередаче.

Также собирается информация об инженерных системах здания и прочем энергопотребляющем оборудовании, устанавливаются тип системы отопления, номинальная и фактическая мощность котла, имеющиеся средства авторегулирования, схема подключения системы горячего водоснабжения.

При централизованной системе снабжения для системы горячего водоснабжения измеряются температура и давление воды в подающем трубопроводе на вводе в здание и температура воды в циркуляционных стояках секционных узлов перед подключением их к магистрали. Необходимо и изучение состояния внутреннего микроклимата в помещениях, то есть замер кратности воздухообмена, температуры и влажности.

Энергоаудит проводят независимые фирмы, получившие аккредитацию Минэнерго России. В последние годы благодаря тому, что потребность в исследованиях энергоэффективности возрастает, увеличивается и число региональных компаний, предлагающих такие услуги.

На основе результатов натурных исследований проводится оценка соответствия фактических значений теплоэнергетических показателей проектным и определяется фактическое сопротивление теплопередаче ограждения. Исходя из этих данных, выдаются рекомендации, как повысить теплозащиту конструкций и устранить выявленные дефекты.

Чтобы составить энергетический баланс дома, необходимо знать, сколько тепла оно получает за отопительный период. Для зданий с разными типами отопления эта задача решается своими путями.

Стоит еще раз подчеркнуть, что энергетический паспорт не является самоцелью. При заполнении этого документа выявляются просчеты в теплозащите, допущенные при проектировании и возведении дома, что позволяет сделать его более энергоэффективным. Но, разумеется, гораздо рациональнее не устранять обнаруженные ошибки в теплозащите уже на построенном здании, а предупредить их появление еще на стадии составления и согласования проекта.

Введение энергетического паспорта для жилых многоквартирных домов – не роскошь, а суровая необходимость. Полезность этого документа только предстоит понять собственникам жилья – по мере того, как законодательство в области энергосбережения будет ужесточаться, а цены на энергоносители – расти до среднемировых уровней.

Целью данной работы является оценка энергетической эффективности жилого здания в г. Томска с использованием энергетического паспорта. Кладка наружных стен выбранного здания выполнена из кирпича с применением слоя минеральных матов для теплоизоляции. Чердачные перекрытия выполнены из пустотных железобетонных плит. Окна с тройным остеклением в раздельно-спаренных переплетах. Чердак холодный. Подвал отапливаемый. Здание подключено к централизованной системе теплоснабжения.

Теплозащитные свойства стены зависят от ее толщины и коэффициента теплопроводности материала, из которого она построена. Если стена состоит из нескольких слоев, то ее термическое сопротивление будет зависеть от толщины и теплопроводности материала каждого слоя. Теплозащит-

ные свойства ограждающих конструкций сильно зависят от влажности материала. Большинство строительных материалов состоит из мельчайших пор, которые в сухом состоянии заполнены воздухом. При повышении влажности поры заполняются влагой, коэффициент теплопроводности которой в 20 раз больше, чем у воздуха. В результате происходит резкое снижение теплоизоляционных характеристик материалов.

В данной работе был составлен энергетический паспорт для существующего жилого здания, был рассчитан удельный расход тепловой энергии для данного здания. Расчеты показали, что здание нуждается в утеплении, т.к. удельный расход тепловой энергии на отопление здания $q_H=129$ кДж/(м²·°С·сут), что больше требуемого удельного расхода тепловой энергии системой отопления проектируемого здания. Поэтому разработчиком были предложены меры по повышению уровня тепловой защиты данного жилого здания, а именно:

- Утепление фасада всего здания вентилируемой системой с теплоизоляцией «Техно-Вент», -120мм.
- Применение в качестве облицовочного слоя металлический сайдинг.
- Теплоизоляция чердачного перекрытия ПТЭ 75, -250мм.
- Пароизоляция техническим полиэтиленом.
- Ветроизоляция мембраной «Tyvek Soft».

После утепления жилого здания удельный расход тепловой энергии на отопление здания составил $q_H=71,5$ кДж/(м²·°С·сут), что меньше требуемого удельного расхода тепловой энергии на отопление здания $q_H=80$ кДж/(м²·°С·сут). В ходе выполнения данной работы был также проведен расчет системы отопления надстроенной мансарды, в результате которого были выбраны отопительные приборы – алюминиевые радиаторы марки «AKLIMAT-MS500».

Предложенный вариант повышения уровня теплозащиты оптимален с технической точки зрения и нацелен на программу энергосбережения.

Список используемой литературы:

1. Территориальные строительные нормы Томской области ТСН 23-316-2000.
2. СНиП II-3-79* «Строительная теплотехника».
3. СНиП 2.04.05-91* «Отопление, вентиляция и кондиционирование».
4. Справочник проектировщика. Внутренние санитарно–технические устройства. Под ред. И.Г. Старовойтова. Изд-е 3-е. Часть II. Вентиляция и кондиционирование воздуха. М.: Стройиздат – 1978 г.

ЭКОЛОГО–ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИЗВЛЕЧЕНИЯ ДИОКСИДА УГЛЕРОДА ИЗ ДЫМОВЫХ ГАЗОВ ТЭЦ

Чащина Ю. А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: chatshina_yulya@mail.ru

Научный руководитель: Молодежникова Л. И., ст. преподаватель

Углекислому газу экологи отводят роль главного фактора в парниковом эффекте. За последние 200 лет содержание углекислого газа в атмосфере увеличилось, по разным оценкам, от 30% до 50%.

Сознавая реальность угрозы глобального экологического бедствия, в 1997 г. был принят знаменитый Киотский протокол, подписанный 30 странами, включая Россию, согласно которому в 2008-2012 гг. страны должны сократить выбросы парниковых газов, по крайней мере, на 5% по сравнению с уровнем 1990 г. Таким образом, указанные обстоятельства требуют интенсификации исследований по снижению выбросов CO₂.

С другой стороны, твердый диоксид углерода («сухой лед») – одна из форм углекислого газа – находит широкое применение в различных областях человеческой деятельности. В качестве сырья для промышленного производства сухого льда используются естественные и искусственные источники, содержащие диоксид углерода. Естественные источники природного CO₂ находятся на Кавказе и Курильских островах. Основными искусственными источниками CO₂ являются газообразные отходы различных продуктов, технологические процессы которых связаны с выделением газообразного CO₂ как продукт брожения, разложения, горения.

Основные цели и задачи работы заключались в сравнительном анализе существующих схем извлечения диоксида углерода из дымовых газов ТЭЦ, выборе наиболее эффективной схемы и подборе оборудования для выбранной схемы на заданные параметры работы ТЭЦ с целью выявления эколого-экономической рентабельности извлечения CO_2 из дымовых газов.

В работе были рассмотрены абсорбционно-десорбционный способ извлечения CO_2 из дымовых газов ТЭЦ, получение CO_2 по циклу высокого, среднего и низкого давления, вымораживание CO_2 на охлаждаемой поверхности, получение жидкого CO_2 по каскадной схеме и, наконец, вымораживание CO_2 из потока продуктов сгорания топлива, расширяющихся в турбодетандере.

В процессе анализа схем извлечения CO_2 из дымовых газов были выявлены все их преимущества и недостатки. К сожалению, большинство из рассмотренных методов обладают рядом явных недостатков, а именно снижение коэффициента полезного действия станции, увеличение расхода топлива, увеличение затрат электроэнергии, потери в окружающую среду. Принципиально другой результат будет достигнут при применении установок для комбинированного производства тепла, электроэнергии и холода (твердого диоксида углерода). Эти установки по сравнению с отдельным способом энергоснабжения могут не только обеспечить значительную экономию топлива и снижение металлоемкости основного оборудования, но и способствовать значительному снижению выбросов CO_2 в атмосферу. Указанные преимущества и предопределили выбор в отношении данных установок.

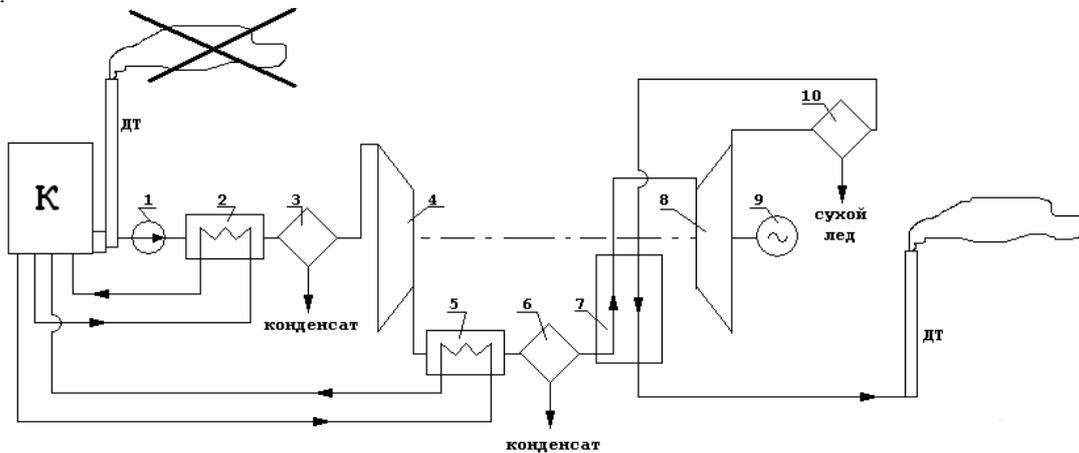


Рис. 1 – Принципиальная (расчетная) схема установки для производства твердой двуокиси углерода (К – котельная; ДТ – дымовая труба; 1 – вентиляторы-дымососы; 2 – основной теплообменник; 3,6 – отделители жидкости (конденсата); 4 – компрессор; 5 – концевой холодильник компрессора; 7 – блок регенераторов с переключающимися клапанами коробками; 8 – турбодетандер; 9 – электродвигатель и 10 – сепаратор-отделитель твердой двуокиси углерода)

На рис.1 представлена принципиальная схема выбранной установки. Работа этих установок базируется на комбинировании прямого цикла выработки энергии с обратным циклом теплового насоса: вентиляторы-дымососы 1 забирают продукты сгорания топлива из котельной и подают их в основной теплообменник 2, где происходит их охлаждение за счет нагрева питательной воды. Горячая вода используется для технологических нужд предприятия. Уносимая из основного теплообменника вместе с продуктами сгорания топлива капельная влага отделяется в влагоотделителе 3. Из влагоотделителя продукты сгорания топлива поступают в компрессор 4, сжимаются и подаются в концевой холодильник 5 компрессора, где происходит их охлаждение проточной водой до температуры, близкой к температуре окружающей среды, горячая вода из концевой холодильника также может быть использована для технологических нужд предприятия. Далее продукты сгорания топлива поступают в отделитель жидкости 6, где освобождаются от сконденсировавшейся капельной влаги, охлаждаются в регенераторе 7 за счет нагрева насадки регенератора (прямой поток) до температуры, близкой к температуре кристаллизации твердой двуокиси углерода, расширяются в турбодетандере 8 с отдачей внешней работы, которая частично компенсирует работу привода компрессора. При расширении продуктов сгорания топлива происходит резкое снижение температуры и кристаллизация твердой двуокиси углерода в потоке газов. Твердая двуокись углерода отделяется и выводится в виде технологического продукта в сепараторе-отделителе 9. Затем продукты сгорания топлива (обратный поток) проходят регенератор, охлаждая его насадку, и при температуре, близкой к температуре ок-

ружающей среды, выбрасываются в атмосферу. После полного нагрева и охлаждения насадок регенераторов происходит их переключение. Для привода компрессора в установке применен электродвигатель 10.

Был проведен расчет данной схемы извлечения CO_2 из дымовых газов ТЭЦ для выявления ожидаемого эффекта. Расчет элементов выбранной схемы по извлечению диоксида углерода проводился для ТЭЦ, работающей на природном газе. В результате проведенных расчетов было подобрано основное оборудование для данной установки, а именно:

Наименование	Количество, шт.
Компрессор К-250-61-5 (без электродвигателя)	1
Электродвигатель к компрессору К-250-61-5	1
Теплообменник ВОК-79,2	5
Регенератор	2
<i>Турбодетандер PT-29/6</i>	1
Влагоотделитель	2
Циклон ЦН-15	3

В ходе расчетов установлено, что данная установка позволит получать 4 т/ч твердой двуокиси углерода (с учетом недосепарации – 14 %) из 4,99 кг/с дымовых газов. Помимо возможности получения готового продукта (сухого льда) данная установка может частично покрывать собственные затраты электроэнергии на привод компрессора за счет электроэнергии, вырабатываемой турбодетандером.

Результаты данной работы дают возможность рассмотрения вопроса о внедрении в производство выбранной схемы для получения CO_2 при заданном расходе дымовых газов ТЭЦ, что позволяет снизить расходы топлива на производство сухого льда на 30 - 40 %. Предприятие сможет не только частично обеспечивать себя электроэнергией и использовать полученный подогрев воды в теплообменниках представленной установки, но и выпускать готовый продукт для продажи. Экономические расчеты подтверждают рентабельность проекта и возможность улучшения экологии благодаря извлечению и использованию CO_2 из дымовых газов. Срок окупаемости проекта соответствует принципам рыночной экономики.

В заключение отметим, что очистка выбросов представляет разновидность утилизации отходов, имеющую огромное значение для получения многих химических соединений, при постоянном истощении природных полезных ископаемых, и поэтому разработка новых и совершенствование существующих способов переработки выбросов никогда не потеряют актуальности.

Список используемой литературы:

1. Галдин В.Д. Получение твердого диоксида углерода из расширяющегося газового потока: Учеб. Пособие. – Омск: Изд. ОмПИ, 1993.-60с.
2. Пименова Т.Ф. Производство и применение сухого льда, жидкого и газообразного диоксида углерода. М.: Легкая и пищевая промышленность 1982.-208с.
3. Получение сухого льда вымораживанием в турбодетандере газовой холодильной машины/ Н.Н. Кошкин, В.П. Сустинов, Б.В. Шестаков, М.М. Данилов.//Исследование холодильных машин: Межвуз. сб. науч. тр.-л., 1978.-250с.

ENGLISH SECTION

THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN THE INNOVATIVE ECONOMY

Adova A. V., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: adova_anna@mail.ru

Scientific advisor: Pluchevskaya E. V., Matalasova E. Y.

Transition to an innovative way development in Russian is caused by corresponding development of productive human forces. In the state innovative policy the recognition of importance of this factor is expressed in the attempt to organize mass training of experts in commercialization of scientific and technical activities. This activity is realized on federal and regional government levels. Practically in all subjects of federation provide the support of young scientific researchers and experts in innovation technologies.

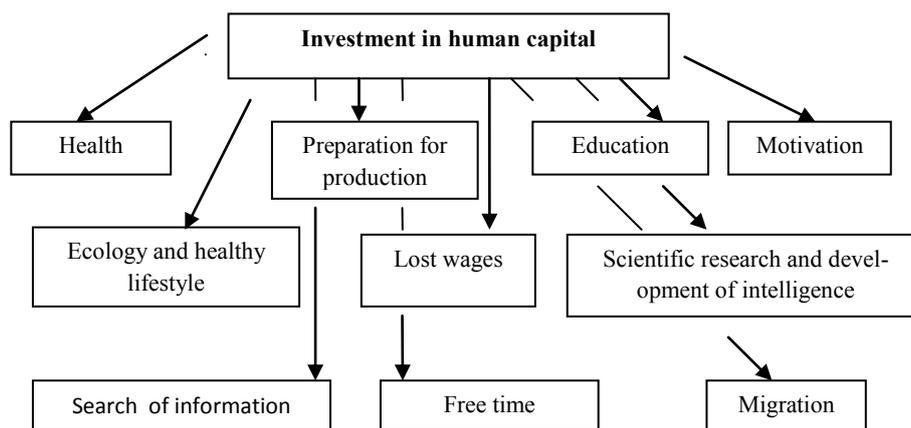
The following basic determinants of the human capital development can be pointed out population mentality ; quality and the labour ethics connected with mentality; quality and business ethics; quality, creative activity and efficiency of elite; educational potential; creativity of elite and nation; population health; innovative potential; life quality and conditions of personality realization; inflow or outflow of human capital; type, strategy and relations of state and nation [1].

The concept of "human capital" should be an integral part of national development strategy. In those countries where this approach is realized, traditional opposition of economic and social efficiency has considerably decreases. There is a global competition for human capital. The priority of social development has become one of the important boundaries between industrial and postindustrial economy.

One of the indicators for measuring human capital is the human development index. The Human Development Index (HDI) is a composite statistic used as an index to rank countries by level of "human development" on developed (high development), developing (middle development), and underdeveloped (low development) countries. The index is composed of statistics for Life Expectancy, Education, and GDP collected at the national level [2].

The top three in the list are Iceland, Norway, Canada. Russia takes 73 place with HDI 0,806 [3]. As for Russian regions the highest HDI are in Moscow, Tyumen Oblast and St. Petersburg. HDI in these regions is significantly different from other regions, reflecting the country's lack of national policy for human development. Tomsk Region is located on the fifth place among other regions of our country it has a fairly high HDI, which is 0,815 [4].

A necessary condition for the development of human capital is investment in it. They are shown on picture.



Picture – The main types of investment in human capital [5]

The most important types of investment in human capital include investments in education and health. Russia State expenditure on education in 2007 amounted to 4,1% of GDP, and health 4,2% of GDP.

For comparison, in the United States in 2005, this type of expenditure amounted to 5.3% on education and 6.9% for health [6].

Investment in human capital today includes the costs of basic scientific research. The need to assign these costs to investment in human capital is conditioned by the fact that in the development of science, not only are the intellectual innovations made (new production technologies and means of consumption), but there is transformation of people themselves who act as bearers of new abilities and needs. In the information society, the determining role belongs to the spheres in which the wealth of society is accumulating, accruing then in technology and science, in turn, is transformed into a kind of generator of human capital.

Russia expenditure on research and development in 2006 amounted to 1,08% of GDP. And every year they are increasing. For example, in 2005 they were equal to 1,07% of GDP [7].

It should be noted that the number of personnel engaged in research and development in Russia has been declining recently. So from 1995 to 2006 the number of personnel engaged in R & D decreased by 24,3% [8].

The cost of a family on their children also applies to investments in human capital. It is formed properly via them. Aggregate human capital at the family level consists of the cost of raising children and the cost of their education. Moreover, according to UNESCO in Russia, parents annually spend on children's admission to universities around 520 million dollars.

Production structures are another area where formed human capital. At their level human capital formation takes the form of special and general training at the work place, investment in physical conditions and emotional behavior of employees. For example, Russia's business spends about \$ 20 billion on training and retraining of specialists [9].

The state, in its turn, is a link that summarizes and coordinates these areas. Thus, the formation of human capital is fundamental for economic growth. Today the quality of national human capital is not only the base for social economic development of the state, but also the critical factor of national security.

Russia would have overcome world financial economic recession much easier if it had managed to diversify the economy and export and developed financial system.

Nevertheless, if to analyze a situation as a whole, we can notice that the number of innovations in regions is not growing, but in many cases even decreasing. Downturn should initiate the search of new technologies, this is the chance to withstand and develop, but many countries sharply reduce spendings on research and development and personnel training. Although the innovative potential of Russia doesn't take the last place, but low management efficiency threatens seriously our competitiveness.

According to the experts, human resources is the main reserve of Russian development. "We are on the edge of historical decisions when the accent can be made on national programs, —R.Grinberg, the head of Russian Science Academy, said — it is better late, than never, and it is better little, than nothing" [10]. Consequently, it is necessary to invest in human capital.

Transition to an innovative way of development depends on large-scale investments in development of human capital. Human development is the main task and necessary condition of progress in a modern society. It is our absolute national priority nowadays and in the future. Russian future and success depend on people's education and health and their desire to improve themselves and to use their skills and talents. This is vital for country development. The future of Russia depends on its citizens enthusiasm for innovations.

Thus, creation of innovative "knowledge economy" based on high labour efficiency, is possible only when every person has an opportunity to develop quickly. The most severe world crisis also pushes Russia to stake on investments in human capital.

References:

1. Russia should, as soon as possible to move to the innovation model of economic development [electronic resource]. - Mode of access: <http://www.1tv.ru/news/economic/140476>, free.
2. Human capital [electronic resource]. - Mode of access: http://wikipedia.org/wiki/Human_capital, free.
3. List of countries by HDI [electronic resource]. - Mode of access: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>, free.
4. Rating regions on the human development index (HDI) in 2006 [electronic resource]: a social atlas of the Russian regions. - Integral indices. - Mode of access: <http://atlas.socpol.ru/indexes/index.shtml>, free.
5. Odegov J.G. Labor economics: a textbook: in 2 volumes / Y.G. Odegov, G.G. Rudenko, L.S. Babynin. - Moscow: Alpha-Press, 2007. - V. 1. - P. 554.
6. State expenditure on education and health as a percentage of GDP [electronic resource]: Federal State Statistics Service. - 2008. - Mode of access: http://www.gks.ru/bgd/regl/b08_39/Iss_WWW.exe/Stg/05-19.htm, free.

7. Statistical Annex. Expenditures in OECD countries, Russia and China on research and development (R & D) // The Economist. - 2009. - № 2. - P. 91.
8. Number of personnel engaged in research and development [electronic resource]: Federal State Statistics Service. - 2008. - Mode of access: http://www.gks.ru/bgd/regl/b08_39/IssWWW.exe/Stg/12-01.htm, free.
9. Zakharov D. The higher education system does not meet the demands of the labor market // the working man. - 2009. - № 3. - P. 29-30.
10. Human capital in the national development strategy [electronic resource]. - Mode of access: <http://www.fondedin.ru/article117.php>, free.

INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP BASED ON PROJECT «SEISMO PRO»

Akchelov E. O., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: alex_d_gamer@sibmail.com

Scientific supervisors: D. Yu. Stepanov, associate professor, N. A. Belenuck, associate professor

Language supervisor: E. S. Samsonova, language instructor

The article is dedicated to innovative entrepreneurship based on «Seismo Pro» project. There exist various definitions of this term. Within the scope of this article innovation is “using new materials, ideas, goods, services, technologies immediately after invention or discovers in order to change or improve the existent production” [1]. Other important aim of innovation is profit earning. Innovative process is considered to be everything connected with innovation. The terms «innovation» and «innovative process» aren't equal to each other, though very close. In this case the term «innovation process» is wider than «innovation».

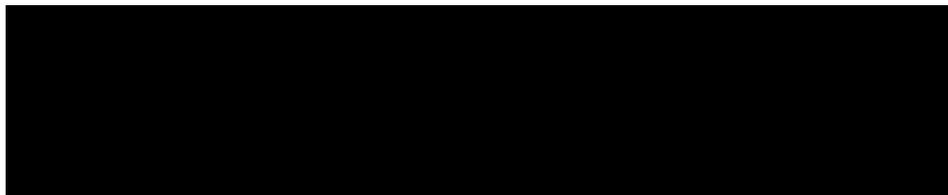


Figure. 1. Overview of innovation process

On Fig. 1. we can see an overview of innovation process. **FR** means fundamental research (scientific researches), **AR** – applied research (analysis of possibility to apply fundamental researches practically), **Dev** – development, **Des** – design, **B** – building, **Mas** – mastering, **Man** – industrial manufacture (big batches), **Mar** – marketing.

The researches of the world market of innovations indicate a considerable amount of successful organizations. Among them *McDonald's* occupies a special place. This company achieved success due to innovations such as standardization of product, creation of absolutely new manufacturing feasibilities and advanced training of personnel. The main achievement of *McDonald's* was creation of an entirely new category on the market. Among other most prosperous innovations are Betamax tape-recorder by Sony and the first VHS home recorder (VCR) by JVC. The existent analogies had a number of disadvantages such as a huge size and great inconvenience of operation. Japanese innovators solved a problem by creating a video cassette with 1 inch tape. “The VCR was a great innovation which had unbelievable success. In 1980 the sales revenue was \$ 30 billions, about 50% of sales throughout the electronics industry in Japan and a little more than 17% of national income” [2].

“At present Russia considerably depends on export-oriented materials sector, as well as on the import of high-tech products. Russia, having a clear competitive advantage, consisting not only in natural resources and diversified industry, but also qualified scientists and engineers, having a large-scale scientific base (12% of scientists around the world), the world market of civil high-tech products has a share of only 0,3%, while the U.S. share is 36%, Japan - 30%. An analysis of state science and technology policy for the countries with active innovation policy shows that one of the key points is to support small scale innovative businesses” [3].

World experience shows: if we can involve intellectual property into economic turnover of the company, receive a new innovative product, it will lead to success. For this reason during 7 years the research the staff of the Applied Mathematics Department, Polytechnic University developed a highly effective complex of processing and interpretation of seismic data «Seismo Pro», designed to detect oil and gas. This complex includes efficient algorithms for automatic correlation of the waves and recognition of tectonic disturbances, which significantly reduces data interpretation time and releases the talent pool from routine work. In addition, elaborate and user-friendly interface will simplify the work with the client's complex. It is targeted at the companies with a license for processing and interpreting seismic data. The main idea of technologies interpretation offered is to attract the methods for isolation of informative features and solve major problems by recognition in the space of these symptoms. Currently the authors are creating the algorithm aimed at working with 3D data.

Difficulties in implementing the project were associated primarily with the highly specialized area of the project, finding business partners and lack of specialists in finance and business-planning, 3D modeling. These problems are solved, necessary resources and expertise were found, the project was successfully developed. The business plan shows that over 1.5 years of investing 5 million rubles the project will be profitable. When creating the business plan we considered the first month as the cost-based. It is connected with the purchase of equipment and office appliances, software.

Our Business rivals put emphasis on dealing with corporations which interpret substantial amount of seismic data. The authors offer the business model based on dealing with small-scale companies that own the license of implementation seismic prospecting and firms specialized in interpretation.

Part of «Seismo Pro» complex is successfully used in [scientific and production centre](#) «Nedra», JSC «Vostokgasprom», JSC «Svepco» based on partner agreements. Such collaboration led to the agreement conclusion between authors and the abovementioned organizations. It indicates successful application directly on production. Further development of the project will not only increase sales of existing partners, but also new, both Russian and foreign clients. We position our product as the cost-effective software for processing and interpretation of seismic data. At the moment we have a situation in which a huge potential market and the relatively low level of competition in this branch can be traced.

In conclusion, it is worthwhile to say that the people working on the project «Seismo Pro» have extensive experience not only in the technical sphere, but also in marketing and finance. This is a small but very important step for Russia to use its scientific potential and not to depend on imports of high technology or the export of feedstock.

“THE OIL NEEDLE” OF RUSSIA

Bakhtigareev R. N., student

Tomsk polytechnic university

Scientific Adviser: Ermushko Zh. A.; English Lecturer: Smirnova A. J.

The idea of the Russian “Oil Needle” is interpreted as the economy dependence on the export of mineral oil. If Russia runs out of oil or the oil price in the World market goes down, there will be a crash of national economy.

At present our country is in a strict dependence on the export of petroleum products (unfortunately this dependence increases every year), because the main export products of Russia are: Oil and petroleum products – 45 %; Gas – 20 %; Metal – 10 %; Coal – 3 %; Other – 22 %.

Having overtaken Saudi Arabia Russia has become the largest oil exporter in the world today. This has happened for the first time after the disintegration of the USSR. In the second quarter 2009 the oil export of Russia was 7.4 million barrels a day. In the same time the deliveries of hydrocarbon fell up to 7 million barrels a day. It has happened because OPEC countries reduced oil supplies in the world market to keep the world prices on oil up. So Russia managed to become a leader, because the largest oil companies -- such as Rosneft, Lukoil and TNK-BP increased the oil production because of the growing prices on it since April 2009 and after the price-cutting from August 2008 to April 2009.

But how can oil export influence the national economy? Why does the dependence on oil emerge? The point is in the multiplication effect. Firstly, oil is extracted and sold, oil companies become sales proceeds. A part of these proceeds is spent on the salary of employees, who spend their money creating the demand for the goods, services etc. This demand causes the growth of retailment, building, human services, deposits (they are used to start up the business). Using profits from the oil sales the oil companies order

equipment, machinery etc. Secondly, having received the dues from the oil companies, the state spends them on salaries for employees and officials, on pensions for retired people etc. In their turn they spend their money and this way they allow the business and manufacture to go up. And the government expends the money on various projects, building of the state establishments and hospitals, accommodation and equipment procurement, the army. All the expenses allow business development, creation of the work places on the salary, but also on purchasing of industrial and other equipment, taxes pay, that again get to the state and it spends them on budgetary funds, pensioners, different projects etc. So everything circulates time and again. There is an incredible dependence on the current situation of oil prices. Over some years we cannot detach activities accounting and incomings from the oil price. In is obvious because Russian budget problems are solved when world oil prices increase and become worse when there is a price-cutting. The dependence of Russian economy on oil prices appeared in the time of the world crisis when the raw market collapsed. In that way the “Oil Needle” appears and the Russian economy cannot exist without it.

What do we have to do with it? In the experts’ opinion it was necessary to avoid the “Oil Needle” diversifying the economy during the years when petrodollars flew into Russia. However, despite the grate sums of money spent in that time on the supporting of industry, modernization proceeded slowly, because of corruption and symptoms of the streaming “Dutch illness” (when the great profit from export branches doesn’t stimulate the development of other economy branches).

But what is the “Dutch illness”? The “Dutch illness” is a negative result, which is visible when the real national rate of change on economic development is consolidated as a result of the boom in the oil extractive industry. The boom can be provoked with the revelation of the minerals entrails or with the price growth on the export of the extractive industry.

The enhancement of the export income as a result of shock in the extractive industry leads to the additional influx of the foreign currency into the country. In the upshot the nominal rate of national change grows, but the rate of foreign change goes down. In that way, the real rate goes up and it means the strengthening of the national rate. Furthermore, the sharp increase of the profit causes an additional demand for both the exchangeable and not exchangeable goods. As the exchangeable goods participate in the international competition, their inside price is determined as fixed in the world. So the additional demand has no influence on the price of the exchangeable goods. However, the price of the unexchangeable goods is determined by the balance in the home market (by the equality of supply and demand). Therefore, the sharp demand for the not exchangeable goods provokes the price growth. The result of this process is the inflation and the strengthening of the real rate.

The real growth of national rate of change reduces competitiveness of the Russian products, it brings negative consequences with it. Specifically, the production and export of the manufacturing industry decreases, it can cause the growth of unemployment, import increase, reduce of the real export and finally the decrease of the GDP (Gross Domestic Product).

In Russia there is the “Dutch illness” on the “Oil Needle”, because we cannot achieve success only as an industrial country because of adverse weather conditions and long distances: transportation of a screw nut from one side of the country to another one makes this screw nut golden. That is why it is more comfortable for the government to use the “Oil Needle” (it is addictive). Thanks to gained profit from the oil sale the government is able to meet commitments and to mend the budget holes. We speak about the “Dutch illness” because except of oil we cannot offer anything to our investors, as after the disintegration of the USSR there are no effective enterprises in our country. It is difficult to establish industry and to build a new factory in our country, because infrastructure is poor developed, there are high corruption showings and the political risk is high. What is more, these are long-term projects and it is still a question whether they are profitable or not. And oil is a safe variant, because money from the sale comes right now and not later.

The point is that the large influx of petrodollars caused the growth of real rate of national exchange. As a result of this, there is an increase of expenses in all of the economy branches. But if in raw branches it is indemnified by the high prices of their products, it leads to decrease of demand in the industry. In this case it causes not only the export reduction of industrial products, but also the decrease of sales level in the home market due to the growth of cheaper import. Consequently many specialists think that the entry into WTrO can influence our economy negatively. In fact our goods are not competitive and the entry into WTrO is supposed to have market freedom without interference of the state. Thereby the “Dutch illness” will be aggravated. Undoubtedly we can say that the entry into the WTrO is profitable for the raw industry, because it can smooth conflicts in the world trade on the legal basis and can help to consolidate the international relations.

Today the “Oil Needle” is the main source of petrodollars in the federal budget. Owing to oil export our country is still developing. Therefore it is necessary to develop the export of raw branches, and after this it will be possible to hope that it gives strong impulse to development of other economy branches.

As a result it is possible to draw a conclusion. Today we have two ways of further development. The first way is pessimistic – the government doesn’t examine the “Oil Needle”, shuts its eyes to it, we follow the way prepared for us by the developed countries, we increase the oil export, continue developing the export of raw branches, find new oilfields depleting the resources and enriching a little amount of officials from the sale of resources, don’t develop anything. The second way is optimistic – the government together with the thermal power station should take the lead developing the scientific and technical potential, new technologies, begin being involved into the policy of Mr. Medvedev in real earnest. As a result we will be able to come to another economy that will rely not only on oil and gas, but also on high technologies (e.g. the United Arab Emirates invest their petrodollars inside the country having built modern megacities as well as into strong infrastructure projects). Currently the first way is more likely, but the choice is on our country, more specifically on our government.

References:

1. Чистякова М.Р. Россия больна «Голландской болезнью»? 2009 г.
2. Социально – аналитическая газета «Аргументы недели»
3. Интернет-портал «Русская нефть» <http://www.russianoil.ru>
4. Экономика предприятий нефтяной и газовой промышленности. Под ред. Дунаева. Москва 2008 год
5. Айхелькраут С. Россия – сырьевая держава. Природные ресурсы как основа экономического развития и сильного государства? – Марбург, 2008 – 129 С.
6. Газета «Ведомости»
7. Кабанова Т., Швандар К. Актуальные вопросы мирового рынка нефти//Банковское дело. 2007. №1. с. 32

CREATIVE MANAGEMENT

Bervinova J.A., student; Smirnova M.V., student;

Tomsk polytechnic university

E-mail: juliya_a@sibmail.com

Scientific adviser: Andreeva O.V., senior lecture; Dankov A.G., docent

“Creativity is the ability to create meaningful new forms”. In a broader sense of creativity - is a process of uncovering hidden opportunities and creative use of their potential in a certain area.

Creativity is a basic prerequisite for the creation of innovation. Innovations are implemented in practice new ideas, usually obtained by means of creative thinking, or by borrowing. [3]

Currently, the creativity in developed countries has become a constant practice and the main source of competitive advantage. Practically, every field area of wins in the end the one who has creative potential.

Creativity has the following main forms:

- Research (discovery);
- Technical (inventions);
- Economic (business);
- Art (art);
- Social (relationships with people);
- Political (governance).

The sources of creativity are creative people and organizations.

The basis of creativity is creative thinking, which we define as the ability of using the synthesis (combination) of different elements to create significant new knowledge and shape, having great socio-economic effect.

Thus, there are two forms of thinking. Logical gets new results at the expense of logical conclusions and cause-effect relationships. Creative - due to the synthesis of heterogeneous elements. That creative thinking largely determines the development of society.[1]

To assess the creativity used different tests of divergent thinking, personality questionnaires, analysis of effectiveness.

Expert and experimental evaluation of man's capacity to produce knowledge indicate that the creative faculties of man is not very large. By involving all employees in continuous improvement of the organization (the method of Kaizen) creativity organization increases dramatically.

Improving the management of the creative potential of the individual and collective means in modern conditions a number of tasks. Some of them are important: first, this development in creativity; secondly, should seek the emancipation of individuality - as in the independent operation of the individual, and in the latter's participation in the activities of the team; thirdly, we mean the achievement of optimization efforts and resursovlozheny directed at improving the analytical tools of professionals. In this regard, rightly pointed out that Russia crisis broke out in a very large extent due to the absence of effective analytical tools to monitor and predict the functioning of systems in transition (turning, extreme, crisis) periods.

In modern western management control processes by which these new ideas are now referred to as "creative management", which is part of innovation management. Creative management is implemented at the predesign and design stages of the innovation cycle, whose task is to form and selection of new ideas for their implementation in innovative projects.

Creative management should be directed to the full disclosure of the creative abilities of people. While the traditional administration based on the performance of people is firmly established rules and is not aimed at demonstrating their initiative and disclosure of all their abilities.

The aim of creative management is the generation of new ideas and new solutions for the success of the country, companies and organizations in various fields. At the same time managing people is carried out both in the organization (personnel) and outside (suppliers, partners, resellers, customers, consumers and other target audiences). [2]

Creative management closer to the disciplines of "personnel management" and "personal management", In the creative management, as in any other science, highlighting the theoretical and applied aspects. The theory of creative management is an integral part of the theory of creativity. Last, depending on the use of a lot of varieties (the theory of scientific, technical, theory of artistic creativity, etc.), which correspond to the variety of creative management.

Applied aspects of creative management associated primarily with innovation and innovation. Problems of creative organizational and management come together with personnel, when required to create so-called temporary creative collectives.

It is important to creative problem-solving management problems for the formulation of artificial intelligence. Recent advances in computer simulation of the individual elements of the creative process (automation of the collective goal-seeking behavior of robots, ensuring the dialog to communicate with a computer connected to the natural language of their subject area, especially in connection with the project of the computer so-called fifth and sixth generations) is particularly evident identified the need development of fundamentals of creative and heuristic management.

She realized, as we know, through the activities of managers. The latter covers cross-cutting area. The first - work with people always aimed at strengthening and better direct the use of creativity, as well as the fact that they have stepped up their own intellectual abilities. The second area - work with documents. It focuses on accounting associative-generational needs of those who are masters of the information contained in the document, as well as the development aspirations of the stakeholders to prepare documents that can best satisfy the consumer.

Management as a special kind of activity will never be removed from creativity, on the contrary, always use it with in two ways. First, for their own needs, ie for the development of various management decisions. After all, such a purely everyday routine actions, like all sorts of meetings, meetings, planning meeting, "pyatiminutki" etc., for managers, in effect, exercise creativity - albeit often ineffective, even chaotic. Secondly, management uses creativity to motivate subordinates to act, required from the viewpoint of those who govern. This involves encouraging in basic literacy organization continued its appeal to the potential in every employee creative origin - let them performed at an intuitive level.

Stressing that modern management is permeated with creativity and without him is impossible, impossible, however, forget about the well-known truth: the more in some areas of creativity, the greater its attraction to the arts.

References:

1. Проблемы управления рыночной экономикой. Вып. 9: Межрегиональный сборник научных трудов / Томский политехнический университет; под ред. И.Е. Никулиной, М.А. Саленко, Т.В. Громовой. Томск: Изд-во ТПУ, 2008. 282 с.

2. Коноваленко В.А. Управление персоналом – креативный менеджмент в помощь руководителю / В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко. –М.: Дашков и К, 2009. 224 с. : ил. Библиогр.: с. 220-223
3. Менеджмент в России на рубеже веков: опыт лучших и стратегия успеха. –М.: Общественный фонд «Лучшие менеджеры», 2000 г.

CONFLICT MANAGEMENT AS A METHOD OF MANAGEMENT

Borodich K. V., M. A.

Tomsk Polytechnic University

E-mail: rrpess@vtomske.ru

English Teacher: Belenyuk N. A.

Like other concepts, the conflict has many interpretations and definitions. The classical definition of conflict is as follows: the conflict - is the lack of agreement between two or more parties, which may be specific individuals or groups. Each side is doing everything to adopt its point of view or purpose, and prevents the other side to do the same. Lebedev, in his labor "of the bases of management", interprets conflict so - this is the open collision of sides, opinions, forces, connected with a difference in the ideas about the purposes, the ways and the methods of their reaching, about the nature of tasks and the methods of their solution etc.

In each one defining the essence is the same - the divergence of views and opinions of the parties communicating. As a result there is a perception that the conflict - a phenomenon always unwelcome, it should be avoided and if possible, it should immediately resolve. The modern view is that, even in organizations with effective management of some of the conflicts are not only possible but desirable. Of course, the conflict is not always positive. In some cases it can interfere with the needs of the individual and the objectives of the organization as a whole.

Conflict can be functional and lead to increased organizational effectiveness. Or it may be dysfunctional and leads to a decrease in personal satisfaction, group cooperation and effectiveness of the organization. The role of the conflict mainly depends on how effectively they manage. To manage conflict, you need to know the reasons for its occurrence, type, and possible consequences to choose the most effective method to resolve it.

In all conflicts there are several reasons, basic from which they are the limitedness of the resources, which it is necessary to divide, differences for purposes, difference in the ideas and the values, difference in the manner of behavior, the level of formation, etc.

Distribution of resources. Even in the largest organizations, resources are always limited. Management can decide how to distribute the materials, people and finances, for the most effective achievement of the objective of organization. It does not have value, with what resource the discussion deals - people always want more, not less. Thus, the need to share resources almost inevitably leads to conflict.

The interdependence of tasks. The possibility of conflict exists wherever one person or groups depend in performing the tasks of another person or group. Certain types of organizational structures increase the possibility of conflict. This possibility increases, for example, with the matrix organization structure, where intentionally violates the principle of unity of command.

Differences in purposes. The possibility of conflict is increasing as organizations become more specialized and divided into units. This is because the units are free to formulate their goals and focus more on their achievement than the achievement of organizational goals.

Differences in perceptions and values. The notion of a situation depends on the willingness to achieve a certain goal. Rather than objectively evaluate the situation, people can only consider those views, alternatives and aspects of the situation, which, in their opinion, good for group or individual needs. Differences in values are very common cause of conflict.

Differences in the manner of behavior and life experience. These differences may also increase the possibility of a conflict. Often there are people who constantly show aggression and hostility. They always ready to dispute each word. Such personalities often create an atmosphere fraught with conflict.

Poor communication. Poor communication can be both a cause and consequence of conflict. It can act as a catalyst for conflict, impeding individual employees or group to understand the situation or point of view of others. Other common problems of information transmission, causing a conflict are mixed quality criteria, the inability to accurately determine the duties and responsibilities of all staff and departments.

These problems may occur or worsen because of the inability of leaders to develop and bring to the attention of subordinates exact job description.

Types of conflict.

The optimization problem of the social and psychological climate of the groups dictates the need to identify the causes of conflicts between their members. One of the first steps towards solving this problem is the development of socio-psychological typology of conflict. The bases of this typology are the interrelations of people in their relationship in the primary production team. First, it is the relationship of a functional nature is determined by joint working activity. Secondly, these relationships are arisen out of workers belonging to one of the primary production team. Third, these are relationships of psychological nature, caused by the needs of people in communication.

Consider the basic types of conflicts:

Intrapersonal conflict. It can take many forms, one of the most common form is the form of role conflict, when to one person are presented conflicting requirements about what the result of its work must be. Studies show that such a conflict can arise with the low satisfactoriness by work, by small confidence in itself and organization, and also with the stress.

Interpersonal conflict. This is the most common type of conflict. In the organizations it is manifested differently. Most often, it is a struggle of managers for the scarce resources, capital or labor. Interpersonal conflict can be manifested as a clash of personalities. As a rule, the views and goals of such people are distinguished in the root.

The conflict between the individual and the group. The conflict can arise between the individual personality and the group, if that person engages the position which is differed from the positions of group.

Intergroup conflict. Organization consists of the formal and informal groups. Informal groups who believe that the manager treats them unfairly, may be harder to unite and try to "settle accounts" with lower productivity. The clear example of intergroup conflict is the conflict between the union and administration.

There are several effective ways to manage conflict situation, they can be divided into structural and interpersonal techniques.

One of the best methods of structural control, preventing the dysfunctional conflict is clarification of requirements to work. It is necessary to clarify what results are expected from each employee and department.

Another method of structural conflict management is the establishment of coordination and integration mechanisms. One of the most mechanisms is the chain of command. Establishing a hierarchy of authority regulates human interaction, decision making and information flows within the organization. No less useful means of integration, such as cross-functional teams, task forces.

Organization-wide integrated goals. Effective implementation of these goals requires joint efforts between two or more employees, departments or groups. The idea behind this technique is the focus the efforts of all parties to achieve a common goal.

The structural method of conflict management involves the use of reward system to encourage those who promote the implementation of organizational goals. Systematic coordinated uses of reward systems to encourage those who contribute to the implementation of organizational goals, helping people understand how they should act in a conflict situation that is consistent with the wishes of management.

Interpersonal conflict resolution techniques, such as avoidance, smoothing, or coercion are less effective in addressing the problems of the organization than a compromise or a solution of the problem. The ability to compromise is highly valued in management situations, because it minimizes the hostility that often makes it possible to quickly resolve the conflict to the satisfaction of both parties.

Each conflict has consequences. They can be functional or dysfunctional. Functional implications minimize or completely eliminate the difficulties in implementing the decisions - hostility, injustice and forced to act against his will. The parties will be more disposed toward cooperation rather than antagonism in future situations may be fraught with conflict. Dysfunctional effects suggest that the conflict is not managed or administered ineffectively. Results can be: an increase in staff turnover and reduced productivity, lower degree of cooperation in the future; understanding of the other side as "the enemy".

It is difficult to live and to work together. The conflict, generating controversy, checks the staff. It can help greatly in the process of reviewing the problems and develop solutions. If skillfully manage conflict, and it strengthens the team and the organization as a whole.

In addition to the report of the study was carried out among students of Tomsk Polytechnic University on the theme "Conflicts and their impact on performance." Research objectives: to find out whether students are able to deal with conflict situations and with their consequences. The survey showed that only 29%

can manage the conflict. And 42% of respondents believe that the conflict is not always a negative impact on performance.

References:

1. Grayson JC JR., O'Dell C. "American management at the threshold of the twenty-first century". Economics, 1991.
2. Dmitriev AV Conflict. Textbook. 2000.
3. Golovanov JK. The effectiveness of management decisions
4. Gromov ON Conflict. Lectures. Association of authors and publishers "Tandem". "EKSMO", 2001

INNOVATION MANAGEMENT FOR SURVIVING IN A FIERCE COMPETITION

Chjao Kay

Tomsk Polytechnic University

Scientific supervisor: Rakovskaya V. S., Senior Lecturer

Today's and especially tomorrow's global world has more and more open economies where international businesses fight over their customers above traditional borderlines. In this context, it is crucial for each large, medium and small sized enterprises to follow the changes and find their ways to adapt. Any business, in order to survive in this competitive global market place, cannot stand still. It must frequently improve its processes to remain competitive. (Kent 2004, 51).

The management of innovation can be seen to have three phases (Adair's 2005, 99). Firstly individuals and teams must generate new ideas (ex. "Brainstorming"), and then these ideas must be harvested and evaluated with specific measurement tools through relevant criteria (ex. Cost savings, demand, market potential and quality improvement). Finally chosen ideas must be implemented to the "end-user satisfaction" stage. The management should provide an environment, which allows people to set their own high standards of success. Firth for example (Firth 2001) highlights that manager should be seen as a coach, who looks each employee as an individual and motivates them to move towards greatness, this in turn will create great place to work (Firth 2001, 150-151). Each company has its own way of doing things. The concept is widely known as a corporate culture. It includes beliefs, values, norms and traditions of an organization, which directly affect the behavior of its members (Sutherland & Canwell, 2004, 74-75). Innovative corporate culture accepts risk, can work with half-formed ideas, bend the rules, responds quickly and is enthusiastic to motivate its members. This requires top-level commitment, flexibility in the organizational structure, tolerance for failure, encouraging each other and open, constructive communication (Adair's 2005, 103-104).

How does this work in real life? Let's have a look at some companies' ways to encourage innovation in their organizations. For example, Strategos consultants Pierre Loewe and Jennifer Dominiquin cite two companies to have highly innovative working environments in their study "Overcoming the barriers to effective innovation". (Loewe & Dominiquin 2006) These are the Virgin Corporation and Internet research engine Google. In the first company it is not only acceptable to innovate, it is expected of all the employees. The actions the company has taken to promote their broadly held innovation culture are wide ranging. They include making the home phone number of CEO Richard Branson available to everyone in the company who wants to share a new idea, since their corporate culture emphasizes their business being about "creating memorable events" for customers. Google on the other hand reinforces the importance of innovation by letting employees spend 20 percent of their time working on their own ideas and keeping several active e-mail lists to collect ideas from all employees. (Loewe & Dominiquin 2006)

Thus the quality of an innovative organization depends ultimately on the quality of the personnel. Since creative enterprise cannot be creative without creative people, the key issue is how to hire and maintain this talent to build up an innovative company? Creative individuals need to receive recognition, to work in their areas of greatest interest, be able to interact with stimulating colleagues, be given interesting projects and to be free to make mistakes. This requires that they should not be stifled by excess of bureaucracy (Adair's 2005, 100). There are several factors which have been noticed to inhibit creativity in the organization, these include: negativity, fear of failure, lack of quality thinking time, over-conformance with rules and regulations, making assumptions, applying too much logic and thinking that one is not creative (Adair 2005, 95). The risk of innovation management lies in accumulated reporting (which in turn leads to bureaucracy) and fear of not being always successfully improving something (the hype of "over-innovation"). Hence, all

kind of obsession should be avoided, and managers should take down-to-earth approach with their teams to always look for a better way to do business. Therefore managers have the key role to encourage the adaptation of naturally continuous improvement attitude amongst their people. (Kent 2004, 52) Innovative personnel thrives to think beyond invisible frameworks, to challenge old assumptions, to learn from other benchmarks and best practices implemented elsewhere, develop ideas from various sources, they try to find valuable and agreeable things even when not seeking for them, be prepared to use unpredictable events for advantage, note down ideas and to use thought processes in analyzing, valuing and synthesizing. Innovative managers are therefore good at accepting risk; they are flexible and motivated to take ideas through to completion (Adair 2005, 96, 118). Even though it is argued that innovation is not flourishing with strict rules and regulations, management must be engaged in the process, without true back-up support and leadership, innovation efforts are doomed to failure. It is not enough to command people to innovate, but they must be given the proper processes and tools they need to succeed (Loewe & Dominiquin 2006).

One internationally accepted tool to measure innovation has been the amount of patent applications, i.e. the theory that assumes that more the company has registered patents more innovative it is. In this case the competitive landscape would predict American-Japanese world domination. However, it is argued that fewer than 10 % of patents have any real economic worth (The Economist 14th-20th, 2006, 67). This unprofitable patent phenomena leads to the major reason why most of the companies aren't effective innovators. Innovation is considered financially risky, especially with stock-listed companies, where the urgent quarterly earnings drive out the innovation activities (Loewe & Dominiquin 2006). Therefore it is crucial for management to keep in mind that there are several kinds of innovations, and one way to distinguish them is to categorize innovations to the profitable and unprofitable ones. Due to this nature, in spite of its controversially destructive nature certain criticism is needed to ask if the company can bring its innovation to market significantly better than anyone else?

It is obvious that, in most of the cases, for small companies, innovative working processes cost more than monotonic manufacturing culture. Larger enterprises have better resources to cope with R&D support, since it can offer more reliable source of investment capital and has usually close connections to end-users. From financial point of view initial drawbacks are not considered as catastrophic losses, but merely regarded as learning experiences for next generations of this particular product or service (The Economist Dec. 17th - 23rd. 2005). With innovations, return on capital employed depends on the market. If the focus is not in the consumer or industry needs, the research and development creativity loses its strategic importance. Innovation for innovations sake is too expensive for most of the companies, and should be therefore based on careful and systematic analysis of the future market potential. Success is usually achieved by being selective: it is better to focus on one or two minor opportunities that look promising and demonstrate some tangible benefits. Often, careful engagement of external stakeholders is a great way to identify these opportunities (Emerald A, 2006). One of these external stakeholders can be for example University co-operation, which may help small and medium sized enterprises (alias SME) to compete with their bigger rivals. SME sector can also encourage directly customers and suppliers to co-operate, so that they can improve business processes (Adair's 2005, 109). It is also found that an effective way to create innovations is to reach out and developed innovative new partnerships with different and often unexpected stakeholder groups. Working with Non-Governmental organizations (alias NGO's), government agencies, community-based organizations and universities they are finding a rich source of new ideas and opportunities (Emerald A, 2006).

In conclusion, the literature and discussion around management of innovation considers innovation as a competitive advantage. It emphasizes the strategic role of innovation in all domains of organization and recommends crossing traditional borders of hierarchy. Traditional leadership culture, overall bureaucracy and fear of failure were considered as key barriers against innovative environment, but on the other hand even the most open-source innovative companies had similar ways of communicating, common practices and guidelines to follow. Also a financial concern arose of the costs of innovation. Some authors argued that if activities would be focused towards the market oriented corporate culture, where company's main mission is to improve its customer's processes and end-user satisfaction, could increase the profitability. Others pinpointed that the innovation must be linked to development of all the business processes, which lead to cost savings and thus better positioning. Most common factors for innovative companies seemed to be: open flow of information, lack of strict hierarchy, overall engagement through organization, strategic partnership with customers, suppliers and third parties; such as universities and NGO's and government agencies.

In this way tomorrow's market leaders can reduce their risk of the unknown future by systematically implementing innovative processes to their business practices. The research question of this paper: "How to create innovations for tomorrow's market environment?" got several responses, pinpointing that in order to

build innovative solutions for tomorrow's market environment, there is a need for radical change of the whole corporate culture.

References

1. Adair, John. 100 Greatest ideas for effective leadership and management. 2005. p. 95 Capstone Publishing Ltd. Great Britain: West Sussex.
2. Davies, Eric & Davies, Barry. Marketing in a week. 2002, p. 8. Bell & Howell Company. Great Britain: London.
3. Firth, David. Smart things to know about people management. 2001, p. 150. Capstone Publishing Ltd. Great Britain: Oxford.
4. Horny, A S. Oxford advanced learner's dictionary. 2000 (6th edition). Oxford University press. China.
5. Kent, Bob. Performance management. 2004, p. 51-52. Management books 2000 ltd. Great Britain; Kemble.
6. Sutherland, Jonathan & Canwell, Diane. Key concepts in management. 2004, p. 74-75. Palgrave Macmillan ltd. China.
7. Evans, Philip & Wolf, Bob. Hacking! Toyota's leadership protocol. Business & Economy Vol 1. 2005, p. 34-35. Ashok Bose. India: Panchkula.
8. The Economist. And the winners are... December 10th - 16th, 2005, p. 15. The Economist newspaper ltd. Great Britain: Basingstoke.

THE FUNCTIONS OF OFFICIAL FINANCIAL INSTITUTIONS IN PROMOTING FOREIGN DIRECT INVESTMENTS

Chju Bin

Tomsk Polytechnic University

Scientific supervisor: Rakovskaya V. S., Senior Lecturer

1. Abstract

Purpose – This paper offers view points that should be taken notice of, in the process of privatization of public financial institutions (PFIs) during banking sector restructuring in Russia.

Approach – Introduce 1) key measures in promoting Foreign Direct Investments (FDIs), 2) roles and functions of Japanese PFI, Japan Bank for International Cooperation (JBIC), for example, 3) current problems underlying privatization of PFIs in Russian banking sector restructuring, with regard to point 1).

Findings – Public financial institutions shall keep an important role in promotion of FDIs, in context of 1) fund intermediation function, and 2) function for relevant risk analysis and provision of information, until the emergence of private financial institutions, and development of capital markets take place.

2. Key measures in promoting Foreign Direct Investment

The foreign investment regime in a FDI's host country's economy comprises a variety of government measures aimed at regulating and attracting foreign investment, and host-government policies for attracting FDIs can be distinguished in to two broad categories of measures, "incentive-based" and "rules-based" measures.

1) **Incentive-based measures** provide for fiscal, financial and other incentives to foreign firms (ex. direct investment grants, subsidized credits and credit guarantees.)

2) **Rules-based measures** are a much broader category of government measures that are applied to regulate directly or indirectly the scope and magnitude of foreign business activity in a host economy (rules on market entry and rights of establishment, protection of property rights, the establishment of various types of "zones" within an economy, rules and procedures regarding dispute settlement, and domestic regulations on environmental protection.)

3. Roles and Functions of Japan Bank for International Cooperation (JBIC)

JBIC is a Japanese official financial institution based on the JBIC Law, which has a statutory mandate to undertake lending and other financial operations for the promotion of Japanese exports, imports and economic activities overseas. JBIC helps Japanese investors to invest in various countries by providing loans and other financial instruments, and operates studies required to implement the above operations.

Regarding Incentive-based measures, JBIC provides 1) **Long-term financing** - Long-term financing to FDI's hosting countries involves country risk which arises from changes in domestic political and economic situations, and high risks of interest rate and currency fluctuation. These risks are often too large to be

dealt with by private financial institutions. 2) **Mitigation of political risks** - For investors, foreign direct investment involves risks that they do not ordinarily take into consideration in domestic investments. 3) **Co-financing with private financial institutions** - Under the JBIC Law, JBIC is prohibited from competing with private-sector financial institutions and devotes itself to the role of complementing and encouraging their financial activities.

Regarding Rule-based Measures, JBIC provides 1) **Policy dialog with FDI's hosting government** - JBIC provides information and advice on investment climates in other countries primarily for SMEs, and as an official lender, JBIC also seeks to mitigate such risks through dialogue with host country governments and government agencies. 2) **Related technical assistances** - JBIC have 26 branches all over the world to collect relevant information, research institute to conduct various surveys, and environment analysis department to assess environmental aspects before financing projects.

4. Problems underlying Russian banking sector in promotion of Foreign Direct Investments (FDIs)

Although expansion of assets, and household deposits are rapid, the banking system in Russia is still small, and government controlled banks continue to dominate the system. In this context, it is recommended by IMF that the government take particular care to ensure that Sberbank operates on a fully commercial basis, and over the mid-term, options ranging from privatization to transforming into a narrow bank should be developed, and also privatization of Vneshtorgbank (VTB) should be pressed ahead. However, following problems should be taken in notice in privatization of such PFIs in order to secure accessibility of foreign investors.

Regarding Incentive-based measures, 1) **Limitation in long term financing** - The Civil Code gives clients the right to break term deposit contracts before maturity negates them as a source of long-term funding, and with the exception of Sberbank and the VTB, no single bank has a share of more than 5 percent of total loans or deposits which limits the number of banks which have abilities in funding large scale FDI projects unless consortium is formed. 2) **Lack of accessibility to capital markets** - Especially for Small and Medium-Sized Enterprise (SME), essential measures to promote investor confidence in equity and corporate debt markets is limited by underdevelopment and the small size of Russian capital market.

Regarding Rule-based Measures, 1) **Lack of accessibility to credit information** - Establishment of a credit information service is one of key measures to increase lending to SMEs in order to improve insufficient access to finance.

5. Findings

Domination of PFIs under non-equal playing field may obstruct financial sector's healthy development, however, due to the nature of FDIs (long-term, large scale, and high risks) functions regarding PFIs such as Sberbank and the VTB shall not be ignored. Especially function with regard to 1) provision of low-cost, and long-term funds through utilization of deposits, and 2) organization and provision of relevant risk analysis, utilizing the information gathered from within the institution (no. of branches of Sberbank as of Oct. 2003 is 1,051), may provide measures in promoting foreign investors to Russian economy, therefore, until the emergence of private financial institutions, and development of capital markets, above mentioned functions should be taken into consideration for the privatization process of the Russian banking sector reform process.

References

1. Foreign Direct Investment and Development: Where Do We Stand?, JBICI Research Paper No. 15, June 2002
2. JBIC2005, P72-80
3. Russian Federation: Financial System Stability Assessment, IMF Country Report No. 03/147, May 2003, P26-27
4. Russian Federation: Selected Issues, IMF Country Report No. 05/379, October 2005, P102
5. Russian Federation: Selected Issues, IMF Country Report No. 05/379, October 2005, P96
6. Russian Federation: Financial System Stability Assessment, IMF Country Report No. 03/147, May 2003, P8-9
7. Russian Federation: Financial System Stability Assessment, IMF Country Report No. 03/147, May 2003, P9

INNOVATION MANAGEMENT

Chuvatkin N. O., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: Chuvatkinnikita@mail.ru

Scientific adviser: Kovalenko N. A., lecturer

Recently the practice of traditional management directly connected with entrepreneurship, including in the bank sphere, has faced new problems. Originally the science developed first of all under the influence of external effects, reacting to the growing requirements of manufacture and life activity. The creation of new knowledge went without any visible management from the outside. But then the insufficiency of such approach appeared more clearly. There was obvious necessity of innovations formation process management. A science studying the influence of internal factors, reflecting logic of new knowledge creation, appeared. Its managers became competent participants of the process. First of all they undertook processes of diagnosing of the staff teams participating in working out of a concrete theme, as well as selection of nominees, formation of such teams and creation of a base (material, investment, etc.) for their activity. The life, however, shows that it is not enough. A modern manager should face the needs of a consumer. In other words, the monitoring of a consumer sphere, carried out from the point of view of new knowledge creation management, is required. This problem can be solved only by means of deep reconsideration of the essence of management, and its "attachment" to the innovation management.

The modern stage of science, technics, economy and society development is characterized by the presence of huge volumes of accumulated knowledge. Its growth, initially non-uniform, was compensated by differentiation of sciences, allocation of its specific areas with accurate specialization and orientation. However, penetration of new knowledge into all fields of human life activity led to the situation that by this time a lot of decisions are made and partially realized even in narrow thematic areas. Various both in importance and depth techniques are used. Enormous information flows circulate in all spheres of life. The paradoxical situation was created: on the one hand, the separate individual is not able to cover the whole bulk of existing knowledge; on the other hand, the mankind is constantly filling it up them with the extending volume and at the increasing speed. There appeared the requirement of the new knowledge founders' creative potential management, aimed at acceleration of its realization, and increasing of efficiency of science and practice connection.

There is a need to realise new decisions made within the limits of business. But not any idea is applied in the necessary direction and in required scales. Many fruitful decisions are not used at all, but on the contrary unpromising ideas are frequently violently adopted. This leads to dispersion of forces, means and time. As a result, there is a necessity of innovations introduction management. The accelerated process of their occurrence reveals acute contradictions between old and new, between arising and dying off. It demands psychological preparation of people and studying of influence of innovations on all elements of social and economic system. There is a necessity of management of social and psychological aspects of innovations.

In the end of XX century all the problems mentioned (new knowledge creation process management, creative potential management, development of innovations, social and psychological aspects of innovations) became aggravated, and caused the occurrence of a new direction in traditional management — innovation management.

The object introduced in manufacture as a result of carried out scientific research or discovery, qualitatively distinct from the previous analogue is defined as an *innovation*. The innovation is characterized by the higher technological level, new consumer qualities of the goods or service in comparison with the previous product.

The concept "innovation" is applied to all innovations, both in industrial, and in organizational, financial, research, educational and other spheres, to any improvements providing the economy of expenses or even creating conditions for such economy.

Updating processes are connected with the market relations. The great bulk of innovations is realised in market economy by enterprise structures as means of the industrial and commercial problems solving, as the major factor of maintenance of stability of its functioning, economic growth and competitiveness. Innovations, hence, are focused on the market, on the concrete consumer or requirement.

The features of the innovation processes, the record of which is necessary for creation of the organizational-economic mechanism of management, result from the prevailing type of the innovations forming the given processes.

Constant innovations form the primary factor of the market prosperity of any enterprise. Nowadays, goods or service life cycle is quickly reduced, the competition sharply becomes aggravated, consumer requirements to enterprise production raise. To survive in such conditions the enterprise is compelled to improve and transform continuously the products, to improve industrial and administrative processes.

The sphere of innovations for the Russian enterprises is extremely extensive. In its frameworks the following spheres are the most actual: the program and computer maintenance, telecommunications, the decision of a problem of remote access, information safety, a universalisation of services, performance by the enterprise of the new functions (leasing, factoring etc.).

The search of effective organizational forms of innovations management goes in two directions. The first is connected with the allocation and isolation of the divisions which are involved in innovations and long-term problems of bank development. Another direction reflects the necessity of creation of the mechanism of integration and coordination of subdivisions activity and interfunctional interaction while working out and introduction of innovations. More often credit institutions use both approaches with the priority use of one of them. The main thing is that introduction of innovations is not an incidental activity, but regularly operated process.

To provide successful maintenance of enterprises, as well as any other organisations, in the modern market conditions the following issues are becoming more and more significant:

The creation of the atmosphere stimulating search and development of innovations and depending, basically, on the qualification of higher managers;

Aiming of innovation activity at the needs of consumers;

Reduction of the number of levels in management for the purpose of "research — manufacture — sale" process acceleration

Deliberate underloading of available potential counting on occurrence of new ideas and, accordingly, expansion of possibilities of the market;

Maximum reduction of terms of development and introduction of innovations, organisation of work not by a "relay" principle, but on the basis of the parallel simultaneous solving of innovation problems.

The reflection of the process of creation of innovation structures is more and more extensive using of project principles of construction by the enterprises. Its essence consists of combining a part of material, human and financial resources of the credit institution within the limits of the so-called project groups which are focused on the solving of specific problems. The content of such problems can be rather various: from creation of a new kind of products to the solving of one or another scientific and technical problem. The design group has considerable organizational-administrative independence. The administration defines terms of performance of the problem assigned, volume of material resources, and a limit of financial assets and does not interfere in the company activity current issues. Organizational design group can be registered as an independent section of the enterprise or can exist "under the roof" of one of its divisions.

References

1. Management of innovations, № 3, 2009.
2. Innovation management. Textbook. 2nd edition, - M., - 2003.
3. Huchek M. Innovations at enterprises and its adoption. - M., - 2004.

THE PROBLEMS OF FINANCING INVESTMENT ACTIVITY OF COMPANIES IN RUSSIA

Demshina Y. V., graduate student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: unonad@inbox.ru

Scientific advisors: Zolotareva G. A., Doctor of Economics, Matalasova E. Y., Senior Lecturer

Investments have a great importance for the future of a company. Lack of financial resources for investment is one of the main factors, constraining the development of enterprises.

It is well-known that financing of investment comes from two sources: own and borrowed funds.

Own funds of a company are formed by the two main items: profit and depreciation. Theoretically, the simple reproduction occurs by depreciation, extended -due to profits. In practice, at rapid change of technology, models of fixed assets and product range it is not easy to separate one from another.

More than 85% of companies are focused on the efficiency maintenance of material and technical base, established over 25 years ago. Deep stagnation in replacement of physically and morally worn out fixed assets confirms the low level (1%) of their annual remove which is a characteristic of Russian economy in the last decade. The main purpose of investing in fixed assets is to replace worn-out equipment, but not because of the low efficiency of its use, but because of the impossibility of further exploitation. Financial poverty has resulted in the expansion of secondary market for fixed assets: from 2001 to 2007 purchasing costs of used assets increased by 3.7 times and selling them by 2.8 times. [1]

Today is the acute problem of updating the equipment, not to mention the modernization of the production practices of enterprises. It can be explained by the following reasons.

Depreciation charged, as a rule, does not suffice for simple reproduction. Low share of depreciation in the financing of capital may be partly explained by the discreteness of its accrual method (of accounting). Of no small importance is the problem of depreciation charge in stable high inflation. Million paid today and 7 years ago are different millions. Even in condition of low inflation rate amortization period also plays a big role. The longer the useful life of fixed assets, the less possibility of simple reproduction is. Moreover, in Russian manufacturing sector enterprises do not exercise any investment programs, gradually using accrued depreciation. For another group of companies, vice versa, is not enough the depreciation for the implementation of both simple and more expanded reproduction. Therefore, lack of funds has to be covered by the net profit or borrowed resources. [2]

As is known, the most attractive source of financing is profit. Its lack or absence (in crisis) markedly impedes the process of modernization and renewal of production. It is important to note, that current national policy of reduction of tax burden, the imposition or elimination of tax benefits does not always encourage companies to send the available financial resources for investment purposes. It is therefore advisable to create more thought-out policy to encourage enterprises to finance investment.

An attractive source of financial resources is to obtain additional capital through the sale of shares in specialized capital markets. But for the majority of Russian companies this market is not available.

Due to lack of their own funds many enterprises often turn to borrowing sources (mutual funds, banks, investment companies and others), so the proportion of borrowed funds to finance capital of Russian entrepreneurs is rather high - approximately 60%.

One of the most effective forms of external finance is an investment loan. However, there are many problems associated with the investment loan, which is very difficult to obtain from domestic investors. This is due to several factors: low levels of investment institutions, their insufficient number, the focus not on real investment, high percentage of commercial loans, high investment risks.

Institutional investors are differentiated by degrees of reliability, profitability and liquidity. Accumulation of funds in insurance company is the most attractive in terms of reliability, which is confirmed by quantitative indicators of its operations. They are the second largest in number of companies and the amount of loan capital. This institutional structure ensures repayment of investments, offsetting losses in the insurance case, thus ensuring a high degree of reliability and liquidity of investments. However, the profitability of investments in insurance companies compared to institutional investors is lower. The second largest number of institutional investors is commercial banks, which occupy the first place by the volume of debt capital. But the fall in the profitability of investments and the possibility of banks bankruptcy reduces their attractiveness in terms of investment. Other institutional investors are of a small proportion, both in quantity and in the amount of capital raised, so their influence on the Russian stock market is limited. [3]

However, international experience suggests that their role should increase as they have long-term and relatively inexpensive resources. In market economies the largest source of long-term investments are funds of accumulative pension. Insurance companies occupy the second place in terms of financial resources, third - mutual funds, banks occupy the last place.

There is opposite situation in Russia - the first place is occupied by banks, the last-pension funds and unit investment trusts. Number of existing Private Pension Funds (PPF) practically is not increasing but growth rates of outside funds have been increasing for the last two years. According to experts, the increase of public interest to PPFs is unlikely to happen in the nearest future. Most likely, funds development will occur through corporate pension schemes.

According to the source 'investfunds.ru', the number of mutual funds increased by 3 times from 2005 to 2008 (from 157 to 463), but in connection with the crisis beginning, their number in 2008 sharply reduced by 15% (from 463 to 403 in 2010).

As a result, investment loans are not enough to sustain high growth rates of investment. The segment of bank loans is the fastest in increase of the financing of capital investment. In today's situation they are trying to make an alternative to foreign borrowings and equities. However, the opportunities of the sector are

limited: the banks are experiencing difficulties with funding and feel the slowdown in growth of deposits of physical persons and legal entities.

In addition, as practice shows, there is an increase of funding from foreign investors but the high dependence of the sovereign country on the world's capital market has always been a matter of concern. If unstable condition of economy takes place in global financial markets, capital always goes out quickly in a safe harbor of sustainable economy, where Russian economy does not belong to.

The process of raising funds by issuing securities, first, takes a long time; secondly, it is associated with high transaction costs and complexity of their distribution.

It is also clear that not every company can claim and receive government loans, but for the most companies this type of financing is not even considered. The main obstacles are the restrictions on the use of an investment project, the difficulties in obtaining financing, and their small size.

As is known, savings of population occupy a big proportion in the main sources of financing investment activity of enterprises. Insufficient level of their involvement today is a crucial problem.

The investment required can be offered by investors only when guarantees for the return of these funds are provided as well as the preservation and growth of money in financial institutions. Therefore, one of the main tasks is to find mechanisms to ensure real guarantees to potential investors.

The opportunities of a company to attract investment resources depend on the stage of business development. At the early stage (start-up) financing can be secured only by the founders of the company, friends, business angels, start-up funds. As companies grow, they can get more new investment resources. Some companies at the beginning of their development may already be of interest to investors engaged in direct hands-on financing (venture capital). Consideration of possible sources of financing investment projects in connection with the business stage of the enterprise makes the choice easier. The cost of borrowed funds and resources spent on recruiting is an important component for successful implementation of a project. [4]

Experts say that the attraction of investments in projects in today's conditions is a real problem. In crisis economy companies must look for any means to survive. Such methods may include selling shares of companies at affordable prices for investors, attracting venture capital, used in the world direct investment in the company and others [5]

Thus, the main factors limiting the investment activities of organizations are a shortage of own financial resources and low availability of external financial resources.

References:

1. Daskovsky V., Kiselev V. Monetary policy - an investment famine economy of Russia // Investment in Russia. - 2009. - № 6. - Pg. 13 - 25.
2. Alekseev A. Sources of investment in the Russian economy: their narrow circle // Investment in Russia. - 2009. - № 3. - Pg. 3 - 10.
3. Podoprigora I. Features of the investment processes in housing the modern Russian economy // Thesis. - 2009. - Pg. 45-50.
4. Mamontov I. Using the algorithm for choosing the source of financing investment projects at the enterprise // Entrepreneurship. - 2007. - № 2. - Pg. 80 - 83.
5. Kozlovsky A.S. Market collective investment in Russia amid the financial crisis // Finances and Credit. - 2009. - № 21. - Pg. 57 - 61

BANK ADVERTISING

Dolgih Y. I., student

Tomsk polytechnic university

E-mail: ulianna-2606@sibmail.com

Scientific advisers: Mogilnitskaya G. O., associate professor; Matalasova E. Y., senior lecturer

Nowadays Russian market of bank products and services is characterized by dynamical development and high level of competition. Rigid competition and struggle for each client lead to the situation when banks try to stand out against a background of competitors due to advertising campaign. Bank advertising is almost the only way of struggle for client as a result of high degree of bank products and services standardization and tight government control over banking system.

The main goal of this article is to become familiar with theoretical bases of bank advertising (definition, specificity, purposes, kinds), and also basic tendencies of bank advertising in 2010.

Bank advertising in a general view can be defined as purposeful information influence when potential consumers are informed about a set of available financial services; bank reputation is built and maintained; mutual understanding, inclination and cooperation between bank and counterparts are created and supported.

Bank advertising specificity is connected with special features of bank product and bank service - absence of material-substantial form, i.e. bank product or service cannot be felt, seen and estimated till the moment of achieving results of their provision. Therefore, when promoting bank product or service, it is important to use such methods which help to raise tangibility degree, for example, attention accentuation on benefits of relationship with bank (reliability, comfort, experience, professionalism, wide range of services, popularity, prestige etc.), endorsement by popular and well-known people, reputable organizations (well-known firms, governmental structures, authorized bank).

The main bank advertising goals are:

- forming specified bank image;
- supporting specified bank image;
- forming certain level of knowledge about provided services and launched products;
- broadening of certain level of knowledge about provided services and launched products;
- informing about changes in conditions of services provided;
- supporting existing demand for provided services and products;
- activation of existing demand for provided services and products;
- increasing number of patrons.

Proceeding from purposes of bank advertising it is possible to distinguish its two basic types: image advertising and product advertising. Image advertising assumes advertising of bank itself, its advantages which favorably distinguish it from competitors. It is directed to creation of long-term favourable bank image with general public, in particular, among existing and potential bank clients and partners. Image advertising is intended to make opinion about a bank as stable, reliable, evoking trust. One of the most striking examples of image advertising is New Year's Eve advertising campaign of "Sberbank" with slogan "It is important for us, what is important for you", reflecting scale transformations of "Sberbank". An overall objective of these transformations is creation one of the best world's financial structures which will help people to achieve their dreams and desires in life. Also the example of image advertising includes winter advertising campaign of "VTB" with slogan "World without barriers", reflecting such brand characteristics as: stability, reliability, modernity, scope. One more example includes advertising campaign of "Alfa bank" under slogan «It is profitable to be honest», reflecting such principles in servicing clients as: transparency of working conditions with clients, partners and government; strict meeting of commitments; protection the interests of clients, who have entrusted bank cash resources, and sequence in actions. Product advertising assumes advertising of bank products and services. It informs consumer about features and advantages of bank products and services and induces interest to them. Product advertising is directed to sales promotion of bank products and services. The example of product advertising is advertising campaign of "UralFinance", explaining advantages of bank cards and deposits. Another example is "Citibank" commercial where it is told about free ruble transfers by phone and through Internet.

Special attention of this article is given to tendencies of bank advertising in 2010. Analyzing opinions of leading experts in the field of bank advertising, it is possible to draw following conclusions. In 2010 in conditions of limited budget banks should refuse full media-mix. Banks should solve three standard problems: what advertise, how advertise and where advertise. The first problem actually sounds like this: to advertise a bank (image advertising) or its products (product advertising). Experts suppose that 2010 will become the year of refusal of image advertising for the benefit of product one. Year 2009 showed that image advertising is luxury for many banks; in 2010 only government and largest private banks can afford it.

As for product orientation of advertising then before crisis banks actively advertised credits (mortgage, consumer credits, auto credits), but in 2009 banks were sharply directed to deposits promotion. Reduction of deposits advertising, transition to promotion of payment systems became a new trend of 2010. Many experts also notice that in 2010 banks will direct efforts to promotion of credit products again. So in 2010 "Sberbank" launched a new commercial in the network of campaign "It is important for us, what is important for you" The new commercial advertises mortgage credits. Also "Renaissance Capital" has begun new advertising campaign titled "Credit as you remember it". The main financial product of advertising campaign is no-purpose crediting. "Alfa bank" has started advertising of plastic cards "Man's card".

The second problem which banks face - how to advertise. In 2009 many banks tried to convince clients of reliability, stability, confidence of tomorrow. For this purpose they used images of children,

people, and celebrities in advertising. For example, “VTB24” in their advertising campaign “I am assured” the hero of Russia, space pilot Fedor Jurcuhin and the captain of sailing vessel “Kruzenstern” Michail Novikov, endorsed deposits and credit cards, where they drew an analogy between their work, values and confidence which bank “VTB24” gives them.

According to experts, in 2010 clients do not need a proof that banks stand firmly on their own feet, it is only necessary to fix effect of 2009, for example, by means of issuing special video appeal of the bank head. It will allow banks to return trust of old clients and to attract new ones. Also for the purposes of saving of expense on promotion experts advise to take advantage of old commercials, posters, addresses of pre-crisis period directed to persuading clients that crisis is already overcome, immerse consumer in atmosphere of welfare, calmness, prosperity.

Multiproduct advertising becomes one of the findings of 2010; it is caused by differently directed consumer demand as on the one hand market saturation of deposits attraction occurs, and on the other hand active promotion of payment systems and gradual revival of crediting. In 2009 bank “Trust” made this sort of advertising where Vladimir Turchinskiy advertised deposit and two categories of credit simultaneously.

Besides all the aforesaid it is necessary to underline that in condition of current situation, the role of creative decisions in bank advertising increases. After all due to originality, brightness, individuality a bank can raise recognition, expand and increase client base. In 2009 bank “Ural-FD” launched leaflets designed as 500 ruble for promotion of credit services.

The third problem – is where to advertise. In 2010 as a result of budget limitation on advertising, banks will be compelled to use only the most effective channels of communications. Experts include TV and outdoor advertising in their number. As concerns TV advertising many banks should refuse this channel of communications as one of the most expensive. Only largest banks can afford TV advertising. The outdoor advertising in 2010 remains one of the most popular and effective ways of promotion, despite its high cost. Refusal of use traditional channels of communications for the benefit of Internet advertising has become the basic tendency of 2010, according to experts. Experts are assured that banks are beginning to actively use sites, promo-sites, social networks and blogs because Internet is cheap, effective and convenient channel of communication. Popular online game “Happy farmer” can serve as an example of bank advertising in social network “Vkontakte”. It uses new game function -bank services (virtual credits and virtual deposits) of bank “Uralsib”. It has considerably expanded player’s opportunities for development of their own farms, allowing to take credit for small business development or to put free virtual money on deposit in bank and to receive percentage income.

Thus, successful bank advertising is always complex decision of several problems: building attractive image and positive public relation to a bank (clients, government, counterparts); attracting new clients and preserving confidential relations with constant clients; displaying stability, reliability, confidence, dynamism; steady following all tendencies and innovations.

References:

1. Advertising basis: textbook / under editorship of L. M.Dmitrievoy. M: UNITY, 2007. – 351p.
2. Bank advertising occupies TV <http://www.rosbalt.ru/2010/03/18/721318.html>
3. National banks have captivated advertising spot <http://bankir.ru/news/newsline/4065112>
4. Bank communications: advertising, public relations, sale promotion <http://bibliotekar.ru/biznes-37/7.htm>
5. Creative advertising <http://www.adme.ru>
6. Advertising: Internet against television screen <http://bankir.ru/technology/support/advertise/> 4346643
7. Modern bank advertising in Russia http://www.marketologi.ru/lib/mokrov/bank_ad.html

THE DEVELOPMENT OF REMOTE BANKING SERVICES.

Eliseeva E. V., student, Grigoryev M. I., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: Djaine@rambler.ru

Supervisor: V. V. Spicin; Language advisor: Y. A. Chayka

Banks are an integral part of modern monetary economy, their activities are closely linked to the needs of the population. Serving the interests of customers, the banks form a relationship between the various spheres of economic activity (industry and trade, agriculture and population, etc.). In the struggle for bank depositors it is not enough to reduce maintenance costs and increase the interest in loans. Attracting customers requires more. Against the background of the rapid development of information technology and legal and natural persons want to make as little as possible actions in order to carry out their financial transactions. Therefore, commercial banks are now actively developing and introducing new types of banking services.

The most effective technologies available to banks in the competition, are the introduction of various forms of remote services for individuals (RBS).

RBS allows credit institutions, using various channels of communication with customers, provide them with not only traditional banking services sold at any bank, but also new products that enable a completely different level to meet the financial needs of clients.

Using remote service benefits both the public and banks. The population is able to perform a variety of financial transactions anytime, anywhere using the available tools (a computer with the Internet access, mobile or landline phones, ATMs, etc.) at a high level of security. And the lending institutions benefit by reducing costs, arising from the traditional method of customer service, attract more customers and therefore increase competitiveness.

After some time, the clients of Russian banks are beginning to understand the extent of RBS and convenience as this saves time. Thus, according to the research of the company Profi Online Research, more than 47% of respondents allocate mandatory Internet banking among the main characteristics when deciding on choosing a credit institution (only 2% of the respondents while oriented at low prices or free services).

Services RBS are usually classified depending on the technical channel through which information is transmitted. At the moment there are several channels through which the client can gain remote access to banking services: Internet - banking, telephone banking (services of call-centers and IVR), mobile banking, and services through ATMs.

Today, the Internet - banking is one of the most dynamic segments of electronic commerce. The possibility of using the Internet in banking is constantly expanding, new services and technologies are appearing and these are available even to inexperienced users.

The Internet banking is a variant of the remote method of providing banking services to clients. In a broad sense, this term can be understood as a variety of systems ranging from conventional banks' websites to complex virtual settlement and payment systems. In a more narrow sense of the Internet - banking - it is an analog system to "Bank - client" that runs through the Internet.

There are systems in which the Internet is used only as a means of data transmission, and systems in which the Internet is used as an independent information technology. In the first case, the Internet acts as a channel of communication between the bank and the client and, in fact, represents just the addition to the classic systems "Bank - client". This improves the speed and the mobility of communications of business partners, but somewhat reduce the level of security committed transactions, since the Internet is a network open.

In the second case of application software of (software) is a special web application that works only in the session interactive client communication with the bank. When using these systems the customer does not need to install software and keep relevant electronic databases in your computer. In this case, the client can gain access to your bank account by logging into the bank's server on the Internet from any computer, after typing your password and PIN. To increase the security in these systems different ways are used to protect your economic information from unauthorized access.

Internet the first type of system which is preferable for customers wishing to have a higher level of security of transactions undertaken. The Internet a system of the second type when is cheaper and more economical in operation for bank customers, as well as more mobile. Today these two types of Internet - Technologies payments complement each other.

In addition to the computer for access to the website with cell phone technology can be used, *WAP* (*wireless application protocol* - wireless access protocol), which received the name of your own WAP-banking or *mobile-banking* (*m-banking*).

The full list of services that the bank may provide through the Internet is very extensive. It includes:

- management of accounts and the transactions of funds between accounts, including accounts for bank plastic cards;
- opening various bank accounts;
- conversion operations;
- payments on accounts for goods and services, including utilities;
- replenishment of accounts, withdrawals from the accounts;
- remittances, including those in foreign currencies;
- operations with an investment portfolio that is managed by the bank;
- credit operations (overdraft credit);
- obtaining information on the status of accounts;
- receive counseling and information services.

It is worth paying attention to the fact that within the Internet banking there is a case of highly standardized set of operations, as they are practically without any involvement of bank staff Clients served through the Internet banking, can be completely relieved of any visits to the bank, more over a bank generally cannot be the office (according to bank VTB 24: 64% of visitors perform banking transactions remotely).

Despite the active development of remote maintenance literacy is still quite low and remote access services are perceived by only a narrow category of clients. The older generation does not take cell phones, as an instrument of payment and receipt of information cannot be said about the new generation of young people. Young people are already knowledgeable in banking services and to attract them there can be only modern, high-tech approaches to care, for example, mobile, and interactive communication channels (sms-banking, Java-banking, Web-Kiosk).

Nowadays banks that want a guaranteed stream of customers and a steady income, not only now but in the future, it is necessary to develop actively alternative sales channels and customer service, distribution of promotional material about the benefits of branchless banking, and address potential customer who are afraid of technological complexity of RBS.

References:

1. Online banking in Russia // Banking. - 2009. - № 8
2. Remote channels of interaction with clients / Banking. - 2009. - № 8
3. Rating quality of Internet banking. [Electronic resource]. Mode of access: <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2004/05/17/566243> free - Zaghlah. article.
4. Defined market leader in Internet banking. [Electronic resource] .- Mode of access: http://ea-banks.ucoz.ru/publ/opredeleny_lidery_na_rynke_sistem_internet_bankinga/2-1-0-40 is free. - Zaghlah. article.
5. Prospects for remote banking services in Russia. [Electronic resource]. Mode of access: <http://www.infobank.by/1097/Default.aspx> free - Zaghlah. the screen.

EVALUATION OF COMPANY

Ezangina T. A., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: eza-tanya@yandex.ru

Scientific adviser: Kuznetsova I. N, lecturer, department DPFLT

The intention of the given paper is to analyze the evaluation of a company, to show the importance of objective evaluation in economy and in business particularly, and to describe some key terms referred to valuation.

Businesses or fractional interests in businesses may be valued for various purposes such as mergers and acquisitions, sale of securities, and taxable events. An accurate valuation of privately owned companies largely depends on the reliability of the firm's historic financial information. Valuation or evaluation is defined as the act of valuing especially a formal assessment of the worth of property, jewelry, etc. or the price

arrived at by the process of valuing. Another definition of valuation reads so: valuation is the process of estimating the potential market value of a financial asset or liability. Valuations can be done on assets (for example, investments in marketable securities such as stocks, options, business enterprises, or intangible assets such as patents and trademarks) or on liabilities. The latter definition is more precise and offers a deeper understanding of the unit. Valuations are required in many contexts including investments, investment analysis, capital budgeting, acquisition transactions, financial reporting, and taxable events.

Formal valuation of the seller's business is a vital component of the buyer's analysis when discussing a proposed acquisition. The valuation of a business in the context of an acquisition, as opposed to estate planning or other purposes, often involves consideration of "investment" or "strategic" value beyond a street analysis of fair market value. Valuation may be done by the seller prior to entertaining prospective buyers, by the buyer who identifies a specific target or by both parties during negotiations to resolve a dispute over price.

The process of evaluating of company or any other property is vital in the business world. The value of company can be underestimated or overestimated. In both cases it can result in losses of money and lead to other negative and undesirable economic consequences.

The knowledge of real value of enterprise is an essential and indispensable element of market economy. Importance of understanding of real value is especially great in the process of investment decisions as it allows to estimate whether it is managed effectively and to assess what is the proper price to be paid as a result of owners change in sales-purchase transaction.

There are different methods or valuation techniques. When calculating the value of a business, one or more of these valuation methods may be used. There are also a large number of other factors which may be taken into account.

The most commonly used valuation techniques are represented below and can be classified as earnings multiples, entry cost, asset valuation, discounted cash flow, economic climate, fixed assets, intangible assets, and guideline companies method. The detailed description of each of the techniques is provided below. The first technique of our interest is earnings multiples. Quite often, multiple of earnings are used as a business valuation method. This method would be suitable for companies with an established financial history. The Price/Earnings (P/E) Ratio represents the value of the business divided by its post tax profits. It may not be easy deciding what P/E ratio to use (some industries, such as high tech / IT ones will have a much higher P/E ratio than, say, an estate agency). The P/E Ratios used in the financial press should be reduced significantly when valuing a small business, as the barriers to acquiring a small company are much higher than buying quoted shares on the stock market.

The second method called entry cost can be determined as the predicted cost to set up a similar business to that being sold. This would include the cost of developing a customer base and reputation, recruiting and training staff, purchasing assets and developing products and services.

The Asset Valuation method is more appropriate for established companies with a large amount of tangible assets (such as property companies). The valuation is made by calculating the net realizable value of all assets. Discounted cash flow method uses an estimate of the company's cash flow over a certain period of time. The "terminal value" of the company is also calculated after this period has expired. The value of the predicted cash flow, plus terminal value, is then discounted, to provide a current business valuation. It may be hard to establish this terminal value, as it relies so heavily on the cash flow estimates. This valuation method may be used when a company may have a lot of potential, but few assets and little financial history.

Economic climate method is very important method that can show the financial position of the company. Clearly, a buyer may be more cautious when buying a business during an economic downturn. The next method to look at is fixed assets. Quite often, such assets can be valued by using the original purchase price and using a depreciation calculation on each item. Things aren't quite as simple however, as property prices may have risen or fallen since the original purchase, and even after a deduction to allow for depreciation, many business assets (such as vehicles, and equipment) may be worth a lot less if you tried to sell them right away.

Intangible assets are issues that do not show directly the state of the company. Some of the most valuable parts of a business may not appear on any balance sheet - these may include trademarks, reputation, branding, key people, the size and quality of the customer base. Valuing the potential value of a business is notoriously hard to do, but clearly a rapidly growing business will be very attractive to buyers.

The last method to deal with is guideline companies' method. This method determines the value of a firm by observing the prices of similar companies (guideline companies) that sold in the market. Those sales could be shares of stock or sales of entire firms. The observed prices serve as valuation benchmarks. From the prices, one calculates price multiples such as the price-to-earnings or price-to-book value ratios. Next,

one or more price multiples are used to value the firm. For example, the average price-to-earnings multiple of the guideline companies is applied to the subject firm's earnings to estimate its value.

The methods are useful in that they provide starting points and supply a range of reasonable values backed by various valid manners of justification. Even so, the value or price of a company is dependent on the particular time of the valuation and on the true motivations and goals of the key players involved in the transaction.

However, company valuation is not an exact science, nor will valuation issues typically drive the terms and pricing of the transaction. There are numerous acceptable valuation methods and, in most situations, each will yield a different result. In fact, the formal mathematical valuation should only play one part in the overall pricing of the deal and in determining the transaction's true value to the parties. While all methods should, in theory, yield the same result, they rarely do, because of factors including, but not limited to, market conditions, the industry in which the target company operates and the type and nature of the business.

In order to have a clear idea and comprehension of evaluation it is necessary to answer the following questions: What is the value of the company, enterprise value (EV), total enterprise value (TEV), or Firm value (FV).

All these terms can be defined as an economic measure reflecting the market value of the whole business. It is a sum of claims of all the security-holders: debt holders, preferred shareholders, minority shareholders, common equity holders, and others.

Enterprise value, sometimes abbreviated EV is one of the fundamental metrics used in business valuation, financial modeling, accounting, portfolio analysis, etc. [2]. The enterprise value can be calculated with assistance of EV equation. This equation can be expressed like that: Enterprise value = common equity at market value + debt at market value + minority interest at market value, if any - associate company at market value, if any + preferred equity at market value - cash and cash-equivalents. [2] Basic elements in EV equation are :

- All the components taken at market
- Cash subtracted because when it is paid out as a dividend, it reduces the net cost to a potential purchaser. Therefore, the business is only worth the reduced amount to start with. The same effect is accomplished when the cash is used to pay down debt.
- Value of minority interest added because it reflects the claim on assets consolidated into the firm in question.
- Value of associate companies subtracted because it reflects the claim on assets consolidated into other firms.

Moreover, EV should include such special components as unfunded pension liabilities, employee stock option, environmental provisions, and abandonment provisions as they also reflect claims on the company's assets. Enterprise value is often part of establishing the positions of equity or share holders. Analysts can calculate enterprise value for share to look at the ratio of actual value that a share holder possesses. In theoretical calculations, an enterprise value can represent what it would cost to buy out all of the share holders. It is to be noted that EV can be negative in certain cases—for example, when there is more cash in the company than the value of the other components of EV.

It is to emphasize that Enterprise value can be used in conjunction with Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization, sometimes abbreviated EBITDA. This kind of value helps analysts and investors to get a thorough picture of the whole business in relation to its debts and liabilities.

Another similar term very often used in economics is WACC, or Weighted Average Cost of Capital. WACC represents the average rate a business would have to earn to satisfy its equity holders. [3]

All the above mentioned terminology expresses different phenomena business deals with almost every day. Buyers who want to purchase a controlling interest in a company use various measurements including EV, EBITDA, and WACC to assess the costs and merits of acquisition. Because Enterprise Value or EV is "capital structure-neutral," it can be a good tool for assessing the comparative benefits of several corporate acquisitions. Thus investors may want flexible tools like an overall EV to conduct business research "at a glance," and then gain a more detailed understanding through more thorough research.

To sum up, different methods and techniques are applied for clear and precise valuation of company, but it is to bear in mind that price of a company is dependent on the particular time of the valuation and the goals and motivations of particular buyers involved in purchase process. The clear understanding of different issues relating to valuation can provide business with flexible tools and help to conduct business researches in the field of Valuation Company.

References:

1. Korotkikh G.I. English for Students of Economics. - Kemerovo State University, 2002.
2. <http://www.intelis-ocenka.ru/services/business>
3. <http://www.investopedia.com/terms/e/enterprisevalue.asp>
4. <http://matbusiness.ru/osbl.htm>

THE MAIN INVESTMENT ATTRACTIVE SECTORS OF THE ECONOMY OF SIBERIA

Fakushina A. M., student; Badanina A. A., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: Anna_badanina_@mail.ru

Science leaders: Andreeva O. V. sr. lecturer, Dankov A. G., sr. lecturer.

Building materials industry

The building materials industry of Tomsk Oblast specializes on manufacture of building brick, pre-cast concrete structures and products, heat insulating materials, extraction of nonmetallic building materials (sand, clay, sand-gravel aggregate).

Tomsk Oblast Administration has preliminary coordinated a number of projects on complex building development of the territory before 2015 with the total area of 4,5 million m².

11,5 billion rubles	Construction of a building materials complex with cement production Project initiator – LLC “Tomsk Mining Company”. Location – Sukhorechye settlement (Tomsk Oblast). Terms of implementation 2009-2012
1 billion rubles	Construction of a factory on manufacture of facing brick and porcelain Project initiator – JSC “Financial-Building Company” Gas Chemstroy Invest” JSC “Kopylovo Ceramic Factory MPO”. Capacity – 85 million pieces of conditional brick per year. Terms of implementation 2007-2009
0,18 billion rubles	Construction of a precast concrete factory Project initiator – JSC “Tomsk House-Building Company”. Capacity – 200 thousand cub.m. per year. Terms of implementation 2008
0,18 billion rubles	Construction of a ceramic brick factory Project initiator – JSC “Tomlesstroy”. Capacity – 40 million of cond. brick per year. Terms of implementation 2008-2009

Timber processing complex of Tomsk Oblast

The timber processing complex of Oblast specializes on production of round timber, lumber, railway sleepers, woodworks-building products, chipboards, furniture, matches, and pencils.

38 billion rubles	Projects initiated by LLC “Henda-Sibir” with attraction of foreign capital: Creation of a timber processing cluster Development of capacities on logging and processing of wood Organization of production on complex processing of wood
6,5 - 7 billion rubles	Construction of a wood-processing combine: The project is initiated by LLC “Investment Timber Industry company”.
12 billion rubles	Project initiator – GK “Tomsk Plywood Combine” together with foreign partners
6,3 billion rubles	Construction of MDF combine: The project on production of medium-density fiberboards is initiated by LLC “LPK Partner-Tomsk”

Biotechnologies and synthesis of medicinal agents

The biotechnological sector of Tomsk Oblast includes a number of scientific research institutes, universities, pharmaceutical productions and innovative companies.

The main specialization of the branch: production of dietary supplements, immunological, pharmaceutical products, ferments, products for the agricultural sector.

The branch is included in the list of priority directions of the Tomsk SEZ.

Company “ArtLife”. Production of solid gelatinous capsules for application in the pharmaceutical industry. The first technological line with capacity of 680 million capsules per year is now operating.

“SibEx” (Russia, Tomsk) Solagran Ltd (Australia). Creation of a joint Russian-Australian enterprise on industrial production of polyphenols from coniferous trees. Polyphenols are used for preventive measures and treatment of a number of illnesses, including: anemia, diabetes, cancer and HIV-infection.

The capacity of the industrial line is 20 kg per month.

Agroindustrial complex

The agroindustrial complex of Tomsk Oblast specializes on beef cattle breeding and production of beef and dairy products.

Tomsk Oblast is in the top ten regions of the Russian Federation on implementation of the priority national project “Development of the Agroindustrial Complex”, showing steady increase in output of agricultural production in the last years.

The total amount of investments into the branch in 2006-2007 has made more than 5 billion rubles.

2,5 billion rubles	Projects of CJSC Agroholding “Tomsk milk”: Creation of 5 hi-tech dairy farms with design volume of 100 tons of milk per day, total livestock of the milk-herd is 6000 heads
1,9 billion rubles	Projects of CJSC “Siberian Agrarian Group”: Reconstruction and expansion of pork production Construction of a meat-packing plant Construction of a cattle farm
1,3 billion rubles	Project of a branch of the company “Unimilk” in Tomsk: Modernization and expansion of capacities on milk processing

Tomsk Region is special economic zone (SEZ) – a territory of state established maximum favorable conditions for development of science-intensive industries.

In 2005 as a result of a federal contest among applications to establish a special economic zone of technical innovation type (29 applications were considered) four regions won: St. Petersburg, Moscow (Zelenograd), Moscow Oblast (Dubna), Tomsk Oblast (Tomsk).

Tomsk Special Economic Zone of Technical Innovation Type (Tomsk SEZ) was established under the RF Government Resolution No.783 of December 21, 2005.

The main stages of the project realization are stipulated in the Agreement on Establishing a Special Economic Zone of Technical Innovation Type in Tomsk of January 18, 2006, concluded among the RF Government, Tomsk Oblast Administration and Tomsk City Administration.

Tomsk SEZ is located within the limits of Tomsk city and is composed of two territory sites: Northern and Southern. The Northern Site (14,6 hectares) is located in the northern part of Tomsk city and is adjacent to the territory of LLC Petrochemical Plant “Tomskneftekhim”, a large industrial unit with a great potential for development and implementation of high-technology industries, oriented on innovative technologies.

The Southern Site (192,4 hectares) is located in the eastern part of Tomsk city, near the territory of Tomsk Scientific Center of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences (TSC SB RAS).

Access to SEZ territory is provided by the internal transport network of Tomsk city (remoteness of the area from the city center is estimated at 20-25 minutes of drive). Operative airport is located 18 km away.

The priority areas of focus for research and development activity in the territory of Tomsk SEZ:

Nanotechnologies and new materials:

- development of functional and construction nanomaterials;
- metal nanopowders and submicron micropowders of inorganic compounds;
- nanofibras of inorganic compounds;
- development of nanobiotechnology;
- development of nanoengineering and nanosystem machinery, etc.

Biotechnologies and medicine:

- medical biotechnologies;
- production of diagnostics based on gene engineering;
- biologically active substances and drug substances;
- industrial biotechnologies;
- agricultural biotechnologies;
- development of medical devices, etc.
- Information and communication technologies and electronics:
- development and experimental production of firmware for organization of digital television;
- development of radio-technical systems;
- development of quantum electronics devices;
- development of power and high-current electronic devices;
- software development;
- development and application of software and hardware systems for the automation of technological processes, etc.

In accordance with the Clause 10 of the RF Federal Law No. 116 of July 22, 2005, regulating the SEZ functioning in Russia, "... research and development presupposed development and selling of research and development products, getting them to their industrial application, including production, testing and selling of pilot lots, as well as development of software, systems of collection, data processing and transmission, systems of distributive calculations; introduction and maintenance of these products and systems".

In the territory of Tomsk SEZ the following is not permitted:

1) development of mineral deposits, mining operations, excluding development of mineral water deposits, peloids and other natural medicinal resources, their recovery and metallurgical production in compliance with the Russian Classifier of Economic Activities;

2) processing of minerals, excluding industrial bottling of mineral waters, other uses of natural medicinal resources, and reprocessing of iron and nonferrous scrap;

3) production and processing of excisable goods (excluding automobiles and motorbikes).

Thus, the market of industrial materials Tomsk region occupies leading positions and thus is the best area for investment.

References:

1. http://investintomsk.com/en/tomsk/tomsk_sez/
2. <http://investintomsk.com/en/tomsk/branch/>
3. www.sibarea.ru/investment/
4. www.regionalistica.ru/
5. <http://tpp.tomsk.ru/region/invest>

IMPROVING COMMUNICATION – TIPS FOR MANAGERS

T. V. Fedoseenko, student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: fedta@yandex.ru

Scientific adviser: O. V. Andreyeva, senior teacher.

Many if not most of take effective communication for granted, but the truth is that often times, managers don't pay enough attention to improving communication within the organization, and improving their own communication. There's huge potential payoff for better communication, both for the bottom line, and for the mental sanity of everyone.

Research indicates that managers spend somewhere between 50% - 80% of their total time communicating in one way or the other. This isn't surprising, since communication is so critical to everything that goes on in an organization. Without effective communication there can be little or no performance management, innovation, understanding of clients, coordination of effort, and, without effective communication it is difficult to manage the expectations of those who are in a position to make decisions about your fate. [1]

It can also be said that many managers do not communicate well, and do not set an organizational climate where communication within the organization is managed effectively. This isn't surprising, since a manager who communicates ineffectively and does not encourage effective organizational communication is

unlikely to hear about it. Poor communication is self-sustaining, because it eliminates an important "feedback loop". Staff are loathe to "communicate" their concerns about communication because they do not perceive the manager as receptive. Both staff and management play out a little dance.

In short, you may be fostering poor communication, and never know it. You may see the symptoms, but unless you are looking carefully, you may not identify your own involvement in the problem. What can you do about it?

High percentage of conflict at work and at home is a result of ineffective use of language. The best part is that you can learn to alter your communication and language so that what you say is perceived as more cooperative, and less confrontational. [2]

Effective organizational communication, regardless of form, requires three things.

First, all players must have the appropriate skills and understanding to communicate well. Communication is not a simple process, and many people simply do not have the required depth of understanding of communication issues.

Second, effective organizational communication requires a climate or culture that supports effective communication. More specifically, this climate involves trust, openness, reinforcement of good communication practices, and shared responsibility for making communication effective.

Third, effective communication requires attention. It doesn't just happen, but develops as a result of an intentional effort on the part of management and staff. Too often, communication, whether it is good or bad, is taken for granted.

We can define your role in improving communication with respect to each of these. First, if you want to improve communication, you will need to ensure that you and staff have the skills and knowledge necessary to communicate effectively. This may mean formal training is in order, or it may mean that you coach staff and provide feedback so that they can improve.

Second, you play a critical role in fostering and nurturing a climate that is characterized by open communication. Without this climate, all the skills in the world will be wasted.

Finally, you must bring communication to the forefront of organization attention. If you make the effort to improve communication, your staff will recognize that it is important. If you ignore it, so will staff. [3]

Some Specific Tips:

1) Actively solicit feedback about your own communication, and communication within the organization. Ask staff questions like:

When we talk, are you generally clear about what I am saying?

Do you think we communicate well around here?

Have you got any ideas about how we could communicate better?

Consider including these questions (or similar ones) in your performance management process, or staff meetings.

2) Assess your own communication knowledge and understanding

3) Working with your staff, define how you should communicate in the organization. Develop consensus regarding:

a) How disagreements should be handled.

b) How horizontal communication should work (staff to staff).

c) How vertical communication should work (manager to staff, staff to manager).

d) What information should be available and when.

Once consensus is reached, support the achievement of these goals through positive reinforcement and coaching.

4) Look at the impact of the structure of your organization and how it impacts on communication. Indirect communication (communication that is transferred from person to person) is notorious for causing problems. Look at increasing direct communication where the person with the message to send does it directly with the receiver.

5) Learn about, and use active listening techniques. This will set a tone and contribute to a positive communication climate. If you don't know what active listening is, find out. It's important.

6) Consider undertaking a communications audit. [1]

The Good News Is...

...that people aren't born with superior communication and conflict management skills. They learn them! That's good news because no matter how good you are now, you can learn to be a better communicator and conflict resolver tomorrow.

The Even Better News Is...

...that you can develop your skills in these critical areas quickly, a little bit at a time. In fact, it's better to learn in small chunks than to sit and read a book from cover to cover, or even attend a training seminar. You focus, you apply the learning.

We all have unnecessary conflicts in our lives that tend to turn harmful to us and those around us. You can learn to reduce unnecessary conflict from occurring. Why always manage conflict, when we can actually prevent it from happening in the first place.

Start modifying the language you use today. By changing your words and how you communicate you will change how much conflict you create. [3]

References:

1. Robert Bacal. The Complete Idiot's Guide To Dealing With Difficult Employees. – 2009.
2. David E. Vance. Decision Making. – 2007.
3. Stephen P. Lowe. Conflict, Communication and Relationship Building. – 2005.

THE PROBLEM OF POVERTY IN RUSSIA

Garmaeva A. A., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: Ale4kaG@yandex.ru

Scientific advisors: Ryzhkova M. V., Matalasova E. Y., Senior Lecturer

It is well-known that nowadays poverty is a burning issue not only for Russia but all over the world. That is why it is very important to define what this social – economic phenomenon is. The objective of the article is the characteristic of poverty as social and economic phenomenon as well as consideration and analysis of the problem in Russian economy.

For attaining the objective it is necessary to achieve the following goals:

- to define what poverty is, to consider methodology of its measurement;
- to reveal the poverty reasons in Russia, its consequences;
- to define methods of struggle against it.

Poverty is a condition of having insufficient resources or income. In its most extreme form, poverty is a lack of basic human needs, such as adequate and nutritious food, clothing, housing, clean water, and health services. [1]

In a world science and practice 3 principal views of poverty are distinguished: absolute (poor in terms of incomes and expenses), relative (deprivations), subjective (on the basis of self-estimation of respondents).

Absolute poverty is calculated on the basis of comparison of incomes per capita and living wage (at the absolute concept) or incomes per capita and a relative line of poverty. Russian sociologists L.A. Beljaeva and L.A. Gordon define absolute poverty as a condition, when incomes of family or the whole group of population do not provide the consumption corresponding to the established minimum standards accepted in society (as officially and in mass consciousness as well).

Relative poverty is estimated through consumer characteristics of a family and understood as family's lack of durable goods, consumer goods and services considered as established in society standards of consumption.

Subjective poverty is estimated on the basis of population own estimations of their financial position, possibilities to make ends meet, pay for accommodation, medicines, education, etc. [2]

Except the above-named kinds of poverty, primary and secondary poverty are also distinguished. Primary poverty exists in those families which at the most reasonable use of available means and forces, not wasting, still remain behind low-income poverty threshold. Secondary poverty characterizes such families where the basic needs are not met because of unreasonable waste of means.

Experts suggest distinguishing two forms of poverty: steady and floating. The first is connected with that poverty, as a rule, gives rise to poverty. Low level of material security leads to deterioration of health, loss of qualification, and eventually to degradation. Poor parents reproduce potentially poor children; it is defined by their health, education, qualification. The latter, more rare, is connected with that poor, making efforts, jump out from a vicious circle and, adapting to new conditions, defend their right to better life. [3]

L.A. Beljaeva and L.A. Gordon differentiate two kinds of poverty - social and economic. They suggest to distinguish among poverty of "weak", disabled (social poverty) and poverty of "strong", which is a characteristic of the workers who are quite capable to provide the "normal" living standards for themselves

and their families, but experiencing the situation which is not allowing them to do it (it is industrial - labor or economic poverty). [2]

The main task in quantitative measurement of poverty consists in revealing those families which are poor, that is having the income below the poverty line (the poverty line is level income per capita which officially qualifies a family as poor depending on age and number of its members).

The most known ways of measurement of an inequality in distribution of incomes are the following: Lorenz's curve, decile coefficient, Gini coefficient.

Lorenz curve. If to divide all population of the country into 5 parts, i.e. on 20 %, and cumulative income of a society also on 20 % it is possible to see, that the line which is starting with axes of co-ordinates (bisector) gives us representation about equal distribution of incomes.

Decile coefficient. All population is broken into 10 groups on 10 %, and income of 10 % of the highest group is compared to the income of 10 % of the population from the lowest group. So, for example, in Sweden if to take incomes of the lowest of 10 % and the highest of 10 % of groups of the population before a deduction of taxes and reception of transfers, the parity will be 1:100 and if to take parities of disposable incomes, the parity is 1:4.

Gini coefficient. It is commonly used as a measure of inequality of [income](#) or [wealth](#). It is closely connected with Lorenz curve. It can be calculated as the relation of the area of the figure which is between a line of absolute equality and Lorenz curve, to the area of triangle OFE, which is formed between lines of absolute equality and an absolute inequality. [4]

It is well-known that prospering state cannot exist with poor population. The poverty is a brake in development of economy and threat of national safety, national shame of Russia. [5]

One of the approaches to studying the reasons of poverty, according to experts of the World Bank, consists in consideration of those aspects which low-income groups specify:

Lack of income and resources to meet the basic needs in food, accommodation, clothes and reasonable level of public health services and education;

Felling on of being deprived of rights and lack of possibility to defend the interests in state and public institutions;

Vulnerability in the face of disasters and inability to overcome their consequences. [6]

As for Russia the principal poverty reason is deep economic recession. It is possible also to name inefficient employment, low efficiency of economy management.

And what is the specificity of Russian poverty? According to V.Bobkov, director of "Russian Centre of Living Standards", the feature of Russian poverty is its « population capable to work». In other words, relative density of the working poor is unprecedentedly high. [7]

Poverty is the factor of social tension. First of all it bears dehumanizing effect, causing people daily sufferings from hunger and forcing them constantly to worry of purpose achievement in the simplest aspirations. Poverty promotes exasperation of people, not only pushing some of them to violence, but also poisoning human relations. Struggling against unfair, in their opinions, distribution of income, the poor are inclined to commit crimes and to violent methods of political strike.

Struggle against poverty is an integral component of the general social and economic policy of any state.

According to the World Bank, struggle against poverty demands creation of possibilities, expansion of rights and increase of level of material safety by activities at local, national and global levels. [6]

The major priorities of struggle against poverty in Russia are:

Creation of conditions for self-provision of normal standard of well-being of all families with adults able to work on labor basis;

Formation of system of effective support of vulnerable groups of population (aged, disabled, families with dependants, families in extreme situations) and guarantees of non discriminative access to free resources.

Other scientists consider redistribution of income as the most efficient way of economic development and raising living standards.

So, it is possible to draw the following conclusions:

The concept of poverty is treated differently: as low level of income and expenses, and as impossibility of maintenance desirable living standards, and as certain feeling in society. World science and practice distinguishes three principal views of poverty: absolute, relative and subjective. Except them primary and secondary poverty, steady and floating, and also social and economic poverty exist. The ways of measuring inequality in income distribution are considered: Lorenz curve, decile coefficient, Gini coefficient.

The following reasons of poverty are pointed out: lack of income and resources, falling on of being deprived of rights, vulnerability in the face of disasters. Principal cause of poverty in our country is deepening economic recession and, as a result, inefficient employment, low efficiency of economy management.

In order to stop the growth of poverty it is necessary to monitor social consequences of all reforms, simultaneously creating conditions for an independent way out of poverty of population capable to work on a labor basis. The role of trade unions and state in provision of labor rights of workers should be enhanced. Perfection of crediting of domestic producers, perfection of systems of unemployment benefits and other measures are necessary. Also it is necessary to involve business in solving such problems as well as organizations of civil society. Thus, the problem of poverty can be solved but it is necessary to struggle not against poverty in the country, but with poverty of the country.

References:

1. Bobkov V. Russian poverty: measurement and ways of struggle against poverty// Society and Economics/ - 2005/ -№3. – p. 19-37
2. Kravchenko A. I. – Sociology for economists – The manual/ A. I. Kravchenko – M.: UNITI-DANA, 2000 – 336 p.
3. Dobrenkov V. I. Sociology – the manual/ V. I. Dobrenkov, A. I. Kravchenko – MSU by Lomonosov. – M: Infra – M, 2007. – 624 p.
4. The economic theory – the textbook – the 5th added and advanced edition – Kirov: “ASA”, 2003 -832 p.
5. Nekhoroshev Y. S. Economical safety of Russia on borders of the ages/ Y. S. Nekhoroshev; TPU. – Tomsk: TPU, 2005. – 164 p.
6. The report about world development 2000/2001 – coming on poverty. – M.: All world, 2001. – 362 p.
7. Bobkov V. Real poverty in Russia is more, than it is accepted to consider// the man and labour. – 2007. - №5. – p. 4-11.

SOCIAL AND ECONOMIC INNOVATIONS

Gavrilova E. S.

Tomsk Polytechnic University

E-mail: katerina757@mail.ru

Scientific adviser: Andreeva O. V., Senior lecture

Russia for the present takes a modest place among the countries with the developed innovative economy like Finland, Sweden, Singapore, etc. By estimations of the World bank does not enter into the twenty of leaders where such countries, as the USA appear, in Russia lives at least 1 million the person, possessing necessary qualification for scientific work, but occupied thus in perfect other spheres of economy. Experts estimate all world market of innovations approximately in 1 bln. \$, the share of Russia makes less than 1 % from this volume. Last year our country has put to innovative production for the 3,9 billion sum \$ whereas the USA - on 690 billion \$, Japan - on 680 billion \$, China - on 138 bln. dollars As a whole a share of high technology production in a total internal product of Russia is estimated only in 0,3 % (in the USA - 20 %, in China - 30 %), and the most part - over 67 % - gives raw sector. At Japan, for example, the raw materials share in export makes 1 %, at China of 4 %, at the USA - 8 %, at India - 11 %. Interest and an urgency, to consideration of the given problem, is caused by the factors listed above. We will designate a problem: why such great power which possesses huge scientific potential, occupies in the market of innovative services, so insignificant place.[1]

Last year the volume of investments into high technologies in Russia, at the general world volume approximately in 1700 billion \$, has not exceeded 1 billion \$ whereas in China, for example, only internal investments have reached a point in 20 bln. dollars And, for last five years most of all money has been enclosed in telecommunication technologies, considerable means - 27 % from total amount have arrived in a manufacturing industry, 9 % - in pharmaceuticals, and here for perfection of technologies in industrial production has been spent only 2 % though without updating of industrial base we will not manage to offer in the world market competitive products. If the next two-three years Russia does not make necessary steps to enter into number of the countries with innovative economy, she should forget about existence of such possibility for ever. The given point of view was stated by the director of department of strategy of construction of an information society of the Ministry of an information technology and communication of the Russian

Federation. For purpose achievement on occurrence of Russia in number of the countries with innovative economy it is necessary for state to interfere with this process as it is pure the market mechanisms arising in Russia, are not so capable to eliminate those "excesses" which have collected in the Russian economy from a Soviet period. And representatives of business and the power as the main problems of transition during «an era of innovations» name not so much lack of money (it appears, wishing to invest in the high technology industry at us though take away), how many absence of the favorable legal and tax environment for its development. The state for last five years, is declarative having headed for construction of innovative economy, in a reality for the present has not made almost anything. In this time it was possible to accept only the basic statutory acts regulating the relations of participants of innovative activity. This sort of laws in the West exist many years, at us the question with the property rights to products of intellectual activity till now is not clear. There is no necessary normal legal and tax environment for the innovative companies. Now in the world market of innovations repartition of spheres of influence is planned. The next two-three years at least 3-5 % of its volume will divide among themselves the countries which are not entering now in number of leaders. Russia has a chance to come nearer to innovative leaders. And for this purpose our country possesses variety of resources - first of all, it is personnel potential, scientific and technical and educational base. Among the main things of "illnesses of growth» Russian innovative market - absence of the qualified experts in marketing capable, first, to introduce of them in a domestic production, and secondly - to provide sale of achievements of our scientists abroad. Russia continues to remain the country - the developer of many high technologies and, despite existing difficulties, keeps serious potential for manufacture of competitive production in variety of branches. As it is known, in the Russian oboronno-industrial complex, telecommunication and information sectors, in the field of biotechnologies and gene engineering the considerable scientific and technical potential has remained and develops. Performance of space programs, creation of high-precision arms, wide application of microelectronics in control systems, communications, achievements in nanotechnologies, etc. – It tells all about presence of the serious scientific achievements, enough developed scientific and technical and industrial-technological base, allowing to create with use of high technologies the high technology difficult production, best-selling as in our country, and abroad. [2]

By consideration of variants of the further development of domestic economy recently the obvious priority is given to innovative industries which should provide increase of competitiveness of our state.

The operational experience with foreign clients and partners shows that there is a wide spectrum of areas of possible demand for the Russian technologies and export of finished goods to the most different countries of the world. It is possible to result many examples of effective import demand for the Russian industrial output from such countries as Vietnam, India, China, Thailand, Cyprus and many other things.

In the performance I would like to concern also perspective directions of activity of the International congress of industrialists and the businessmen in particular developed by the congress of offers on advancement of innovative Russian workings out - scientific products, technologies, a hi-tech industrial output on the foreign markets - first of all the countries of Asia, Africa, Latin America.[3]

Thus, carrying out of the all-round analysis of the Russian commodity market and services, the market of the CIS countries and inventory of all enterprises of hi-tech sector should be the first step for the decision of this problem.

So, even a superficial estimation of the modern market of difficult home appliances (the radio-electronic equipment, computers, receivers and TVs, the electrical appliances,(refrigerators, washing machines etc.) says that it in Russia is actively mastered by China, Turkey, the countries of Southeast Asia. The market of automobile, aviation, ship-building production shares between domestic and foreign manufacturers. The market of the equipment for thermal power station is subjectively aimed at foreign suppliers though at the purposeful state industrial policy there are many possibilities and for home producers. The market of services of a mobile communication is almost completely mastered by the foreign companies. And so on. [4]

The analysis of these markets will allow to reveal actual perspective competitive directions of development of highly technological sector of the domestic industry, including on the basis of the defensive enterprises deduced from ОПК, with their scientific and technical, personnel, technological, industrial and marketing potential. For home producers following directions can be priority: the automated monitoring systems of the electric power, means and system of energy and heat supply, radio-electronic monitoring systems and monitoring for gas and the oil-extracting and transporting enterprises, small aircraft, the equipment for operators of a mobile communication, the software, medicine, biotechnology, bioengineering etc.

Among demanded production there are also such Russian goods and technologies as laser systems of industrial and medical appointment, lorries, installations for clearing of industrial drains, bulk-oil terminals, railway building and arrangement, household systems of solar power, elevating cranes on the automobile chassis, land communication stations with use of a space segment of the Russian companions, additives to

the concrete, raising its quality and reducing the expense of cement, service on space shooting of territory, automobile tyres, systems of trolleybus transport, installation on clearing of potable water and many other things. There is a set of potential projects both direct export, and more flexible forms of industrial-financially-trading cooperation allowing the Russian enterprises to use advantage of foreign economic relations and successfully to solve the problems of employment, increase in the salary, the decision of social problems of the collectives.

Owing to the above-named reasons, realisation of some the specialised actions of the information, advertising and organizational plan developed within the limits of МКПП with which help the Russian enterprises could join actively in process of restoration and strengthening of the export potential, expansion favourable foreign trade and foreign economic relations can become the actual and necessary first step in the specified direction.

The complex of information services includes almost all kinds of service on preparation and exit realisation on foreign markets - granting of the information on inquiries and offers on the separate goods from every corner of the globe, monitoring of the world prices on separate positions, their national and regional features given about import tariffs in the separate countries, data on carriers and level of charter rates, insurance of cargoes, crediting of export-import transactions and many other things. With that end in view creation, maintenance, updating and distribution of databases of current import inquiries Russian and foreign firms on purchase (leasing) of cars, the equipment, technologies, raw materials, the goods, services and also databases on export offers on the above-stated spectrum, in particular, is supposed. The information will have authentic character, to arrive to interested clients on a regular basis and operatively (daily, weekly).

Here services in working out of on-line representation in English separate kinds of competitive production of the Russian enterprises, the organisation of preparation and release of printing materials - catalogues, brochures and so forth will enter.

Organizational services include carrying out of profound marketing researches, preparation and registration under the international standards of business plans of investment and other projects. The organisation of conferences, symposiums, seminars for the Russian enterprises on technical, technological, общеэкономическим, to currency-financial, tax, customs, legal and other aspects credit-investment and foreign trade activities here enters. Services can include also the organisation of exhibitions, fairs of investment projects in territory of the Russian Federation and abroad, maintenance of participation in them of the Russian enterprises, and also rendering of services in their participation in profile exhibition actions in Russia and abroad, spent other organizers. Training, the organisation of retraining of the Russian experts in foreign trade activities sphere can be carried out also, to be rendered other services.

As host countries and prime commodity markets as a rule, get out first of all the states which do not have own workings out of the offered profile, at the same time having a consumer demand for them and having necessary financial possibilities and industrial potential for creation and service of made production (assemblage from delivered Russian accessories, etc.) - Argentina, Brazil, the republic of South Africa, the United Arab Emirates, Egypt, Greece, Iran, India, China, Thailand, etc. Similar projects it is supposed to carry out manufacture of separate knots, repair, enjoying advantages of the national legislation of the countries of reception, concerning local firms, in some cases with use taxless, preferential customs and others preferential territories of free business - «zones franco» (Suez, Resife, Cordoba, Rosario, Dzhabel-Ali, etc.) that essentially are raised by competitiveness of end production.

Within the limits of the decision of the designated problems carrying out of some other concrete actions for perfection of advancement of competitive production of home producers on the foreign markets is offered.

References:

1. Исмаилов Т. А., Гамидов Г. С. Инновационная экономика - стратегическое направление развития России в XXI веке. // *Инновации*, №1, 2008 г.
2. Иванова Н. И. Инновационная экономика России в глобальном контексте. // *Передовые Технологии России*, 2009 г.
3. Лукьянов Ф. Путин-2: Неевропейская Россия. // "Россия в глобальной политике", 2008 г.
4. Фомичев Ю. Интеллектуальная собственность: правовая защита, управление, коммерциализация. // *Человек и Труд*, №3, 2009 г.

CORPORATE SECTOR AND THE STATE IN THE STRATEGY OF GLOBAL COMPETITIVENESS OF THE NATIONAL ECONOMY

Golovkina E. P., student

Tomsk Polytechnic University

knopka418@sibmail.com

Scientific advisors: Ermushko J. A., The Senior Lecturer, Matalasova E. Y., Senior Lecturer

In spite of noticeable economy growth of the last eight - ten years, low competitiveness remains one of the most serious problems of Russian economy. According to the data of the World economic forum, in 2009 Russia was on the 58th place in the world (from 131) by the level of competitiveness. In this respect our country lagged behind Turkey (53d place), India (48th) and China (34th)

Global competitiveness is associated first of all with the activities of large, as a rule, transnational corporations. In Russia even leading domestic companies, despite their visible growth of last years, still considerably fall behind western corporations both in terms of turnover and capitalization.

Low competitiveness of Russia is caused first of all by lag in the level and rates of growth of labour productivity, as the concentration of productive and investment activity is observed in sectors with the medium and low technological setup, using comparatively low-skilled labour force.

In addition, sectoral belongings of companies in developing countries are more diversified. Russian companies are mainly represented by oil, gas and metallurgical sectors (10 and 7 companies respectively).

Russian companies are still poorly presented in the lists of multinational corporations of developing countries. For example, the largest Russian multinational corporation "Lukoil" with the volume of foreign assets about 8 billion dollars occupied only the 7th place, lagging behind Malaysian state petroleum company Petronas (26 billion dollars of foreign assets) by several times.

Interestingly to compare the Russian leading oil and gas companies with the largest petroleum multinational corporations by the rate of oil and gas production outside national borders that is the characteristic of transnationalization.

Foreign expansion of Russian petroleum corporations within the framework of upstream strategy is conditioned by traditional, already existing for many years, connections with countries of the CIS and some other developing countries. Downstream strategy, related to entering the markets of developed countries, are still being badly realized. Only "Lukoil" has intention to purchase foreign oil-processing enterprises in Italy.

Out of four types of strategy for foreign expansion in extractive industries - natural resources seeking, efficiency seeking, strategic asset seeking, market seeking, Russian companies prefer the last one that provide long-term demand for products. Kuwait and Saudi Arabia are following the same strategy. The strategy of asset seeking is adhered to by new multinational corporations from developing countries, seeking maximally quick growth of their assets.

Unlike developed and some developing countries Russia suffers not only from the absence of effective large companies of world level, but more from absence of growing, promising companies in new hi-tech industries. According to the international classification of "technological effectiveness" of industries (index of correlation of research and development to relatively net output)

In the conception of development of Russian economy till 2020 (section "Co-operation of the state and business") it is stated that the role of the state must be limited to creating favourable conditions for business and reducing administrative barriers. It is suggested to eliminate surplus regulation and gradually reduce state participation in property management. Thus, the role of government is uniquely reduced to the role of bystander.

Really, in many developed countries state initiatives in the sphere of industrial policy usually carry inter-branch character and are directed to the solving of the common problems for companies of different groups of industries of in the light of increase of their competitiveness.

The necessity of state support to new industries or firms at the global market is conditioned by the companies, already operating at the market, possess substantial advantages in costs. A size of a company is a typical source of higher efficiency. Single costs go down the quicker, the longer a company is in the market and the greater production experience it possesses (learning - by - doing). In these terms public investments or subsidies to the new players (newcomers) can cover the primary losses of their entering the market and stimulate mass production in the period of primary accumulation of new knowledge.

State interference can be also conditioned by ineffective fund market and imperfection of market information. If there was the developed fund market and companies could exactly count future incomes on the basis of present information, then state interference would not be needed.

Finally, an effect from state support is felt not only by a firm but also other companies in a cluster where firms constantly co-operate (externality effect) in, as large industrial companies are basis of forming of clusters.

In a number of oil-extracting countries, especially in the Middle East, some state companies directly or indirectly get financial resources from the state for investing in foreign companies.

Meanwhile, in such countries of "the compressed economic development" as South Korea, Taiwan, Malaysia and others, the process of establishing large companies took place at a direct participation and support of the state. It appears that for realization of technological breakthrough Russia will have to use the elements of such a model of development. The quickest completion of process of establishing of large corporations is a priority in science intensive spheres - aviation, defense, motor industry, shipbuilding, nuclear-power engineering. The state can take a decisive role as the main shareholder.

References:

1. Kondratiev V. "The corporate sector and the state". // World Economy and International Relations. - 2009. - № 3. - S. 24.
2. Kudrov V. "The Russian economy: the nature and visibility". // World Economy and International Relations. - 2009. - № 2. - S. 39.
3. Kudrov V. "The Russian economy: the permanence of the outstanding problems". // Society and Economy. - 2009. - № 2. - S. 118.

CREATING A CLIMATE FOR INNOVATION

Gustap N. N., Gusarova N. S.

Tomsk Polytechnic University

E-mail: parishanka89@mail.ru

Scientific adviser: Andreeva O. V., Senior lecture

An enterprise, whether a business or any other institution, that does not innovate will not survive long. And management that does not learn to innovate and foster creativity will not last long. Business and every other organization today have to be designed for change as the norm and must create change rather than react to it.

Innovation is the means by which the entrepreneur creates new wealth-producing resources. It also enables existing resources to have enhanced potential for creating wealth. Innovation is the effort to create purposeful, focused change in an enterprise's economic or social potential.

Some innovations come in a flash of genius, but most result from a conscious and purposeful search for innovation opportunities.

Above all, innovation is work rather than genius. It requires knowledge, ingenuity and focus. Without diligence, persistence and commitment, all the talent, ingenuity and knowledge are to no avail. In order to innovate, there must be a fertile atmosphere of creativity. Unleashing creativity requires more than brainstorming sessions. It is more than problem solving. People have ideas all the time. The real question is, "Which ideas are you going to use?"

Few workplaces actually encourage creativity. Management inadvertently stifles it with procedures and the status quo necessary for stability and performance. Individuals stifle it internally through their own voice of judgment.

Negativity, judgment and fear are the enemies of creativity. To the extent these exist in the work environment, there can be little creativity.

In business, it isn't enough for an idea to be original; it must also be applicable to creating greater economic growth. It must improve a product or service in some way. Ideas can come from anybody, anytime, and anywhere within the organization [2]. Managers and leaders can do that creativity in the work group will enhance.

People will be most creative when they feel motivated by the work itself. When people are engaged because of their own natural interest and satisfaction in their work, they will be challenged to be creative through their own intrinsic motivation. External pressures or rewards are never as effective as internal moti-

vation. In order to tap into that resource, people must be matched to jobs that tap into underlying values that motivate and excite them.

In addition to intrinsic motivation, two other components are necessary within an individual for creative resourcefulness.

1. Expertise: a person must have the necessary technical, procedural and intellectual knowledge.
2. Creative-thinking skills: a person must be able to use their thinking in flexible and imaginative ways.

Trying to develop someone's expertise and creative-thinking skills can be time-consuming. It is far easier to enhance and tap into someone's internal motivation.

There are six managerial practices that enhance creativity. [1]

1. Challenge: Matching the right person with the right job in order to play into their expertise and creative thinking skills. This can ignite the intrinsic motivation that is the key to unleashing creative potential.

Making a good match requires the manager to have access to important information about employees and their preferences. This may mean using information available through assessments, requires good listening and observing. People express what interests them and excites them all the time.

2. Freedom: Intrinsic motivation and ownership is enhanced when people are free to approach their work the way they choose. They may not choose the mountain, but at least let them decide how they will climb it.

Managers tend to mismanage freedom by changing goals frequently or failing to define them clearly. Worse, they grant freedom in name only, declaring employees to be "empowered" and then they delineate the process to be followed and give penalties for divergence.

3. Resources: Time and money can either support or kill creativity. Some time pressures can heighten creativity. Organizations routinely kill creativity with fake deadlines or impossibly tight ones. This creates distrust, or burnout. Creativity takes time.

Project resources that are too limited can push people to use their creativity to finding additional resources, rather than actually developing new products or services.

4. Work-Group Features: Managers must create teams with a diversity of perspectives and backgrounds. When people come together with diverse intellectual foundations and approaches to work, ideas often combine in exciting and useful ways.

Managers often make the mistake of putting similar people together. This may seem desirable because the people see eye to eye and get along, thus making decisions quicker. Their very homogeneity, however, does little to enhance expertise and creative thinking.

5. Supervisory Encouragement: Managers neglect to praise creative successes and unsuccessful efforts and thereby inadvertently contribute to stifle creativity. To sustain passion, people need to feel their work matters and is important. A certain tolerance is required for mistakes and failures so that they can be used creatively.

Managers often look for reasons not to use a new idea. Research shows that an interesting psychological dynamic underlies this phenomenon. People believe that their bosses will perceive them as smarter if they demonstrate critical, analytical thinking. [3]

This creates a negativity bias that has severe consequences for the creative process. Such a culture of evaluation leads people to focus on external rewards and punishments instead of on being creative. It creates a climate of fear that undermines intrinsic motivation.

6. Organizational Support: Creativity is truly enhanced when the entire organization supports it. This is the job of the leaders of the organization who must put into place appropriate systems and procedures that emphasize that creative efforts are a top priority.

Leaders can support creativity by ensuring that information sharing and collaboration is the norm. Political problems and gossip take people's attention away from work. That sense of mutual purpose and excitement that is so central to tapping into the power of intrinsic motivation must be encouraged and supported. It can be killed by cliques and political factions.

There are five qualities of creativity:

1. intuition
2. will
3. joy
4. strength
5. compassion

The paradox of success is that when things are going well there's no need to change. Innovation needs to begin before a need is felt. Customer or client complaints when viewed objectively and not defensively can point to areas where change is needed. [1]

Cognitive psychologists have shown that the biggest hurdle to solving problems often isn't ignorance, it's access to the right information at the right time. Information sharing within big organizations is not easy due to geographic distances, political squabbles, internal competition and bad incentive systems that hinder the spread of ideas.

In innovation there is talent, there is ingenuity, and there is knowledge. But in the end, innovation requires hard, focused and purposeful work. If diligence, persistence and commitment are lacking, then no amount of talent, ingenuity, or knowledge will produce results [3]

References:

1. Hargadon, Andrew and Robert I. Sutton. "Building an Innovation Factory", Harvard Business Review, May-June 2006
2. Robert I. Sutton "Why innovation happens when happy people fight", Ivey business journal, 2002
3. <http://www.innov.etu.ru>

THE NEED OF INNOVATION IN OIL AND GAS INDUSTRY

Isaev A., student; Sidorov A., a student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: 1_love_you@sibmail.com

Supervisor: Averkieva L. G., Senior Lecturer

Modern oil and gas sector economy of our country, faces many obstacles which were characterized of the period of formation the USSR. The world economic crisis, oil prices ups and downs, announced state desire for increasing the innovative activity. Even during the Soviet period, when oil reserves were rich scientists thought about the problem of enhanced oil recovery which is relevant today.

In 2008 oil production began to decrease. There was reduced production and the problem of the innovative development became more.

On 15 May 2009 The Russian president Dmitry Medvedev held a meeting on the modernization and technological development of economy. The head of state admitted that the situation with the adoption of innovations in industry is still unsatisfied. The reasons of this situation are the inefficient organization of labor, outdated material technical base and extremely low level of investment in scientific development.

In January 2010, the Russian president Dmitry Medvedev announced a new development program on the first All-Russia Forum for Global Development. He said that he intended to rely on addressing the economic challenges in five areas - the five "Is": institutions, infrastructure, innovation, intellect and investment.

At present, the conditions of oil extraction are becoming more severe, and the quality of extracted raw materials are getting worse and worse. Over 70% of the oil companies are hardly profitable. If ten years ago, the share of oil resource involved in development with rate of blow of 25 tons / day was 55%, now this amount decreased to 10 tons day. They forecast deterioration explored reserves: the share of highly-yield reserves could be reduced to 30% in 2010. Over the past ten years the Russian innovation activity has not exceeded 10%, which is 5-7 times lower than in Western countries. The share of exported innovation products is 1,5% which is 10 times lower than on average in the world. The purchase of machinery and equipment takes 60,3% of the technological innovation cost. Meanwhile the share of own projects does not exceed 12%. According to these positions Russia is ahead of Portugal only among 13 European countries. In such circumstances the question of production development and innovation is acute.

The Rosneft public corporation is one of the Russian largest oil producers that seeks to incorporate the latest technology to develop production and increase profit actively. The Innovation management is used by number of systems:

- The new technology system ;
- The system of cooperation with research centers;
- The technological study system;
- The knowledge management system;
- The quality Management.

The key tasks are increasing of working efficiency and optimizing business processes. In 2009, by integrated reengineering the working efficiency in the KNPC was increased to 7%. It's due to the implementation of management quality system for the processes of scientific and project support.

The main target of the new technology system is constant adoption of new production decisions of increasing production volumes, increasing reserves, reducing costs, as well as hiring highly-qualified staff.

The Rosneft designed the program of scientific research (Technological challenge) with involving Russian and foreign specialists. The program was created due to increasing production activity in 2008. This fruitful collaboration was practiced in modeling, designing and monitoring processes of developing oil fields.

The project center KNTTS executed 14 projects of new technology implementation at the stage of field developing (in 2008 - 9 projects). Both parent company workers and a subsidiary company participated in the work of the project center. In 2009, implementation of projects, developing fields have been carried out, which was based on an integrated approach - building a unite model that takes into account all aspects of development (ledge, borehole cavity arrangement, economic calculations). 10 integrated projects on the major fields of the Company were carried out in 2009 (in 2008 - 5 projects). Creation of integrated projects had good results, which is confirmed by significant improvements of key economic indicators of developing fields. The company is implementing a Total Production Management System, TPMSYS™. This system enables the company to optimize the performance of any fields on the base of geophysical data and information about its construction, the current operating characteristics and used equipment. Program complex "RN-extracting" based on TPMSYS™ is installed at 900 workplaces. In 2009 the engineering support of complex geotechnical works were carried out more than in 370 fields. The total annual profit of the TPMSYS™ implementation is equal to extraction of 4.3 million tons of oil (11.8 tons per day).

The Rosneft income increased by 204.9 billion rub in 2009 in comparison with 2008 and reached to 1 271,6 billion rubles. This illustrates that technological implementation have brought a real economic benefit.

Summing up, we would like to note that in the modern, rapidly developing world with tough competition it is necessary to continually innovate in all sectors of production. Investments in research and development are of vital importance for large industrial enterprises such as oil and gas company. This will reduce costs, improve product quality, reduce the proportion of marriage. Thereby always remain competitive.

References:

1. Dynkin A. A. Introduction / Innovation processes in the energy complex: foreign experience and Russia's problems / IMEMO. - M., 2007.
2. Drilling and Oil / Tools and Equipment - 2009. - 6
3. Official site Rosneft // <http://www.rosneft.ru>
4. Website Innovation Center <http://www.innovation.tpu.ru/html/oil-gas-centre.htm>
5. The geography of investment - September-October 2008

THE METHOD OF SETTING PRICES BASED ON THE VALUE AND UTILITY OF GOODS

Ivanova V. M., a student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: valeria131@mail.ru

Research supervisor: Prokofijef Y. S., assistant professor; Language advisor: Chayka Y. A., assistant

There are many methods of pricing, but the most effective and earned the highest recognition among companies with different activities in different countries is the method of setting prices based on the value and utility of goods.

It happens very often that people face different price of the same cup of tea at different institutions: in a cafe is one price, the buffet is different and the third in a chic restaurant. What was the basis for marketers at setting a particular price? Obviously, the basis was the status of the institution, its design, the quality of service and in the end all these added a cup of tea an extra value.

This approach means that the manufacturer when setting a price should be focusing on the interaction of price and value of goods, which reflects the magnitude of its usefulness for a particular customer. It is obvious that there is no economic value, even of a single product, because each customer can use it for different purposes or is in need for it to different degrees.

The approach to pricing based on the value of goods implies the following stages:

Buyers > Value > Price > Cost > Goods

Moreover the goal of value-based pricing is not simply to satisfy customers, but also to set the price, bringing higher profits through a greater value of a product, rather than increasing sales volume.

In this case the value of a product in the eyes of a buyer should be higher than its price under any circumstances and it is not connected with the manufacturing costs. Thus, the task of the manufacturer in this case is to provide such a price / value of the goods, which would force consumers to purchase this product. [VE Esipov]

So, we can say that value pricing is the pricing in such a way that it can will allow a company to obtain greater profits by achieving a profitable correlation in the set "value / cost."

If we assume that price is the economic sacrifice that brings the buyer when purchasing a particular product, the perceived value of the product allows the user to draw a conclusion on the merits of this sacrifice. In other words, the user makes a purchase only if the value of the goods or services to him exceeds their price. In choosing from several options, the buyer prefers those with maximum over a price.

The value of goods is a subjective evaluation of a consumer. It depends on several factors, such as possible impression on a purchase, on a quality of after-sales service, on a brand image. Given all these factors, the consumer compares his assessment of the goods with a price set by a producer and compares it with similar reasoning for these products, manufactured by other firms. As a result of this comparison, the buyer makes the most appropriate decision. In consideration of this, we can formulate the following sequence of actions of a company in setting prices with using the method of perceived value:

- an area of possible usage of goods is defined;
- the main features of the goods to the consumer are revealed;
- identification of possible negative and positive impacts on the consumer in the use of the goods;
- the point of equilibrium between perceived value and potential cost of the buyer is set resulting

from the purchase and consumption of goods.

The most obvious example is the pricing of construction equipment in the company "Caterpillar". It can set the price for its tractor of 24 thousand dollars, while a similar competitor's tractor is only 20 thousand dollars. But in fact the sales of "Caterpillar" is higher than that of a competitor. When potential buyers ask their dealer, why they should pay for a Caterpillar tractor 4 thousand dollars more, he replies:

- 20 thousand dollars is the price for the tractor, which is simply the same as competitor's
- 3 thousand dollars is the premium surcharge for the increased durability of Caterpillar tractor
- 2 thousand dollars is the premium surcharge for its high reliability
- 2 thousand dollars is the premium surcharge for the high level of service
- 1 thousand dollars is the cost of a longer warranty on parts and assemblies
- 28 thousand dollars is the price of a set of values of indicators
- 4 thousand dollars is a discount
- 24 thousand dollars is the final price of the tractor

Surprised consumers discover that, despite the premium surcharge of 4 thousand dollars, which they have to pay, they actually get a discount of 4 thousand dollars! And the user selects the tractor_Caterpillar, as he is sure that the operating costs of this tractor during the entire period of its service will be lower in the long run.

Another example is the world famous furniture company IKEA. The company entered the Russian market, when the managers saw that in the market there was a fairly wide group of consumers able to pay for the purchase of furniture \$ 300 or more. Then the company studied the living conditions of consumers in Russia and found some items of furniture they are ready and willing to buy. As a result of this study a possible price of IKEA products was calculated for Russian buyers to be able to acquire at least a minimum set of furniture. On the basis of this price designers and manufacturers were given a task to determine which of the options available and being of interest for Russian buyers, they can produce, or deliver for sale in Russia with expenses lower than those limit prices to ensure the profitability of sales .

If you turn to history, the value-based approach was used by the automobile giant Ford to make a car "Ford Mustang. Iacocca Lee a Manager and, subsequently, a successful director of Ford in his book "Career manager wrote:" We found that there appeared a market, and there is a demand in it for a new type of a car ... We have set a goal to ensure that its (the new machine) retail price does not exceed 2500 dollars for equipping it with the complete set of details. Thus, before examining the preferences and the demand the price was calculated which the consumer was willing to pay for such a car. Than, designers and developers had to meet such a level of expenditures, at which the company would make profits.

"Initially, we assumed that during the first year it would be possible to sell 75 thousand cars, but soon the annual output of Mustang has reached 360 thousand In the first two years, Mustang has brought 1.1 billion dollars net profit. And it is in U.S. dollars of 1964! "

When used correctly, this method of pricing produces the result, which every firm should strive for: it's the maximum difference between the value of the goods to the buyer that he is prepared to pay, and the costs that the company needs for launching a product with such characteristics.

References:

1. Ф.Котлер «Основы маркетинга» – М.: Прогресс, 2004. – 380 с.
2. И.В. Липсиц «Ценообразование» - М.: Магистр, 2008. – 527 с.
3. В.Е.Есипов «Цены и ценообразование» - СПб.: Питер, 2009. – 480 с.
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketeeng.ru>
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inventech.ru>

NATURAL MONOPOLIES IN RUSSIA

Ivanova E. A., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: kate1990@sibmail.com

Scientific adviser: Kovalenko N. A., assistant

Creation of a competitive situation in the Russian markets was and will, probably, remain one of unresolved problems for a long time. Despite recognition the fact that the mechanism of a competition is the major factor promoting development of economy of Russia, its advancement on the world market and competition development go with great difficulties. Meanwhile the development of competitive relations is a guarantee of the fish economy normal functioning formation.

At the same time, in the economy of any country there are branches where the competition is impossible and inefficient by the objective reasons. Such situation exists under conditions of *natural monopoly*.

We will give some definitions of natural monopolies.

«*The natural monopolies* exist, when the scale effect is so great, that one firm can supply all the market, having more or less low production unit cost in comparison with other competitive firms ».

«*The natural monopoly* is the market when the manufacture increase doesn't cause the increase of the firm production marginal value.

The similar concept of natural monopoly is given in the legislation.

The Federal law «About natural monopolies» dated from 17, August, 1995 № 147-FZ the following concept of natural monopoly is given:

«*Natural monopoly* - a condition of the commodity market in which the satisfaction of demand in this market is more effective in the absence of a competition owing to technological features (in connection with essential fall of production unit costs while the increase of manufacture volume), and the goods made by subjects of natural monopoly, cannot be replaced in consumption by other goods; in this connection in the given commodity market the demand for the goods made by the subjects of natural monopolies in a less degree depends on the change of these goods price, than the demand for other kinds of goods».

Accordingly, *the subject of natural monopoly* is the managing subject (legal body) occupied with manufacture (realisation) of the goods under the conditions of natural monopoly.

As follows from the definitions given above, the scale effect presence is essentially important for the natural monopoly. It means, that manufacture in the conditions of natural monopoly possesses *the important technological feature: the increase of production volumes and manufacture scales causes the fall of costs on a commodity unit*. In connection with such structure of costs the competition of several manufacturers is less effective than the absence of competition and monopoly of one commodity producer. Therefore, despite the fact that the purpose of the legislation about competition is, first of all, the competition development, and the best satisfaction of interests of consumers and production efficiency growth will be a result of it, in certain fields of activity the given results will be received in the absence of a competition.

Taking into account the above given information we can make a conclusion that the most essential sign of natural monopoly is not always followed in the sphere of the natural monopolies defined by the Russian legislation. In this connection during the improvement of the Russian legislation concerning natural

monopolies it is reasonable to define as natural monopolies only those spheres of the market which really answer the basic signs of natural monopolies.

In the item 4 of the Federal law «About natural monopolies» fields of activity of subjects of natural monopolies are defined:

- Transportation of oil and mineral oil in the main pipelines;
- Gas transportation in pipelines;
- Electric and thermal energy transfer services;
- Railway transportation;
- Transport terminals, ports, and airports services;
- Electric and mail public service.

It is necessary to notice, that there are also other fields of activity in which signs of natural monopolies are inherent. In particular, it is possible refer the *services of water supply and sewerage system* to it. There are following methods of regulation of subjects activity in the spheres presented above.

1. One of the basic methods is price regulation.

Price regulation is carried out by an establishment of either the fixed price, or a limiting (maximum) price level (tariffs), or limiting factors of change of the prices (tariffs) for THE GOODS made by the subject of natural monopoly. The establishment of the fixed price or a marginal level of the prices (tariffs) stimulates subjects of natural monopoly to costs decrease and, accordingly, to production efficiency increase.

2. Other method of regulation of activity of the natural monopolies subjects, established by the Federal law «About natural monopolies», is identification of the consumers which are subject to obligatory service, and an establishment of a minimum level of their maintenance in case of impossibility of satisfaction in full requirements for the goods, made (realised) by the subject of natural monopoly, taking into account the necessity of protection of the rights and legitimate interests of citizens, maintenance safety of the state, wildlife management and cultural values.

The necessity of the given mechanism application by the bodies of regulation of natural monopolies can arise in cases when during the certain moment of time the natural monopoly capacity of goods manufacture becomes insufficient for the satisfaction of total demand of consumers. However, the real application of this method is at a loss because it is directly connected with a problem of non-discrimination access (using) of consumers to services of natural monopolies which is now not resolved satisfactorily practically in all spheres of natural monopoly.

And so, existing methods of regulation require the further perfection, and with the obligatory account of that they are applied only to the subjects working in spheres of natural monopolies, instead of the subjects working in spheres, adjoining to those, but not being naturally monopolistic.

Along with the above-stated methods of regulation of natural monopolies by the Federal law «About natural monopolies» special measures of natural monopolies subjects activity control are provided.

The bodies of regulation of natural monopolies carry out *the preliminary control of*:

1. Any transactions, as a result of which the natural monopolies subject get the property right to the fixed assets or the right of use the fixed assets;
2. Investments of the subject of natural monopoly into manufacture (realisation) of the goods;
3. Sale, tenancy or other transaction as a result of which the managing subject gets the property right or possession and using of a part of the fixed assets of the subject of natural monopoly.

The control over natural monopolies is especially necessary in connection with penetration of monopolistic situation on the markets which are not natural monopolies, but naturally adjoining to them. Unfortunately, considered control measures do not solve the mentioned problems completely.

Summing up all the above mentioned, it is necessary to note, that the natural monopoly is steady enough form of managing, and it will hardly become obsolete, while there are branches, the requirement of the population for which production is so great, and while there is a differentiation of a society. There are many disputes on the ways of regulation of natural monopolies, and it is clear, because, both consumers, and monopolists, and the commissions on regulation want to receive the maximum profit. However, it is not the unique reason of disagreements, after all the system of natural monopolies regulation is not perfect. Therefore, most likely, that methods of the state regulation of natural monopolies will be constantly improved, though it will hardly satisfy the all members, therefore, this question will be one of the core questions in the search plan, and interest of a society to it will never grow down.

Our economic policy always changes from an administrative arbitrariness of production management to elements of independence of economic cells. But in the first case there is the infringement of local interests, and in the second - inconsistency of work is found out. The ideal decision is not to decide who should be given the right to solve, but in maintenance of a due orientation of this activity, reached by more careful

economic and legal adjustment. The measures adequate to industrial base and economic relations are necessary.

References:

1. Golitsyn U.P. Participation of the state in the commercial activity. - The lawyer, 2009, - 381с.
2. The federal law «About natural monopolies» dated from August, 17, 1995 № 147-FZ.
3. The short economic dictionary.
4. www.works.tarefer.ru
5. www.ecsocman.edu.ru <<http://www.ecsocman.edu.ru>>

MODERN PROBLEMS OF RUSSIA'S JOINING THE WORLD TRADE ORGANIZATION

Karavaeva V. S,

Tomsk Polytechnic University

E-mail: vikysenok@sibmail.com

Scientific advisors: Matalasova E. Y., Senior Lecturer

At the modern stage of development a country cannot be a full-fledged participant of the international economic relations without membership in the World Trade Organization (WTO).

Modern economy integrates into world trade, the world market is developing and each country aspires to occupy the niche in the international economic relations. Today the economic potential of the country, degree of its economic development is defined more and more by position of this country in the world, well-being of citizens, mutual relations with other countries.

In 1993 Russia applied for joining to the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT).

The World Trade Organization (WTO) which is a successor to the General Agreement on Tariffs and Trade which has been operated since 1947, began its activity in January, 1st, 1995.

WTO member countries co-operate within the limits of not discrimination trading system where each country receives guarantees of the fair and consecutive relation to its export in the markets of other countries, committed to provide the same conditions for import on its domestic market. In performance of obligations by developing countries rather big flexibility and freedom of actions are provided.

Key rules and WTO principles are reflected in multilateral trading agreements which mention trade in the goods and services, and also trading aspects of intellectual property rights, the resolution of disputes and the mechanism of the review of commercial policy.

Negotiating process on Russia joining the WTO begun in 1995.

By the results of more than ten conducted researches on consequences of Russia joining the WTO, the factors which can lead to occurrence of the considerable and obvious negative consequences capable considerably affect a direction and rates of economy development as a whole are not revealed.

In June, 2009 Russia suspended the introduction into the World Trade Organization when it seemed, that all doors in the WTO had already been opened. However the Russian Federation declared, that it will make this last step only together with the partners of the Customs union - Belarus and Kazakhstan. How similar steps can technically be carried out, neither in the Customs Union, nor in the WTO know: experts in Russia, and abroad consider a case unprecedented.

There are many legal, technical moments upon which Russia together with Kazakhstan and Belarus paused, for specification of all ambiguities which exist, and for verification of negotiations results which were spent at bilateral level by the countries before decision-making on the joint introduction. Each country paused negotiations at different stages and different conditions were discussed. So, Russia practically has completely finished tariff negotiations in the WTO. Kazakhstan has not finished negotiations on tariffs yet, but it has finished negotiations with 22 countries, Belarus - approximately with 10. As for the system obligations Russia has practically finished negotiations on the report of Working group where obligations on application of separate norms of the WTO are reflected. Kazakhstan is at the earlier stage, this work is finished only partially, in Belarus the process had not been started yet. Now it is necessary to develop the general approach which would provide the further movement of negotiations on conditions which would be favourable both to the WTO, and to the Customs union. Thus it is necessary to keep results of Russian negotiations as much as possible. Analytical work with the involvement of independent experts on defining the possible format of joining the WTO will be simultaneously continued.

To speak about the Customs union joining the WTO is possible not earlier than in July 2011 - date of its official establishing. Such a point of view has the right to existence. However the WTO in processes of joining pays attention to two things: what is written in the law of the candidate and how the law is applied. It is already possible to speak about the legislation as the basis of contract-legal base of the union, regulating bases of import and export of the goods, is already created, within the Customs union about 20 agreements are signed, the considerable part of them is ratified.

The strategy stated by mister Putin will be assumed as a basis of relations of the Russian Federation and the WTO. And nowadays there are no plans to correct it. Interlocutors of "Ъ" in the commission of the Customs union explained it this way: "The decision which was claimed in June by Russian prime minister is documentary fixed and co-ordinated position. All the rest, including words of the president about individual negotiations, is simple statements. We have nothing to do but move in the accordance of accepted decisions".

Course acknowledgement on joining the WTO by the countries of the Customs union in the format of group of three will mean freezing of bilateral negotiations. And to renew them from the union position will be possible not earlier than 2011 when the completion of registration of this economic alliance in the full-fledged organization is planned.

Russia counts, that negotiations about the synchronous introduction into the World Trade Organization (WTO) of Russia, Belarus and Kazakhstan will come to the end in deadlines.

The uniform delegation which co-ordinates negotiating process of three countries is formed. Such a choice refers the gaining in strength tendency to regionalization in international relations, that is strengthening the bases of regional integration, which is accompanied by formation of institutional frameworks of multilateral cooperation.

References:

1. The World Trade Organization, - an electronic resource [<http://www.wto.ru/>] (an official site on the Internet «Russia and the World Trade Organization»).
2. Kolesov V. P, M.N.Osmova//Economic. Economy of foreign countries / М, 2005
3. I.N.Gerchikova. «The international economic organisations»./М: "Consulting" - 2005г.
4. Economic and the international relations, №8 2007г., I.Ivanov «Russia on a WTO threshold»
5. Economic and the international relations, №12 2009г., A.Portansky «the WTO: the prospect of the Dohijsky round remains»

INNOVATION MANAGEMENT

Кашафтинова К. А., Вахтангури Ш. Р., студенты

Tomsk Polytechnic University

E-mail: krestik_ksh@sibmail.com

Научные руководители: Данков А. Г., ст.преподаватель, Андреева О. В., ст.преподаватель

Innovations are today the main competitive advantage of the organisations aimed at constant development and steady growth. It is accounted for, in particular, by acceleration of rate of changes which occur in global economy. New technologies quickly become outdated, and tastes of consumers vary, that forces heads to reconsider plans and strategy.

Practice of the traditional management directly connected with business, including bank sphere, has faced new problems. Originally, the science developed first of all under the influence of external impact, reacting on requirements of manufacture and human living. Creation of new knowledge went without any visible management from the outside. But then all insufficiency of such approach manifested itself more clearly.

There was obvious the necessity of innovations management. There appeared science studying influence of internal factors, reflecting logic creation of new knowledge. Its managers became full participants of the given process. First of all, they have incurred processes of diagnosing the collectives participating in working out of a concrete theme, selection of nominees and formation of such collectives, base creation (material, investment etc.) for their activity. The life, however, has shown, that it is not enough of it. The modern manager should face the consumer. In other words, the monitoring of consumer sphere carried out from the point of view of management of creation of new knowledge is required. This problem can be

solved only by deep reconsideration of all essence of management, "connecting" it with innovative management.

The present stage of development of science, technics, economy and all society is characterised by presence of huge volumes of the saved up knowledge. Their increase, at first non-uniform, was compensated by differentiation of sciences, allocation of their concrete areas with accurate specialisation and orientation. However, penetration of new knowledge into all fields of activity of the person has led to what even in narrow thematic areas by present time is accepted and in this or that kind the large quantity of decisions is realised, the set various on the importance and depth of techniques is used; enormous streams of the information circulate. The paradoxical situation was created: on the one hand, the separate individual not in a condition to capture all weight of existing knowledge, from other party, the mankind constantly fills up them in the extending volume and with the increasing speed. There was a requirement of management in creative potential of founders of the new knowledge, aimed at acceleration of their realisation, an increase of efficiency of communication of a science and practice.

The new decisions in business, is necessary to embody in practice. But not any idea find application in the necessary direction and in required scales. Many fruitful decisions are not used at all; frequently unpromising ideas violently take root. All it leads to dispersion of forces, means and time. Hence, there is sharp necessity for management of innovations introduction. Accelerated process of their occurrence reveals sharp contradictions between old and new, between arising and dying off. It demands psychological preparation of people and studying influence of innovations on all elements of social and economic system. There was a necessity of management of social and psychological aspects of innovations.

In the end of XX century all mentioned problems have become aggravated, as have caused occurrence of a new direction in traditional management - innovative management.

The object introduced in manufacture as a result of carried out scientific research or made opening usually means an innovation, qualitatively distinct from previous analogue. The innovation is characterised by higher technological level, new consumer qualities of the goods or service in comparison with the previous product.

Innovative management and innovative activity in modern conditions is a formation in the largest firms of the uniform scientific and technical complexes uniting in uniform process research and manufacture. It the science - manufacture - the end user »defines close connections at all levels of a cycle«. Today in the innovative policy of large firms the tendency to reorientation of an orientation of scientific and technical and industrial-marketing activity was distinctly showed. It was expressed first of all in aspiration to increase in assortment new high technology and hi-tech products which sale leads to expansion of accompanying technical services: consulting, engineering, and serving.

The purpose of innovative management is the establishment of the basic vectors of scientific and technical and industrial activity of the company in following areas of its activity:

- working out, perfection and introduction of new production;
- the further modernisation and development of old profitable manufactures;
- closing old manufactures.

One of the main tasks of innovative management is development of innovation strategy and the measures directed on their embodiment. Research and development, working out and release of new kinds of production become a priority direction of strategy of firm as defines all other directions of its development.

Problems of innovative management:

- working out plans and programs of innovative activity of the enterprise;
- the finance and material resources maintenance of programs of innovative activity;
- maintenance of innovative activity with high quality experts, management of human resources;
- supervision over a course of working out innovative production and its introduction;
- carrying out uniform innovative policy: activity coordination in this area in industrial divisions;
- creation of time target groups for the complex decision of innovative problems - from idea to production batch production.

As well as for any other sphere of management, for innovative management five stages of development and functioning are characteristic: planning, definition of conditions and the organisation, execution, a management the analysis of results and entering of corrective amendments.

As a result of innovative activity the new ideas new and advanced products, new or advanced technological processes are born, there are new forms of the organisation and management of various spheres of economy and its structures.

Innovative activity is the powerful lever which helps to overcome recession, to provide structural reorganisation and to sate the market with various competitive productions.

The firm can appear in crisis if it does not manage to expect changing circumstances and in time to react upon them. In the conditions of market economy it is not enough for head to have a good product, he should follow closely the occurrence of new technologies and plan their introduction in the firm in order not to lag behind competitors.

Modern management should be management of innovative type, that is to possess certain innovative potential. In the conditions of market economy tendencies of acceleration of development, consolidation of time, increase in quantity and a variety of the changes, characterising conditions of functioning of firm, are characteristic. Management should keep up with the changes. And the factor of such conformity of management to those changes which occur in an economic life, to science and the technology, is the innovative potential of management which is formed in work with the personnel, to preparation of managers, the organisation of management focused on dynamics.

References:

1. «Инновационный менеджмент». Гершман М.А. – М.: Маркет-ДС, 2008. – 200с.;
2. «Менеджмент». И.Н. Герчикова. Учебник, третье издание, переработанное и дополненное. Издательство «ЮНИТИ», Москва, 2000;
3. Экономический еженедельник издательского дома «Коммерсантъ» №7 21 февраля 2001 г. «Деньги». Статья А. Царькова «Инновации за счет порядка»;
4. Инновации и предпринимательств: <http://innovbusiness.ru>.

PSYCHOLOGICAL PHENOMENA IN ECONOMIC EXPERIMENT

Kashapova E. R., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: Elmira6280@yandex.ru

Scientific advisers: Ryzhkova M. V., Matalasova E. Y., Senior Lecturer

Nowadays the great attention is paid to psychological phenomenon of economics. It should be emphasized that economics deals with the phenomena that can be described in terms of economic experiment.

Experimental economics is the application of experimental methods to study economic questions. Experiments are used to test the validity of economic theories and test-bed new market mechanisms. Using cash-motivated subjects, economic experiments create real-world incentives to help us better understand why markets and other exchange systems work the way they do. Experiments may be conducted in the laboratory settings or in the field. Experiments are also used in the teaching of economics [1].

The purpose of this paper is to inform about phenomena in economics and show how they influence market relationship.

There are many different effects, which influence human behaviour. Let's move on to a list of effects.

1. The Hawthorne effect. This experiment was conducted in Hawthorne. The approach suggested that the results did not depend on the particular expectation of the researchers, but its study provoked the improved of performance. This might have been because attention paid to workers made them feel better; or because it caused them to reflect on their work and reflection caused performance improvements, or the experimental situation provided them with performance feedback they had not had before and this extra information led to improvements. The research was and is relevant firstly in the 'Human Resources Management' movement. The discovery of the effect was most immediately a blow to those hoping to apply the behavioural sciences to manipulate workers in the interest of management [2].

2. John Henry effect is the opposite to Hawthorne effect: it is when a supposedly control group, that gets no intervention, compares themselves to the experimental group and through extra effort gets the same effects or results [3].

3. The halo effect of uncontrolled novelty: the participant performs differently at first because of the novelty of the "treatment" which may change their expectation, or simply cause them to be more alert or otherwise perform differently. The experimenter is not important, but a materially unjustified belief, perhaps from other social media, may be (e.g. participants think the technology / educational intervention is wonderful and that belief is the real cause of raised outcomes); or else simply the novelty rather than belief matters, if it operates through attention rather than through expectancies [4].

4. Experimenter effects. Specific expectations acquired, consciously or not, from the researcher. Some experimenter effects have been demonstrated equally in positive and negative directions. Rosenthal (1966) describes experimentally tested experimenter effects in behavioral research, which is summarized by Rosenthal & Jacobson (1992). Prophesying a difference caused research assistants to create an effect, and this could be done equally in either direction (e.g. can create a positive or negative effect this way). This was done where the experimental task being manipulated required judgments by the nominal participants. However this was about one tenth the size of the effect prophesied, so it would be quite wrong to describe this as “seeing what you expect”: it would be more accurate to suggest that experimenters could influence subjects on marginal cases and so systematically bias (only) within the range of experimental “noise”. However if stooges acting as the first subjects behaved differently, this overrode and created a more effective expectation (and consequent effect on real subjects). Such effects have also been demonstrated in animal experiments and on learning and IQ tests/tasks at least sometimes [5].

5. Jastrow effect on factory work was much bigger: here an explicit expectation about performance was transmitted and turned out to change output [5].

6. The Pygmalion effect or “expectancy advantage” is that of a self-fulfilling prophecy. Teachers’ expectations of pupils can strongly affect the amount of development they show [6].

There are other effects, but these effects are more widely-spread.

Now we turn to the fields where such effects are applied. They are as following:

- management, particularly the management of factory labour
- medicine
- education
- experimental psychology.

The table below shows some psychological effects and fields of their application:

Psychological effect	Application	Description
The Hawthorne effect	management	way of increasing labor productivity
The halo effect	Marketing (advertising)	Refers to a cognitive bias whereby the perception of a particular trait is influenced by the perception of the former traits in a sequence of interpretations. Advertising attracts our attention.
The experimenter effect	Experiment in psychology and economics	Experimenter can influence results of experiment and turn behaviour to good account
Pygmalion effect	Management of human resources	It is belief in something. For example, when the employee gives more consideration of workers and they begin to work better

No-one knows the mechanisms behind these effects. But why effects are rational? For example, Hawthorne effect. People paying you attention makes you feel like working harder. Aspects of Hawthorne studies suggest that it was not that the researchers expected a better result in every case, but that being studied caused improved performance. This is similar to job interviews, and competitive events, where participants often perform much better than their average performance because they are being studied and assessed, not because they are expected to do better. Reflection often causes them to improve their performance gradually because they are thinking about it, and about improving it.

Jastrow, Pygmalion, experimenter effects. At work workers sacrifice their time to an employer in return for pay but remain responsible for the amount of effort they make. We know from injuries in sport and everyday life that it is dangerous to have unrealistic estimates of one’s own capabilities, so this is rational and in both worker’s and manager’s interests to get these estimates right. Thus expectations are rightly central in regulating and so limiting.

Halo effect. Conversely if a participant normally has zero expectancy about something, then something new may get them to review it. In education if a student does not believe they can improve at something then won’t try, but an experiment might make them change this assumption and so start making an effort to learn [7].

We know that all the effects listed above can have important and unexpected effects. So we cannot trust results without at least trying to control them. However it does not merely control but measuring the size of all effects separately and their interactions. We cannot know what size of effect to expect in real life,

only that there is an effect that is independent on expectations. Nevertheless they do not give information about the size of benefit to be expected in real life use.

Currently we do not understand how any of these effects work. This could probably be done, but would require some concentrated research e.g. on uncovering how expectancies are communicated unconsciously or anyway implicitly, and what expectancies are in fact generated.

Thus, knowledge of psychological phenomenon is very important for job of economist and manager. Manager must correctly estimate workers interest and know how to stimulate them.

Experimental economics is a young science. But it can show a lot of advantages for studying. In the course of experiments we can try to understand why participants conduct themselves this way or another. If it is necessary to achieve any useful practical effects, experimental models can be used.

References:

1. Experimental economics – Wikipedia, the free encyclopedia. [http://en.wikipedia.org/wiki/ Experimental_economics](http://en.wikipedia.org/wiki/Experimental_economics)
2. Adair G. The Hawthorne effect: A reconsideration of the methodological artifact. – 1984. – p. 334-345.
3. Zdep, Irvine. The John Henry effect/ - 1970. - Access mode: <http://w2.xrefer.com/entry/151552>
4. Jeremy Dean. The halo effect: when your own mind is a mystery. – 2007
5. Stephen W. Draper. The Hawthorne, Pygmalion, Placebo and other effects of expectation: some notes. - Access mode: <http://www.psy.gla.ac.uk/~steve/hawth.html>
6. Rosenthal R., Jacobson L. Pygmalion in the classroom: teacher expectation and pupils' intellectual development. New York: Holt, Rinehart & Winston. – 1968. – 240 p.
7. Nisbett, Richard E. The halo effect: Evidence for unconscious alteration of judgments / Journal of personality and Social psychology (American Psychological Association). – 1977. – p. 250-256.

THE MANAGEMENT OF E-COMMERCE

Khasanov T. K., student, Pogosyan V. A., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: intomsk@gmail.com

Supervisor: Andreeva O. V., senior lecturer

Electronic commerce, commonly known as (electronic marketing) e-commerce, consists of the buying and selling of products or services over electronic systems such as the Internet and other computer networks. The amount of trade conducted electronically has grown extraordinarily with widespread Internet usage. The use of commerce is conducted in this way, spurring and drawing on innovations in electronic funds transfer, supply chain management, Internet marketing, online transaction processing, electronic data interchange (EDI), inventory management systems, and automated data collection systems. Modern electronic commerce typically uses the World Wide Web at least at some point in the transaction's lifecycle, although it can encompass a wider range of technologies. Electronic commerce is based on some general principals:

I. General principles in E-commerce management

E-commerce management is a problem that has attracted a lot of attention in other countries throughout the world. In the United States where E-commerce is the most advanced and is developing at the fastest speed, it has posed new challenges to the whole economy and the society, especially to the government administration, which explains why the U. S. government has attached great importance to it. In the second half of 1996, the Ministry of Finance of the U. S. government issued the white book on “The Selective Taxation Policy on Global E-commerce”. At the end of 1996, President Clinton proposed the setting up of an inter-departmental organization for administration and coordination of E-commerce – The U. S. Government Working Group on Electronic Commerce, which was put in charge of making policies on E-commerce and coordinating and supervising their enforcement in the related government organizations. On July 1, 1997, President Clinton issued *A Framework for Global Electronic Commerce*, which outlines the framework of the U.S. federal government's policy on E-commerce and thus produces positive influence on the development of E-commerce in the U. S. and other countries [1, P. 38].

Facing the rapid development of E-commerce, China also intensified its work on E-commerce management. As early as 1997, the National Conference on Information Work was held in Shenzhen. In Feb. 1998, the Meeting of Heads of Office of Information at Provincial, Prefecture and Township Level was held,

at which it was proposed that the use of information technology in fields, areas and enterprises should be equally emphasized. Government departments and industries all attach great importance to the use of information technology in difference fields. It is also related to restructuring of the economy and the transformation of the society, and is therefore a matter of life and death to the country. Guided by those believes, E-commerce is listed as a major task of the construction of information technology. This is also why the government has been trying to create a favorable environment and actively promoted building the framework of the development of E-commerce with Chinese characteristics, though the basic infrastructure is yet not ready [4, P. 23].

Different countries in the world have followed some general principles in E-commerce management. Those principles have played an important role in maintaining and promoting a healthy development of E-commerce.

The development should be based on privately run organizations, and should be driven by the market. Inappropriate restrictions should be avoided.

The government should emphasize its role on building a macroenvironment and providing guidance to promote and facilitate the E-commerce development.

International coordination of E-commerce development should be emphasized.

Attention should be paid to establish the focal points of E-commerce development to ensure its stable development and progress step by step.

The principle of consistency.

The cultivation of talented personnel in E-commerce is the key to success.

II. Policies and Regulations on E-commerce

1. The challenges E-commerce has brought to policies and regulation for the traditional commerce.

One of the effective ways of managing E-commerce is policies and regulations on E-commerce. E-commerce has brought challenges to many policies and regulations that are used in traditional commerce. The virtual environment for E-commerce activities has caused changes in readjusting and standardizing traditional commerce. E-commerce is differs from traditional commerce in the policies and regulations they need. First of all, in terms of the application of policies and regulations, policies for traditional commerce are applied on a relatively concentrated group and is relatively easy in controlling, restricting and safeguard some subjects in their commercial transaction. This is because the qualifications of the trading parties are restricted in traditional commerce. In traditional commerce, not everyone can easily become a dealer and take part in the commercial activities. Therefore, traditional commercial policies and regulations have relatively narrow application, and this makes traditional commerce highly controllable. In E-commerce, the entry requirements are much less restrictive. Different forms of E-commerce, such as B2B, B2C, G2B, G2C and C2C are popular on the net.

2. New policies and regulations are needed for E-commerce.

E-commerce can be seen as a special industry in the national economy. It needs powerful and effective regulations to control and regulate the market environment in order to ensure the newly-emerged trade form a rapid, safe and healthy development according to its own rules [2, P. 80-88].

III. The protection of intellectual property rights and individual privacy in E-commerce.

In E-commerce, computer networking and digital technologies are widely used. The combination of human intelligence and the high-speed of computer have satisfied people's needs to accomplish various commercial activities efficiently. The E-commerce in the network environment has made some of the distribution of commodities invisible. Negotiating, signing contracts, ordering and receiving the goods are all done on the computer network. This has caused new problems in the protection of intellectual property.

The intellectual property rights and international "integration".

Copyright Law and the protection of copyright on the Internet.

The conflict between the registration of site names and trademark rights.

IV. Security of E-commerce

The healthy development of E-commerce is dependent on the security of E-commerce. The security problem of E-commerce has two sides: the technological side and the system side. The two sides are independent from each other, and yet can be combined to work together. Neither of them, when working alone, can solve the problem of E-commerce security. With the further development of E-commerce and the deepening the research work on the security problem, new progress will be made on both the technological side and the system side.

The technological problem of E-commerce security.

At present, the security mechanism of E-commerce has stood the technological tests of effectiveness and reliability and is gradually being developed into the international standard of the industry.

The firewall
Codification
Digital signature
Identity authentication (Digital certificate, Authentication Center)
The international standard on E-commerce security

To sum up the above four parts: the advent of the Internet hastens parturition of E-commerce, which has created inspiring miracles in its development. However, an objective examination of E-commerce tells that there are underneath the superficial prosperity a lot of problems that need to be solved. E-commerce needs to be standardized and well managed. Together with the development of E-commerce, the development of E-commerce theory and practice should also be put forward in order to meet the needs of the new development. The management of

E-commerce is both on the level of technology and system. Basically it is more a problem of system, because first of all there should be an appropriate system. Then other measures should be put into the framework of the system so that they can be combined and work together. In this way, following the management principle, starting from the laws and regulations of E-commerce and management mechanism, the problem of E-commerce will be solved. However, we should also know that E-commerce management is a complicated problem as it involves both the traditional economy and the new economy and the resolution of the conflict between E-commerce and the traditional commerce, and the creation of a new Internet commerce system. What's more, the development of E-commerce is fast, therefore the management of E-commerce should be flexible. There is the hope that all the people who are interested in E-commerce management will take part in the discussion and contribute to the standardization of

E-commerce management in Russia.

Reference:

1. Wu, Jiawei "Information industry and E-commerce" in Information Economy and Knowledge Economy Economic Science Press, 1999.- P. 236.
2. Li, Qi, "Basic Theory of E-commerce" Reform Press, 2001 – P. 152.
3. Li, Qi, "Trade on the Internet" Changchun Publishing House, 2000 – P. 90.
4. Li, Qi, "General Introduction to E-commerce" China Commerce Press, 2000 – P. 178.
5. Frieden, Jonathan D.; Roche, Sean Patrick, "E-Commerce: Legal Issues of the Online Retailer in Virginia", Richmond Journal of Law & Technology, 2006 – P. 40.

MODERN PROBLEMS OF RUSSIAN BANKING SECTOR

D. V. Klepikova, student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: Dashik777@mail.ru

Scientific advisers: Zh. A. Ermushko, associate professor; L. G. Averkieva, senior lecturer.

The world financial crisis has not bypassed our country. Banking system suffered very much in Russia. A great number of new problems has appeared.

The demand for liquid assets rose steeply. As the result the interest rate went up on the financial market.

A lack of liquidity and problems with crediting paralyzed the credit system and led to non-payment and failure of banks.

Negative news from world markets, involved in the crisis, in addition to increasing currency and finance resources flow-out from the country predetermined a strong devaluation pressure on the national monetary unit. The confidence crisis began to develop alongside with the liquidity crisis. The sign of this distrust is the increasing amount of withdrawn deposits without announcement of motives and aims of their further usage and also considerable growth of realized crediting risks.

Another problem is inauthenticity of banks accounts and other legal persons accounts, and information about people's solvency. Banks removed credit programmes, kept problematic debts back, especially ones which were overdue.

A lack of sufficient number of projects led to the stage of financing: on the one hand banks don't want to give credits. On the other hand, companies can't receive financial resources on acceptable terms.

The lost of management by banks under the crisis conditions: they are not prepared to lead strategical management, to use mathematical methods in economy, to forecast the situation. There is no the established bank model and developing prospects for the bank state system on the whole and some banks in particular, especially ones which are system generating.

Banks like many other companies came into collision with necessity of restructuring their senior management under the conditions of the crisis. The reason is very simple: managers who have grown professionally for the last three – five years don't know and understand how to work in the conditions of stagnation and recession. All of them are directed to the growth, to the capitalization increase and their ability to make a decision quickly is bad. But sometimes it is necessary to close unprofitable projects quickly and to change business-models.

The only priority is still profit. There is no well-founded balanced system of aims. The credit strategy doesn't match the declared credit politics.

There is the increase of negative economic consequences, caused by wrong management decisions, which were made on the nano-level (the level of natural person) for processes on macro- and micro-levels, especially for active cooperating systems like "bank – client". For example incorrect decision, which was made by the bank, while crediting clients, caused a chain reaction provoking crisis of the relationship in the banks and companies connected with the borrower. The most clearly this event is observed in vertically and horizontally integrated business-groups.

Another problem of Russian bank system is the fatal dependence of national companies and banks on the foreign borrowing, which is an obstacle for development of the powerful sovereign financial system.

There was taken a number of certain measures to support the banking sector in Russia. Some measures were accepted to overcome the lack of trust; the others were accepted to solve the key Russian banks' problem - their lack of internal resources, cheap and "long" funding. The first group of measures should include: providing credits in foreign currency to pay for foreign debts of Russian banks and non-financial companies, repayment terms of which were till the IV quarter of 2008; compensation of loss to commercial banks on the interbank loan market; the increase compensation on deposits in credit institutions; establishing a mechanism for unsecured lending (lending without collateral) and the increase period of the resources provision by the Bank of Russia up to six months. Among the measures relating to the second group there is the provision of long-term subordinated loans to several banks which substituted external financing. Thus, the CBRF has given a subordinated loan to Sberbank Russia for a period up to 31 December 2019 at the rate of 8% annually buying their securities. Implementing anti-crisis measures began on Oct. 20, 2008. During the first week of the unsecured credit auction the Bank of Russia provided more than 420 billion rubles, which is comparable with the total debt to the credit institutions at the beginning of October (407.3 billion rubles). Thus, as seen from above, there are many unsolved problems in Russia, and a small number of proposed and implemented measures to support the banking sector. And, unfortunately, even the measures which are taken directed only to eliminate the consequences of global problems. We must eradicate the causes of system-problem so that Russian banking system could become self-sufficient and attractive to foreign investors.

References:

1. Иванов А. С. Перспективы российского банковского рынка в условиях кризиса // Банковское дело . – №12. – 2008г. – 10–15 с.
2. Понтелеев Г.И. Проблемы банковского сектора в России // Банковское дело. – №2. – 2009г. – 7–16 с.
3. Греф Г. , К. Юдаева. Российская банковская система в условиях глобального кризиса // Вопросы экономики. – 2009. – № 7. – С. 4–14.
4. Замараев Б. , А. Назарова, Е.Суханов. Экономические итоги 2008 года: конец «тучных» лет // Вопросы экономики. – 2009. – № 3. – С. 4–25.

MARKETING ACTIVITY OF HOLDINGS ON THE EXAMPLE OF THE ADVERTISING DIGEST OF THE CITY OF TOMSK

Колотовкина К. Ю., студент;

Томский политехнический университет

E-mail: KolotovkinaX@mail2000.ru

Научный руководитель: Гуткевич А. Е., к.э.н., доцент; Беленюк Н. А., к.п.н., ст.преподаватель

Marketing is an important area of enterprise. Without it we would find it difficult to know about things going on around us. We see marketing material every day; in adverts in newspapers, posters on walls, leaflets, on the televisions or through the internet. Marketing can be a clever way of providing information to a wider audience.

Marketing is an activity. Marketing activities and strategies result in making products available that satisfy customers while making profits for the companies that offer those products.

Marketing activities are numerous and varied because they basically include everything needed to get a product off the drawing board and into the hands of the customer. The broad field of marketing includes activities such as:

- * Designing the product so it will be desirable to customers by using tools such as marketing research and pricing.

- * Promoting the product so people will know about it by using tools such as public relations, advertising, and marketing communications.

- * Setting a price and letting potential customers know about your product and making it available to them.

Marketing is the link connecting holding units with each other and with consumers.

This method should be reflected in the whole organizational structure of the enterprise. The main rule is creation of effective organizational structure for the realization of the modern marketing concept focusing holding on satisfaction of consumers needs.

Interesting ling activity of this holding is marketing activity i.e. creation of marketing department and project of the marketing plan for structure of holding in the specific conditions of the advertising services market.

This article is devoted to Limited liability Company «Advertising digest» of the city of Tomsk, and an estimation of an existing situation, and the marketing plan for a complex of holding departments.

«Advertising digest» was created in 1997. Basic activity of media holding production and distribution of all advertising kinds in mass-media of Tomsk, cities of Siberia and Russia.

The holding structure is allocated among the leading Tomsk companies in the field of advertising. Such extensive assortment of production as at the «Advertising digest», perhaps, is not present at anybody in Tomsk. It is known that specialization allows to raise quality and to lower the cost price of output product.

Units in the holding structure can offer any products satisfying inquiries even of the most exacting and choosy consumers, now. The assortment of production can be opened infinitely, I will list the basic positions: the newspaper "Advertising", «Street Media», the publishing house "D-print", radio holding, television channel MTV (37 channel), glossy magazine «Dear pleasure» and other.

Such large holding as the «Advertising digest» deal with a problem of repetition of actions - it is necessary to trace accurately activity of all departments, for the purpose of competition suppression from outside the departments. Therefore departments are obliged to give the semi-annual plan of activity with instructions of all studied objects, the advertising plan, in order to avoid duplication of placing of advertising modules in the same magazines, etc. in head department for the further analysis and the control.

For the analysis and the estimation of internal and external conditions of activity of the company the SWOT-analysis (strength, weakness, opportunities, threats), a representing method of complex studying strong and weaknesses of the enterprise, and also possibilities and environment threats is used:

It is necessary for holding to improve already existing competitive advantages and to carry out search new, and also not to dismiss development of the new markets and working out of the new goods.

Besides, presence modern and highly skilled employees allow holding to make the equipment the unique products, which competitors not in a condition to reproduce.

Now in «Advertising digest» there is such concept as "marketing department", marketing activity moves ahead "at full speed". Creation of marketing department allows to collect the accumulated information in one department and to analyze a situation in the market more seriously.

Strengths	Weaknesses
Pricing pattern in the holding, considering discounts and clearings between the departments entering into structure of holding; The broadest assortment of used materials; The broadest assortment of the offered goods; Possibility of manufacture of architectural products; Image of the company; Efficiency of deliveries	A personnel Lack (promoters, supervisors, agents); System of calculations of services cost; Partners are competitors, therefore the mutual trust and support are unattainable
Opportunities	Threats
Ways of expansion of assortment; A weakening of positions of firms-competitors; Growth of number of any activity companies – demand growth in marketing branch	New (regional) competitors; Occurrence of new services in the market of services; Economic recession

The marketing control is a process of measurement and an estimation of results of strategic realization and plans of marketing, efficiency of the correcting actions which provide achievement of the marketing purposes. "Advertising digest" as the control uses following information: comparison of the plan and actual realization, and also partial valuation of efficiency of advertising in last year. Each department gives the report on the done work, on its results, and also on the reasons leading to themes or to other changes in fiscal year. Involvement specialized exhibitions and fairs is the most effective kind of advertising activity. Such exhibitions bring good results by search of suppliers of ad publications, by search of clients.

Necessity of creation of marketing department is obviously. The project of creation of department marketing is more low resulted, i.e. the list of employees.

The chief of marketing department.

The manager-expert in marketing

The advertising manager, PR, work from mass-media

The manager on strategy of sales and marketing researches

In process of the organization of marketing department, interrelations between operating divisions are created, namely: a sales department, raw department, a direction on pricing, regional department and again created department of marketing. Reorganization of activity of the company leads to improvement of activity of the company, increase in sales volumes, increase of loyalty of consumers etc.

Today creation of such division allows to organise marketing activity at the company.

The marketing service helps the company to systematise already accumulated information, to organise its regular gathering and an estimation, to estimate a situation in the market etc.

ATTRACTING FOREIGN DIRECT INVESTMENTS IN RUSSIA

M. V. Konareva, student

Tomsk Polytechnic university

E-mail: masha_k_89@mail.ru

Scientific advosor: senior lecturer O. V. Andreeva

In the nearest past the East and the West were considered mostly as competitors. Endless disputes didn't lead to any positive results. Today situation has changed greatly – now strategic partnership between them is posed as a main goal. The mutual future of different countries lies in the cooperation. It will provide a constant growth and development. One of the most effective instruments in such cooperation is an investment process.

Foreign direct investment (FDI) is investment of foreign assets into domestic structures, equipment, and organizations. It does not include foreign investment into the stock markets. In the world inward FDI in 2009 reached over USD 1.6 trillion. The flow of FDI is growing from year to year.

To upgrade its economy Russia needs a sufficient amount of FDI. Most of them can be provided by EU, because EU is the biggest investor in Russian Economy. The European authorities have undertaken sev-

eral efforts to make the investing process in Russia easier. One of the documents is The Partnership and Cooperation Agreement (1997). It guarantees security to FDI investors, encouraging them to invest more in this country. The EU has significantly increased its commitment towards the funding of investment support for EU-Russia small and medium-sized enterprise joint ventures and for small-scale infrastructure projects in border areas. Today relations between Russia and EU are based mostly on mutual cooperation, as both of them realize the importance of it. Investment is considered as an area of great potential in EU-Russia relations.

Russian FDI abroad has substantially increased. They have not flown only to the west, but to a large extent to Central Eastern European countries and to the former Soviet republics. Russian companies have invested considerably in Poland, Hungary and the Baltic states. Even though the energy sector dominates the Russian outward FDI, other sectors are also internationalizing rapidly. One could anticipate the speeding expansion of the Russian metal companies outside their domestic playground. The most powerful Russian banks also seem to eye foreign markets. Anyway Russian positions as the investor in the EU are quite weak now. Only in some countries (Lithuania, Latvia) its share is visible and is about 5%. In Estonia, Slovakia and Poland, it is slightly over 1%.

Russia has a relatively small share of the EU's total external FDI, about 4%. The biggest investors in Russia are Cyprus, Netherlands and Luxemburg. This is mostly because of the attractive tax law in these territories. They belong to so-called "offshore zones" with good legislation for foreign companies. That's why it's impossible to define exactly where these investments are from. According to OECD data, Russia is encouraging investments in oil and gas sectors. Many foreign companies would like to invest in these areas, because they are the most profitable. Most investment projects are concerning with exploration, development of Russian gas and oil fields. Other priority sectors include agriculture, metals/mining, wood products, chemical industry, machinery, information technology, food industry and pharmaceuticals [Trade & Investment Development Agency of Russia]. A great part of Russian economy is based on hydrocarbons industry. It generates 20% of GDP, 50% of government revenues and 60% of export. It is not a positive factor, because RF is highly depends on the prices at the hydrocarbons market. But for FDI investors it's a good opportunity to make their money work.

Many foreign companies decide to invest in Russia. The main reason is a high potential of the market. There are still a lot of niches which can be filled by investors. Russian market is still growing and it creates a good opportunities for companies, an access to the huge Asian market. Also relative low costs attract FDI. For most European countries it would be cheaper to invest in RF and to make production here. Besides, there is a great number of a qualified workforce due to numerous universities. All these factors persuade investors to pay their attention to Russia.

Despite this FDI are still lower than it could be. A survey of European investors in Russia conducted by OCO "Consulting" shows that investors faced administrative and bureaucratic difficulties, as well as problems with their Russian partners, in implementing their investment projects. Some investors received support from regional or local administration. Little or no help was received from the federal government. Most of investors mentioned market potential, natural resources, political and economic stability as the main reasons for investing, and most are planning to make further investments. A survey with Russian investment promotion agencies conducted by OCO "Consulting" shows that the work of federal and regional IPAs is badly coordinated, and the governmental strategy is not oriented on attracting FDI. The activities of investment agencies are dispersed and there is a need of better communication and coordination. Investment promotion is very weak and investment agencies recognize the need for outside training and technical support. There are obviously several barriers for foreign investors in administrative, legislative and financial spheres. Let's try to suggest the most appropriate methods of overcoming them.

Tax remissions (privileges)

All foreign investors and companies are obliged to pay a profit tax according to the Russian tax code. Besides, according to article 224 of Tax Code of Russian Federation, natural persons having sources of income in Russian Federation and not being tax residents of Russian Federation, pay natural persons income tax at the rate of 30 % of all incomes. This is considered as a negative factor. It would be rational to decrease the profit tax rate and some other taxes, to implement the "tax holidays" (a defined period when investor is allowed not to pay some taxes), etc.

Special economic zones

Approximately 20 special economic zones (SEZs) have been founded in Russia. Unfortunately, the Russian SEZs currently produce more plans than results i.e. unrealistic plans characterize the contemporary Russian SEZs. Despite the slow progress of them, some indicative findings can be presented. First, the tax privileges offered by the Russian SEZs lower the investment barrier for foreigners but the benefits alone are

not sufficient to attract foreign firms to invest in Russia. Furthermore, Russia's poor reputation on immaterial rights, stagnant innovation system, the low-tech image of the country, a lack of R&D-related finance, and administrative inertia downplay the advantages provided by the zones. According to the Russian Ministry of Economic Development and Trade, the benefits give a SEZ-based company a 20-30% tax advantage. So, our authorities should develop the conditions in SEZs to make them more attractive for investors.

Target support

State authorities can support defined investment projects which are strategically important or innovative. This will help to avoid corruption and bureaucracy. It'll fasten the investment process and attract more investors.

Region orientation

Not only the number of investments is important, but also the region orientation of them. In Russia there is a high disproportion in economic level between regions. To make the investment regional structure more balanced it is necessary to regulate the FDI inflows. Today only central regions (especially Moscow and St. Petersburg) are popular districts. In other regions the number of foreign investors is very limited. The main aim today is to attract investors into different Russian territories, not only in the capital. It can be done by a perfect advertising campaign, by organizing investments forums in various parts of Russia, by creating an appropriate marketing strategy. These measures will help to eliminate a disproportion between regions.

Branch orientation

A majority of FDI is going to an extractive industry, because here you can get profit quite soon and without serious difficulties. Besides, we have several privileges for investors in this sphere. For our economy this approach doesn't allow to reach good results. It would be much more effective to attract capital into science intensive branches with a high value added. This will help to make our products more competitive at the global market, to gain a greater social effect, to be more independent from an unstable situation at the raw-material markets.

Barriers in strategic branches

Also it's important to prevent foreign intervention into strategic industries. Government is trying to improve the regulatory base, to get rid of strict barriers for FDI investors. But at the same time authorities are thinking about protection of domestic producers, who can face a problem of external intervention. Several sectors are closed to foreign investors. Current regulations restrict foreign involvement in the banking sector, and the government has restricted foreign access to 39 strategic sectors of the Russian economy, including nuclear energy, natural monopolies, military and special machinery, the space industry, and subsoil development. Russian legislation here is not so strict in comparison with European. So it would be useful to improve it.

Perfect data

It's necessary to provide full, up-to-date and relevant information about investment situation in the Russian market. Most potential investors note lack of such information in RF. To change his situation we can do the following: regularly print statistical data, demonstrative materials, brochures and booklets for international partners; take part and organize investment forums; take part in different meetings devoted to the investments and present Russian potential; actively work with mass media and form positive impression among potential investors and so on.

Investment risks insurance

In Russia it's impossible to insure your investment risks even if it could be very high. In most developed countries it's not a problem to insure them. That's why investors are afraid to work with Russia – it's quite risky.

When positive change finally does take root in Russia, FDI will dramatically increase. This investment should become a driving force behind economic growth, and introduce a new era of prosperity to the country.

References:

1. www.gks.ru; www.unctad.org;
2. R. Ricupero Foreign direct investment/ UNCTAD report, 2009;
3. Eastern Europe in 2009: The Outlook for Foreign Direct Investment // Laza Kekic, Economist Intelligence Unit // 2008

THE INFLUENCE OF CORPORATE STYLE OF ORGANIZATION FOR ITS ACTIVITIES

Koroleva M. E.

Tomsk, Tomsk Polytechnic University

E-mail: korolevarita@sibmail.com

Supervisors: Gutkevich A. E., PhD, Belenyk N. A.

Every day, almost constantly, we are faced with a huge amount of information. We constantly feel the impact of media on our senses. We have to take these informational stimuli, arrange them in a certain order (sort) and respond to them. But in our memory stay only the most important incentives. Most of these incentives are a range of different conclusions and preferences. We can't say that one of the information stimuli liked because of the color, the other because of the slogan. Our choice of a company built on the basis of the generated confidence to this company, confidence in the quality of services and products - simply put it's our confidence to the brand.

Creation of this trust does not happen by itself. The brand should live among us for a long time to be credible. In the market the company name should be recognizable and permanent. Only then the brand will be perceived positively and in whole.

Corporate identity is the basis of this strategy. Corporate identity is important, regardless the size and position of the company. The purpose of this article is to examine the effect of corporate identity on the organization's activities on the example of "Ingosstrakh".

Corporate identity includes much more than just a visual presentation, which is corporate design. It's describing the concept of the company, which includes many elements, such as course, philosophy and representation. All this elements should be clarified and organized. Only a structured and thorough analysis will identify and create an individuality of the company, to distinguish it from competitors, and only then determine its visual appearance.

The basis of corporate identity is individuality. First of all, it refers to the ability to identify and find a company in all mass media and communication resources.

The history of corporate identity has many hundreds of years. The idea of corporate identity belongs to Peter Boreksu, who creates it in the early 20 century first time. He did it for the German electro group AEG, advertising and graphics products of which was individualized and visually identified. Really this concept becomes important only when the difference between goods and services of competing companies firstly appeared, and then graded at a real level. At present, brand and its visual "shell" (corporate identity) encourage consumers to choose one or the other products.

Cause of the fact that development of a really good corporate identity is a quite expensive, firstly many start-ups prefer to acquire the "skeleton" of visual binding business. That's so called the "small corporate style". It includes:

- Logo - often the "logo" (bolding mark the company name or product) and "brand" (as a graphic symbol of the company) merge into one sign. The logo of the "Ingosstrakh" was founded in 1950 and has typical for that time a font style. The latest version of the logo was made in 2006. Company logo is a stylized mark in Cyrillic and Latin version;

- Corporate colors - colors for fonts, backgrounds, etc. Corporate colors of "Ingosstrakh" divided into basic, additional and expanded panel. Advertising models, brochures and other printed materials, signs, banners, TV ads - are created using the basic corporate colors.

- Model of a business card;

- Model of a letterhead (color and black and white);

- Model of a corporate envelope.

In addition to the above "big" corporate identity includes models and rules of manufacturing a wide range of printings. Typically, a full corporate identity takes the form of "brand book" - a complete set of rules for constructing corporate identity with comments and instructions. It may include: model of the badges, the design of firm folders, booklets and layout of corporate, models of booklets to basic goods and services, mock-up packaging, instructions for using the identity elements in outdoor advertising, the rules of design shops and offices, models of POS-materials, models for printing on office paraphernalia, corporate clothing design, etc.

Basic principles of the appearance of employees are regulated in brandbook too. In "Ingosstrakh" appear on the following principles:

- Business style in clothes

- Corporate
- Restraint
- Accuracy

In this company corporate identity is clearly reflected in the pictogram. Pictograms of insurance types designed for use in all types of visual communications. The style of icons supports the image of the company: credibility, trust, friendliness. Silhouette icon is a square (hard and solid geometric figure, symbolizing the reliability and stability), striving for a circle (figure personifying the softness and security), with rounded corners. Graphics of icons "talking" with customers in a friendly style.

Now corporate identity is one of the most important marketing tools. The competent approach allows to achieve occurrence of associations in consciousnesses of consumers - in this case the brand and corporate identity in general becomes a sign of quality. "Ingosstrakh" is positioning itself as a company focused on customers with higher incomes. With this in mind company built every marketing ploy. Brand assets are its four decades of history. The first part of the name - "in-", which creates an image of the company with western capital and western approaches to the insurance business, and the second part - "-state," that is widely perceived as having the state guarantee. The brand is positioned as a leader in the category of reliability: "Ingosstrah pays. Always.

This is the meaning of the brand - to trade by not specific and real objects and services, but satisfaction trade of certain expectations and needs (created, of course, advertising).

Ideally, the corporate identity should be everywhere and always. It must penetrate both the consumers and employees of your company. Strange but true - the main demand for goods and services today originates not in immediate needs (located in the base of the Maslow pyramid) and in samoidentifikatsionny and social. Actually, that's why "label" and "brand" can raise the price of Chinese penny hats (or anything else) to very serious amounts. A "brand" is exactly - if you ignore the real properties of the goods and services - from visual and information components. Corporate identity - a code, symbol for certain properties and the identification group.

Thus, we can conclude that there is a strong presence of corporate identity in the company "Ingosstrakh", in its daily activities, enabling it to achieve certain heights: High business reputation of the insurance company "Ingosstrakh" confirmed by Russia's rating agency "Expert RA". They has once again awarded the company the highest rating of A + +. Fourth time "Ingosstrakh" included in the list of 40 most valuable Russian brands, compiled by experts of Interbrand and the magazine "Business Week". In Russia the market consist of 786 registered insurance companies, but the lion's share of the market belongs to 4 leading companies, including "Ingosstrakh", which having corporate style.

Most markets, as well as the insurance market, have a high level of competitiveness, so that the background of the other companies you should have not only the quality and variability of available products, services and their costs, but also other parameters that affect consumer choice, in particular goodwill. Image creation, corporate style benefits for the company image in the eyes of the consumer, the level of sales and competitive advantages.

ANTI-RECESSION MARKETING

N. V. Korshunov, K. A. Lushchinskaya, students

Tomsk Polytechnic University

E-mail: kсениya_l@vtomske.ru

Supervisors: L. G. Averkieva, senior teacher; T. B. Varlacheva, Associate Professor, senior lecturer.

Crisis situations have proved to be a characteristic attribute of modern business life. Crisis (often associated with conflict, instability, emergency or extreme situation, etc.) is characterized by:

- a threat to the company's objectives;
- suddenness;
- acute shortage of time to adequate respond and response.

Marketing reasons of the crisis could be firm's management failures in any of the areas of marketing:

- selecting the target market;
- product positioning;
- sales forecasting;
- marketing information;

- pricing and product policies;
- assessing internal capabilities of firm;
- selecting the marketing concept and its objectives;
- quality of conducting marketing research.

Hence the **task of marketing** is to find out reasons of the crisis process and to offer radical measures, either of its suspension or, if the firm “entered a crisis”, i.e. it went bankrupt, to promote activity of anti-recession managers on carrying out marketing activities providing company’s escaping the crisis.

In order to avoid substantial financial losses during the crisis it is necessary to apply specific marketing. The essence of the applied marketing consists in the operational changes of the company marketing policy and all components of marketing (product selection, price, distribution channels and methods of sales promotion) based on changes in internal and external environment.

Marketing policy of any company practically does not change and does not make any significant adjustments to the work of the already established production in times of stable market. However, business environment radically changes and **anti-recession marketing** is implemented instead of usual marketing activity with the beginning of the crisis. Thus a stable economy needs marketing which allows to win in non-price competition. But during the crisis it is very hard to manage without marketing which enables a company to win in price competition. [1].

Marketing is the central block in carrying out various procedures of anti-recession management such as estimation of market and enterprise prospects. The most striking example is fictitious bankruptcy of a number of companies. The decision of recognizing that bankruptcy is based on a false assessment of the enterprise market. This low estimation of companies’ market value is based on poor-quality (or fabricated) analysis of a particular market segment but, as a rule, this estimation is the most important part of the restructuring scheme implementation.

Marketing application helps the enterprise to find out their market opportunities and overcome the crisis with the least cost and losses.

Thus anti-recession marketing focuses primarily on giving a definite answer to the question about the future of the enterprise, its ability to function normally and also to define a strategy, which henceforth would be a basis of the company’s activity.

Main principles of anti-recession management system of marketing include:

1. Early diagnostics of the crisis phenomena in enterprise activity. It is the principle of efficiency which implies work with the current information.
2. Promptness of reaction to the crisis phenomena.
3. Adequate enterprise reaction to real threat to its financial and market position. It is the principle of realism which implies the analysis and prospects calculations accuracy when choosing the development direction.
4. Full implementation of the internal capacity of enterprises to go out of the crisis. It includes the following principles:
 - systematic and global thinking;
 - comprehensiveness and multi-optional approach;
 - perspectives and strategic thinking.

Rules of anti-recession marketing:

Rule number 1. Studying the company’s customers. Secret of increasing sales is to use really existing reserves or, in other words, attracting customers who attend competing outlets. Before starting "reconquer" consumers it is necessary to study them and make target audience profile.

Rule number 2. Identification of competitive advantages. Every successful product or service on the market has its own USP’s (unique selling points), a set of features and qualities which distinguish this product or service from analogues of competitors.

Rule number 3. Compensation of weaknesses. For example, if the location of the shop is not very good (far from the busy streets, subway stations, transport interchanges), a good solution may be a customer loyalty program. It concerns sales promotion methods.

Rule number 4. Providing all types of utility. Along with the usefulness of the product itself, customer needs to some extent: the usefulness of time (the convenient schedule of work), service (service quality of each customer, speed of service), information (possibility to obtain consultation from sellers), the usefulness of the location (convenient store location, presence of signs and pointers).

Rule number 5. Using available advertising. Every company which is engaged in distribution of its products could hold a low budget advertising campaign among its potential customers without big expenses

even under conditions of approaching crisis making available outdoor advertising (signs, light boxes, remote panels and so on).

Rule number 6. Using help of business partners. Recently such advertising method has become increasingly common. Joint advertising means that some firms which are not competitors carry out joint actions on production promotion. Another variant of advertising cooperation for shops reselling goods of other manufacturers is to shift part of advertising budget to the manufacturer. [2].

Rule number 7. Maximum use of premises potential.

Procedure of anti-recession marketing includes following stages:

1. Analysis of enterprise position, the degree of the crisis threat and possible consequences.
2. Analysis of strengths and weaknesses of the company (SWOT-analysis).
3. Identification of "bottlenecks" in marketing. For example, it could be found out that the product possesses a considerable potential of the commodity market but it is necessary to change the audience which advertising is aimed at, change distribution channels, cardinaly change company's image or replace its pricing policy.

4. Identification of ways of using company's products.
5. Identification of potential consumers of the enterprise.
6. Identification of image influence on sales.
7. Optimization of product positioning (firm, mark):
 - range optimization (if it is necessary);
 - formation (strengthening) of the optimal image;
 - optimization of distribution channels, pricing policy.

8. Fostering program of business communications and operational plans for their implementation. For example, you should communicate with representatives of financial-credit or tax organizations to obtain a loan or delay of payments.

9. Monitoring of marketing programs and strategies implementation. Adjustment is based on results. Specific measures taken within the limits of anti-recession marketing program depend on the specific situation, size of business and the sphere of its activities.

Crisis usually proceeds in two phases: first there is a sharp deterioration of a situation (shock and recoil back), then a period of gradual stabilization comes (adaptation and mastering of conditions). By the beginning of the second phase marketing should be already fully armed. This marketing approach to the basic problems solution of a firm during the crisis will help it not only to soften the blow but also to continue active commercial activity.

Full information about market conditions and the company performance could be reached by regularly held marketing surveillance and research. Analysis of this information will help to predict probable changes, to notice signs of an impending crisis in time and take necessary measures in advance. Strategic Marketing Planning will help the company to concentrate and focus its efforts on activities in the market segments that are less susceptible to shocks or more profitable under these conditions.

In conclusion, it is necessary to notice that crisis of some enterprises is a normal phenomenon of market economy in which, according to the Darwinian theory, the strongest company survives. The company which does not correspond to "the environment" must either adapt and use its strengths or disappear. The best advice to managers of such companies is "do not cease to be improved" because the dynamism is the main feature of competition.

References:

1. Egina O. Anti-recessionary marketing [MAK-market]. – Access mode: <http://www.makmark.ru>
2. Markina T. Anti-recessionary marketing ["Economic Newspaper" №29 (1247)]. – Access mode: http://www.neg.by/publication/2009_04_14_11269.html

RUSSIA AND THE WTO: THE ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

Kovalchuk T. V., Feshchenko V. A., Nguen Minh Bien, students

Tomsk Polytechnic University

Research supervisors: L. G. Averkieva, senior teacher; V. V. Spitsin, associate professor

The relevance of the topic lies in the fact that it is necessary to identify the main problems associated with the possible entry of our country into the World Trade Organization as well as to bring the balance of positive and negative consequences for Russia's accession to the WTO.

This subject of Russia's joining the WTO today is extremely important and urgent for Russia. Negotiations on the topic have been held since 1994. But now the question of joining the WTO has become a real and practical importance as there is the phase of specific definition of the terms on which this entry should be based.

Table 1. The procedures taken by Russia for the WTO entry [1]

Stage	Year	Designation of the stage
1	1993	The official application for the entry to the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) which the WTO has become the successor of
2	1994	Re-enroll on the WTO
3	1995	Russia has entered the information stage
4	1996	Russia has entered the negotiation stage
5	June 2009	Russia, Kazakhstan and Belarus claimed that they would enter the WTO as a single customs territory (Customs Union)
6	October 2009	Russia, Kazakhstan and Belarus resumed negotiations on the entry to the WTO separately but on the agreed positions

The process of the entry to the WTO takes on average five to seven years. However Russia has been negotiating for more than 15 years. But despite this prolonged period Russia is still forward looking to joining the organization. The entry to the WTO remains a strategic goal for our country.

We think it is necessary to consider the positive and negative aspects of Russia's entry to the WTO [2,3].

Table 2. Advantages and disadvantages of Russia's entry to the WTO.

Positive aspects	Negative aspects
Access to the legal basis of the WTO (lowering value-added tax (VAT), tariffs)	It is impossible to protect producers (lack of the state support, only the indirect support)
Participation in the development of new international trade rules	Russia will lose the ability to hold sovereign economic policy
Improving the competitiveness of Russian companies and enterprises	The bankruptcy of Russian enterprises
More transparent Russian legislation	State loses some of its income
Lower import prices	Reducing tariffs will increase imports and reduce foreign investment
The influx of foreign investment, technology and experience	The influx of obsolete technologies

It is assumed that in the short term Russia will have a loss when entering the WTO but in the long term the country will retrieve a positive effect.

In our view, the main positive aspects of Russia's entry to the WTO are the inflow of foreign investment, technology and expertise. Domestic enterprises will seize the experience of other countries, introduce new technologies into production.

However, the negative effect is the reduction of duties. The market will become more open to other countries. The domestic goods will be substituted by imported because they are cheaper. Many companies will not be able to compete. Finally, the situation could result in mass unemployment.

Consequence of Russia's entry to the WTO will affect the future development of all branches of industry and economy on the whole. They will be different for different industries and activities. For example, mechanical engineering is heavily dependent on the state support and in need of protection from foreign competitors. As a result the conditions of the industry performance will deteriorate.

Figure 2 illustrates the decrease in production in the three most important industries due to the substitution of domestic goods by imported ones under the conditions of the import tariffs reduction excluding such factors as the competitiveness of imported goods [4].

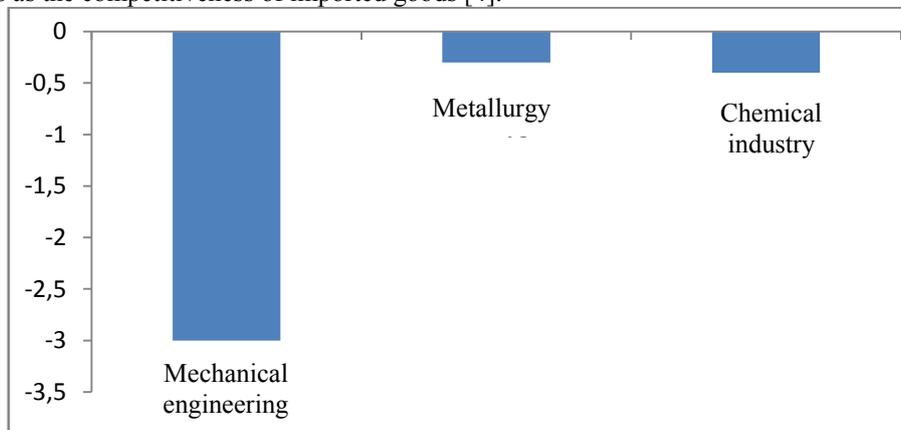


Figure 2. Reduced production in Russia connected with the import tariffs reduction, (in percentage terms)

It should be noted that the reduction only in engineering production by 3% may lead to a proportional decline in employment by four hundreds thousands of people.

Nevertheless, the main strategic goal for Russia is the country's integration into the world economic community. A primary goal is to create conditions for further development of foreign economic relations and use them effectively in order to enhance the competitiveness of the economy and living standards of the population.

In our view, it is necessary to be aware of both pluses and minuses connected with the Russia's entry to the WTO. Several significant negative minuses will inevitably have negative impact on the economy. The positive and negative consequences should be thoroughly analyzed and compared. Perhaps the goals set by the Russian government can become a real challenge and lead to the decline of the country.

The main problem in this regard, is the need to maximize benefits and minimize losses. It is a deadline positive balanced outcome of the accomplished task that matters.

References:

1. <http://www.wto.ru>- официальный сайт ВТО
2. <http://www.perspektivy.info/rus>- Россия и ВТО: преимущества и потери
3. <http://www.ruseconomy.ru/> - Плюсы и минусы вступления в ВТО
4. [http:// www.rspp.ru](http://www.rspp.ru) -официальный сайт Российского Союза Промышленников и Предпринимателей

THE COCEPT AND ISSUES OF INTERNATIONAL MANAGEMENT

Korobeinikov R. I., student; Krasilnikov D. N., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: koroman90@mail.ru

Language adviser: G. A. Gasparyan., senior lecturer.

International Management is a special type of management, its main goals are the establishment, development and use of competitive advantages of firms at the expense of business opportunities in different countries and the appropriate use of economic, social, demographic, cultural and other characteristics of

these countries and inter-country collaboration. In general, we can conclude that international management - is the management of various aspects of the multinational companies.

- The structure of international management is similar to the structure of national (or country management), it includes problems covering five main areas of business management:
- Research, analysis and assessment of external business environment and internal environment of the organization;
- Processes of communication and decision-making (including models and methods);
- Basic functions of management (strategic planning and implementation of strategies, structure of the organization, motivation, control and coordination);
- Issues of group dynamics and leadership;
- Issues of corporate performance (personnel management, production, marketing, performance management in general).

The differences stem from the operating company not in its home, country paying special attention to the analysis of external environment and, first of all, everything that potentially carries certain competitive advantages: economy, politics, law, culture, social processes and other aspects of life of a nation-state in the context of strategic and tactical problems to be solved by its territory and / or by companies of the country in third countries. This knowledge and understanding of culture and relevant features of the behavior of its people play a key role and have the charge of fundamentally new competitive advantages (or dangers in a negative form).

Moreover, serious management in international business requires significant scale of qualitatively different information base, to overcome language barriers and ensure the professional management decisions. With regard to the internal environment of the company, here complexity, and differences are determined by the multinational environment. Although outwardly defining categories such as goals, structure, division of labor within the firm, coordination, and even more so process parameters do not contain significant differences from the national model, but all that relates to the principal - people, their needs, perceptions, expectations, especially values and goals of behavior, there is a need to integrate national and cultural factors. The differences here can be very large. For example, almost half of the Japanese view of work primarily as subsistence, while among the Belgians or the Dutch, this percentage is less than a third. Or another equally significant fact: time, plans and programs -are a key element of Western culture in general and management in particular, while Eastern culture simply does not accept the idea, that "there is not a second chance" and refers to time as a kind of infinite resource.

With even more serious problems the international management in a field of communications, where everything from the characteristics of language barriers to rituals and nonverbal communication - bears the imprint of the hard specifics of a particular culture. But it is communications peculiar largely determine national-cultural specification of decision-making: in one culture it may be a model of rational decision-making, in the other one it would be simply irrational behavior of the leader.

Big challenge for the international management is the ratio of global and local approaches to business firms and, consequently, correct formation and development of relations of firms with the host country as a whole and its individual regions. There are many cases when global optimization of the company requires decisions from its management, that are contrary to notions of optimality of local authorities and the population (eg the closure of local enterprises).

In addition, the management of international firms are forced to make complex decisions connected with the light of political, social-economic, monetary, criminal risks in different countries.

National differences and international management

National differences in human behavior, cultural values, traditions lead to complications in the management of multinational firms. The complexity of international management approach manifests itself in the field of personnel management of international firms, especially in matters of motivation and control, since it is here that cultural differences reveal very hard.

Large differences between different national cultures exist in the manifestations of group behavior and the importance of groups in organizations. Polar examples is a purely Western model, in which an informal group is a spontaneous reaction to unmet individual needs, and the Japanese model in which the group is an absolutely natural and often essential part of the company's social structure and the structure of society as a whole. In this sense, the fact that remains for the West, the subject of lively debate (the role and importance of group norms, etc.), for East is the question that has long been settled and self-evident. Therefore, to combine these views and to adapt them to the cultural context of individual national units of the company is a challenge of international management. The same applies to issues of power, leadership and

participation of ordinary members of the community in decision making. At the poles in these areas are democratic and authoritarian management styles.

Exactly the same effect in almost any type of Asian cultures will be very much determined by age, whereas in Western models influence of this factor will be very moderate, it may even have negative aspects.

Significant differences exist with regard to the role and influence of traditions that are an integral part of any culture. Let's compare American and Japanese cultures.

At the heart of American culture there are traditions of the Protestant ethic and the principles of western democracy and free markets, adherence to which is the basic feature of the national stereotype of behavior. The same can be said about the Japanese model - just the same careful preservation of traditions and strict adherence to the canons of the national lifestyle. However, both nations show (and Japanese especially) the forefront of scientific and technological progress, traditionalism does not interfere, but it helps, playing a kind of filtering role. It is taken everything progressive from any sphere of human achievements (scientific, technical, social, economic, etc.) and carefully monitored its effect on the national cultural background, and especially - on the possibility of serious strain. The biggest influence of the traditions on an international manager is not the fear of "offending the tradition", but in the need to evaluate and predict how certain actions will be supported by a local tradition, or neutral with respect to it, or sharply negative (in this case, all efforts must be applied to alleviate the negative impact).

Because of differences in attitudes toward the traditions of national cultures, follow different attitudes to institutional changes. If Western culture stands at the point that, "Changes are good only if they are understood and accepted by executing", in other cultures it may be formulated as "Changes are useful if it is the idea of the head (and no matter subordinates to discuss these issues - simply follow orders). And the culture of Japanese management involves intensive exchange of information between levels of management hierarchy to develop more responsible decisions, which is a kind of intermediate form of a national model of management.

Another example of national cultural differences, which should be taken into account by the international manager, is the approach to assessing the achievements of the employee. In western culture, for any country success, achievement and rational assessment of the employee play crucial role in managing the organization's performance. With regard to Eastern cultures, the role of personal achievements and personal success as powerful motivators work of efficient is of no importance. Although there are large differences: for example, in Indian cultural stereotypes much greater role plays internal achievement, self-improvement of a person, in Japanese culture place of personal achievement is much more modest than the employee's participation in the group success. One thing is clear: if the international manager tried to work in the same way in different cultural contexts, he, in some cases, would have received the results far from effective.

Thus, main features of the international management is to integrate and use cultural features in management of different national groups in order to achieve efficiency and success.

Challenges of International Management

Let's pick out within the main target of the international orientation of Management tasks that can best reflect the specifics of the given economic category:

1. Complex study, analysis and evaluation of the environment of international business in order to find and implement sources of competitive advantages of firms.
2. In-depth analysis and assessment of cultural background in each host country and use its features (recording limits) in setting the strategic, tactical and operational decisions on the functioning and developing firms in the country, as well as a whole.
3. Evaluation, selection and practical use of organizational forms within which foreign operations of the company are maintained in order to maximize the effect of economic capacity and legal capacity of host countries.
4. Formation and development of multinational team of the company and its subsidiaries in the home country and host countries in order to maximize personal potential of employees, the ability of individual ethnic groups and the effects of their interaction within the firm.
5. Finding, development and effective use of a variety of opportunities for international business placement in a variety of industrial and functional areas.

References:

1. Киреев А.П., Международная экономика: В 2 ч.: Учеб. пособие для вузов/ А.П. Киреев. - 416 с
2. Ковалев В.В., Введение в финансовый менеджмент/ В.В. Ковалев. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 768 с

3. Котлер Ф., Маркетинг менеджмент: Пер. с англ./ Котлер Ф. - СПб.: Питер, 2000. - 752 с: а-ил- (Теория и практика менеджмента)
4. Котлер Ф., Маркетинг менеджмент: Экспресс-курс: Пер. с англ./ Котлер Ф. - СПб.: Питер, 2002. - 496 с
5. Котлер Ф., Маркетинг менеджмент: Пер. с англ./ Котлер Ф. - СПб.: Питер, 2003. - 800 с: а-ил- (Теория и практика менеджмента).

ARE MTPL TARIFFS RAISING REQUIREMENTS WELL- GROUNDED?

Krivovyaz N. V., student; Vorobyova V. V., student

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: awatanchik@yandex.ru

Academic adviser: T. V. Kalashnikova, candidate of science, docent, N. A. Belenyuk, candidate of science, linguist.

The MTPL topic is becoming more and more popular. In most countries automobile insurance is unprofitable business and it serves to attract clients for voluntary insurance. Nowhere this brings in return. All over the world the level of profitability is no more than 2-3 per cent. Compulsory automobile insurance seems to be a kind of social insurance for insurance companies. Foreign experience of introducing MTPL demonstrates that unprofitability of this business appears to a full extent in a couple of years. However, practice shows that not all countries, this type of insurance is bound to damage and reduced tariff rates do not cause losses, it follows from the example of Israel and Japan.

The MTPL system is applied in many countries but there are some features in Russia. Insurance terms and conditions are settled by state and insurance tariffs are also controlled by state. The tariffs were scheduled on 7 May 2003 according to Government Regulation of Russian Federation № 264 and have been changed yearly. To the current moment Federal insurance oversight service accounts demonstrate that loss ratio is close to maximum permissible value in more than 50 regions, it exceeds 77%. But this index in most large insurance companies runs up to 30% [3].

Actuarial problem was urgent during all history of insurance development because the company's future and the customer's will to buy insurance service depend on the tariff rate. It requires efficiency and the right choose of design procedure.

In 1993 Russian Insurance Supervision Service precept the Arrangement №02-03-36 establishing two techniques of tariff calculations for risky types of insurance. The choice depends on the present data and observance of rules.

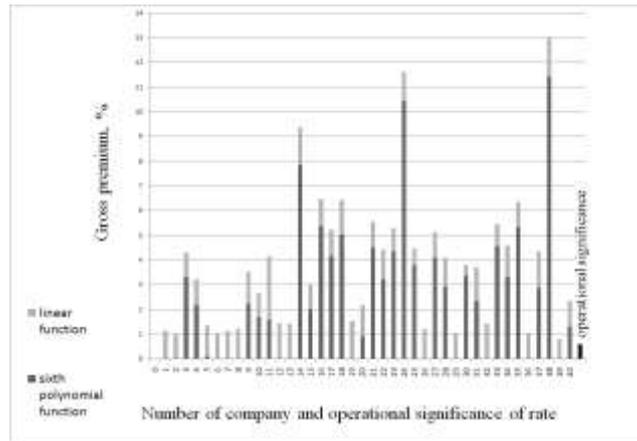
According to calculations conducted as provided by federal methods, many experts and insurance companies' representatives ground the suggestion of increasing MTPL tariffs.

Using the second technique which allows to work out the tariff rate relying on total receipt of insurance money on account and insurance payments a research for 40 Russian insurance companies was conducted. We explore the level of their MTPL unprofitability for the period from 2004 to 2009 and its correspondence to the tariff rate.

This very method is based on using the linear trend model so that actual data for loss ratio of sum insured are leveled with the help of linear equation. But this does not take into account the random deviate so we need regression method for more accurate calculations. The loss ratio as the method was updated was approximated by different functions such as linear, exponential, logarithmic, power functions and square, fourth and sixth polynomial functions.

In terms of approximation minimum error and maximum coefficient of determination the sixth power polynomial was chosen as the best variant.

The results of the research are pictured below.



Pic. 1. Predicted gross premium value and its actual mean value

The actual mean value of tariff rate is calculated as attitude of the average insurance policy cost (which amounts to 2344,8 roubles in 2009) to the MTPL sum insured (400 000 roubles). It is equal to 0,59%. We can conclude that companies which have their gross premium at the level of more than 1,6% (that is three times more than real tariff rate) are at stake of bankruptcy this year. There are 22 such companies i.e. 55%. 14 companies i.e. 35% function stably and do not need tariffs increasing. The increasing would be salvational only for 10% of companies i.e. 4 of them.

So, it is evident that requirements of tariff raising are unreasonable. This will worsen car owners' discontent but won't stabilize the market situation. There are other problems to solve which are connected with the introduction of MTPL in Russia:

- stock of the vehicle not of the car owner (bonus-malus) while insurance premium calculating;
- long waiting for traffic police in case of traffic accident;
- absence of state institute examining injuries and disablement.

References:

1. Federal Mandatory Automobile Liability Insurance Law № 40-FZ passed on 25 April 2002 with changes of 24 December 2002, 23 June 2003 // Garant
2. Vahterov M.I. Who are actuarians? // Banking in Moscow №8(68). 2008. URL: <http://www.bdm.ru/arhiv/2000/08/50-52.html>
3. Most reliable insurance company // 2009. URL: <http://rating.rbc.ru/category.shtml?insur>

THE CRUCIAL PROBLEMS OF RUSSIAN INNOVATIVE ECONOMY

Lashinskaya Liudmila, student

Tomsk Polytechnical University

E-mail: las-lusia@yandex.ru

At the end of 20th century the mankind entered into a new stage of improvement – the stage of post-industrial economical creation. It means informational technologies, computerized systems, high industrial technologies and innovative organization of several types of activities.

The ultimate aim concerning making post-industrial economy should be formation of innovative economy mostly. Hence, it is one of the major strategical directions for Russian economy today as it was noticed by our president.

Innovative economy's development is extremely urgent issue for the present times, at least, because of our slippage from economies of leading countries. We possess the dominance of bioengineering, nano-technologies, information, etc., but simultaneously our home country is still staying at the industrial stage. As the case stands, Russia is going to take "back seat" in the structure of labor allocation throughout the world.

These days developed countries have about 75-90 percentage of GDP growth provided by increase of innovative sector. In Russia this index has the level of 10% only. To be more precise, Russian loss of profit from innovative slippage equals to 1214 billion dollars per year. As a result Russian economy has the competitiveness decline as well.

The growth of innovations will permit Russia to enter into new worldwide markets. Moreover, just innovative growth could provide the entrance into world markets because innovations mean, first of all, creation and manufacturing of new goods, consequently, it deals with creation of new markets. Meanwhile to create new ones and try to occupy leading positions there seems much easier than make an attempt to be fixed at existing markets with strict competitiveness.

It is considered that crucial problems of Russian innovative economy deal for the most part with the problems of a science and education. Russia has an obvious shortage of managers aimed to realize innovative project development. First and foremost, the substantial problem connects with a staff problem. We have too small amount of prospective middle-aged scientists in universities because in a hard time of 1990s they went abroad with the aim of working there in the science sphere and having well-paid jobs with plenty of prospects. The problem of “people’s absence” for the continuation of science customs remains urgent, actual and even could worsen. It is necessary to increase the prestige of engineering professions, which are not defined only by the level of salary.

Science is on the terrible gap with the manufacturing now, and it bounds the development of applied branches. During the process of supplied projects embodiment that connect with delivery of new goods on the market, we have real gap between goals of scientists and investors. Their interests are different – the first side is interested in commercial question and, simultaneously, another one – in scientific question. So by the defining of priorities for the state financing we are to make an accent on the opportunity of scientific design’s embodiment in manufacturing.

There – in the investment structure of a science – should exist the dominance of private corporations’ facilities.

Universities do not graduate experts in the sphere of a narrow specialization that are needed in economics. The situation will change if universities will choose the way to graduate specialists only with the booking of particular firms.

The growth of GDP could present only with the necessary inflow of investment that could accordingly provide the increasing of investment. So we highlighted second main issue connected with innovative problems of Russian economy.

According to the existing rating given by the Center of Development, Russian economy need an increasing of the investment level in the basic capital to 28-30% from GDP, but now this index equals to 18%. So first of all, we have to improve those parts and sectors in which Russia has specified backlog. The priority of energy superpower is saved. Consequently, the strategy of development for Russian economy separates between innovations and heat-and-power engineering. The last one has the dominate amount of investment and works with the damage for innovation sector.

Expensive labor, severe climate, administrative load – all of them indicate about dead-end way for development of cheap manufactory in Russia with the obvious example of China. Also these factors testify about absence of obvious advantages for a sharp jump in economics diversification. Just the innovative growth is able to move Russian economy on a new qualitative level.

Gap of innovative process

The problem of demand absence on innovations has the historical origin and it is directly connected with the problems of 1990s. That time economical collapse was the reason for downsizing of investment in the development of innovative technologies 5 times more. Backward manufacturing (after economical cataclysms of 1990s) is not able to generate the demand on innovations because it is anxious now about the problem of modernization. That is why we have to make an accent on innovations in renewal of equipment in order to initiate the demand on innovations. Decreasing of basic technologies import can be the stimulus for development of Russian innovations but for this embodiment it is necessary to create some legislative barriers from the government.

Moreover, technological backwardness makes a “sophisticated” demand on innovations because such technologies are designed that could be senseless in time of modern manufacturing but they are actual for Russia. The potential of Russian market reforms begins to realize now, and at every stage we have to utilize that innovations which are already well-known all over the world. This way definitely passed by China and India. Moreover, Russia needn’t to rely on opportunity of innovative technologies purchasing only from abroad because, as a fact, they sold us updated ones. In Russia we have the demand on innovations; however, today domestic producers prefer to buy goods that were tested on the West that will not entail high risks

as it is. Now for Russia it is too urgent not to create new innovations but to implant new ones that already exist in the world.

Possible extensive creation of innovations for Russia

There are plenty of ideas and theories in Russia, but simultaneously a shortage of real embodiments. Russia has real backlog in nanotechnologies and other perspective innovative branches, but still we have no practice.

It is essential to create national innovative system within the bounds of which there will exist the creation of innovative products from the stage of ideas till the stage of real embodiment. For this we need to form the connections between enterprises of innovative technological sector.

It is necessary to form state centers dealing with the consolidation and official registration of innovative projects and with the leading them up to production. Also these centers are to organize the work with investors.

We have a problem with patents. So the problem for patenting of Russian innovations is the absence (great shortage) of necessary experience and law supporting. As a result patents are lightly get round by the competitors. As a result we need a help from government that will finance the law supporting for Russian innovators.

Government as a big part of existing economy plays not the best role on its efficiency and even worst competition conditions and holds innovations.

As a matter of fact only innovation project of economics development is capable to provide welfare advance for Russian economy. And with it the risk after innovation plantation generates the risk of the whole innovative project and consequently for all Russian future. Unfortunately, the topic about innovations mostly exists on the level of discussions and negotiations but doesn't connect with the real processes and practice. As a result we have quite pessimistic future from my point of view.

In conclusion it is necessary to accumulate everything we said about innovations as a part of Russian economy.

First of all, Russian innovative sector today is extremely insignificant against the background of the whole economy;

The crucial problem impeding the development of innovative sphere of economy consists of the demand absence on such a kind of goods at internal market;

The problem-free development of Russian economics is possible without realization of innovative growth script;

Paramount goal for Russian economical growth is the object of industrial facilities modernization. Solution of it will stimulate the demand on innovations;

Active innovative development need the origin of crisis challenges;

Realization of innovation script seems impossible without government supporting in the network of complex policy about maintenance and stimulation to innovations. It also supposes the creation of national innovation system.

References:

1. T. A. Ismailov "Innovative economy – strategical direction for Russian development in 21 century"// Innovations, №1, 2003
2. N. I. Ivanova "Innovative economy of Russia at global context"// Advanced Russian Technologies, 2004
3. Interfax – CEA "Centre of economical analysis", 2007

VIETNAM'S WAY TO WTO

Liu Fu Tan

Tomsk Polytechnic University

Scientific supervisor: Rakovskaya V. S., Senior Lecturer

The achievement and advance of technology and science in the recent 50 - 60 years have improved the specialization process and cooperation among many nations. Besides, they have made production forces internationalized and highly socialized in international scale. In order to adapt with this trend, all the countries around the world have modified their policies to the open direction of economy. Gradually, World

Trade Organization - WTO, stands for the globalization process, was established in Marrakech on 15th April 1994 and began to work from the 1st January 1995.

The purpose of WTO is to improve the living standards and ensure full employment with high income, practical needs, and a stable development. More than that, WTO is developed to commerce, service, maintain, and protect environment of all nation members. Hence, WTO will be a forum for negotiation between all the nation members as well as a place for setting up and ensuring the equality or common rules, approved by the members.

Catching the objective trend of globalization process and the integration of international economy in the world, Vietnam carried out economic innovation policies, opened market, and reformed the economy. In the last 10 years, Vietnam has joined these economic organizations: 1) ASEAN (7/1995)-Association of South-East Asia Nations: The aim of this organization is to cut down taxes step by step, and put off protection measures and trade barriers in order to enlarge the flow of goods among the members; 2) Attended and established ASEM - Asia Europe Summit Meeting; 3) APEC (11/1997) Association of Petroleum Exporting Countries

In order to participate the international organizations, Vietnam has to change its economic policies which are not suitable with globalization process, and improve the international investments. Besides, Vietnam constantly signs the agreements of trade and investment to create the economic - investing relationships, opening the market wider, and increasing exports to international market. With these preparations, on the 1st January 1995 Vietnam decided to apply for WTO and has become an observer since then. By now Vietnam has established trading relationships with over 150 countries in the world and signed 87 bilateral trading agreements in which the biggest is the bilateral trading agreement between Vietnam and United States of America.

Until now, Vietnam has always tried to innovate the economic policies to meet the common participating requirements and WTO requirements in particular. In the last 5 years, Vietnam has approved many important laws in order to improve the business environment and to be suitable with international commitments such as: Law on investment, law on bids, law on Knowledge possession, Law on modifying and adding some points of VAT law and special consuming law, law on Transferring instruments, law on electronic transaction, etc, and even the laws which have close relations with business environment like law on anti corruptions, law on saving and anti wasting, law on protecting environment... etc. GDP rate, for the last five years, has reached 7,5 %, and in year 2005 was 8,5 %, a record in the past 9 years. Agricultural density has reduced to 20,7 % while industrial density has increased to 41%. Official development assistance ODA and Foreign direct investment FDI sources are continuously increased, and until now, Vietnam has finished negotiating with 23 countries among which is USA redoubtable component.

However, we currently have a big question, “ Is it the right time for Vietnam to join WTO ? Does the preparation during the last 10 years give Vietnam the ability to join this large and severely competitive environment?” Besides all successes Vietnam has achieved, it is impossible to forget many difficulties and defects Vietnam has not overcome. Now, because many national enterprises are mainly supported by the government, they are lack of the ability to compete alone. Hence, when joining WTO- the largest competitive market in the world, they can be bankrupted easily. To the experienced and grown up enterprises, joining WTO brings them very big advantages and profits such as enlarging consuming and labor market (because Vietnam has advantages of low cost and price), acquiring technologies, management as well as marketing skills, and building trademark from abroad. However, joining WTO also makes Vietnam become a profitable market for other members. Thus, it is impossible to avoid the risk of losing market shares since Vietnamese enterprises' competitive ability is still much weaker than others in the area. This can lead to a big reduces in production, a lot of changes in business field, and even many bankruptcy cases due to the weakness in competition of imported goods. Moreover, investment streams will flow strongly into Vietnam, concentrating in production fields, services, export, and domestic market. With weak management and lack of experiences in the market, Vietnamese companies will be easily taken over by foreign companies.

However, since integration is an indispensable trend, Vietnam cannot avoid this common trend. In the other hand, no one can predict what will happen in the future; Let's take China as an example. After 4 year participating in WTO, this country has won against many multinational enterprises in this huge market. Hence, surely that there is still a chance for Vietnam to become the second China.

THE MAIN PROBLEMS OF THE REFORM OF HOUSING AND COMMUNAL SERVICES IN RUSSIA

Makarova K. I., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: ksushechka@sibmail.com

Scientific advisers: Rakovskaya. V. S., senior lecturer; Yakimenko E. V., senior lecturer.

Nowadays in Russia the production structure of multi-housing and communal services includes more than 30 types of activities leading from which are: housing, electricity, heat, gas, water and sewerage drainage waste water, improvement of houses. Areas of improvement include the town road (cobblestone, gravel, asphalt, asphalt, tile, etc.), pavements of all types, bridges, overpasses, embankments, storm drainage, shore facilities, green areas (parks, gardens, squares, boulevards, lawns), street lighting, facilities and funds of cleaning up city streets from rubbish and snow.

Based on Russian data from 2009, the utilities sector is unique:

- The share of assets in the industry of total assets is more than 26% (3rd place after transport and industry);
- Consumption of energy is more than 20%;
- Number of employees is more than 3 million people (2nd place after construction);
- 19 million buildings of housing area, which square is more 3 billion square. m
- 65.991 thousand heat sources, including 40.2 thousand municipal boiler-houses;
- The length of heat networks in the two-pipe terms - 176,5 thousand km;
- Length of water networks - 527.9 thousand km;
- Total length of sewerage networks - 527.9 thousand km. [1]

In Russia, the level of housing does not meet the requirements: performed tasks are not carried out fully, and it affects to the reduction of quality of life. So the housing problem is the sharpest social problem in the country. Therefore, the reform and development of the housing sector, which create the necessary conditions for human life, are the most important direction of social and economic transformation. The leading branch of this sphere is housing, which ensures the reproduction and maintenance of housing, as well as bringing of utility services to the direct consumers.

The reform is the modernization of the housing and communal sector of the country. Today the power of utilities is worn out to the limit and it is in needs of updating. According to the Ministry of Regional Development, in Russia average utility depreciation is about 70%. The index increases by 2-3% per year. Moreover, about 30% of the basis assets of the housing and communal services are fully served out normative terms. The depreciation of basis assets still continues to grow, sequent increasing the probability of technological and environmental disasters.

Another problem in this industry is the absence of consumer's ability to influence to the number and quality of services of utilities. Over 80% of families in Russia, living in apartment buildings, are not buyers, they are the consumers of housing and communal services. The population lacks basic "market rules", they can not control the amount and quality of services provided, they can not to bargain on price and even can not stop the consumption of the services. The amount of utility often is unknown and variable. For many types of services suppliers can not follow the principle "for what I paid so much and get". It is still a question, who gets the goods: household, the housing company, the management of a single customer, the municipality. Moreover, it is impossible to understand what is the product: resources, which calculate norms of consumption (Gcal, liters, kWh), or the parameters of comfort, which estimate based on the quality of the work of the municipal utilities (temperature, moisture, water-working appliances, lighting and cleanliness of streets, etc.). We are talking about the market, where it is clear who is behind the counter, but it is unclear what lies on the counter, it is clear who pays, but it is unclear who decides to purchase.

To sum up, the housing sector has difficulties with the sharpest shortage of finance, weak material-technical base, lack of qualified personnel, lack of considered housing policies and weakness of legal aspects of the organization the relationship between the government and consumers. [2]

So the key issue in the state's economic and social policy today is the reform of housing and communal services. So the main objectives of reform are:

- 1) The reduction of the cost of housing and communal services;
- 2) The Improvement of the utilities management;
- 3) The improvement of the financial mechanism of Housing;
- 4) The attracting of investment in the reform. [4]

There are two alternative approaches to reforming housing and communal services:

1. The reduction of the financial expenditure of the budget in the housing sector for the release of funds, which turn to social needs.
2. The restructuring of economic relations in the residential sector of the city through the demonopolization of housing sector, improving governance, creating a competitive environment and effective resources.

Recent public discussions about the housing problems are concentrated exclusively on the problems of the management of apartment houses, which is an important issue in utility reform. Multiple dwellings can be long to social, private, corporate, collective. Homeowners are the state and municipalities, private companies and private individuals, trade unions and churches, non-profit organizations, and industry giants. House owners try to gather more funds from their tenants, but they not always ready to maintain a good level of service, good repair, and comply with a condition of the employment contract.

In contrast to Russia, there is a big share of rental housing in most countries in spite of the support of private property, including private ownership. For many decades, in some Western European countries the building of new affordable rental housing supports. The rent pool of these countries is more than 50%: Sweden - 57%, Netherlands - 55%, Germany - 62%. [4]

In general, if there is the balance of interests between utility producers and consumers in many countries' modern practice of organizing of the housing and communal sphere clearly shows that utilities can effectively operate and generate substantial profits.

Today in Russia, as in Tomsk, there is a focus on the support of the apartment owners, namely the establishment of homeowners' associations and management companies. It is believed that the increase in the number of homeowners will lead to the acceleration of the housing reform.

In Russia the reform of housing and communal services and, especially in Tomsk, has been held for some time. The state had developed major programs; which is aimed at the reform. There are Federal Targeted Program "Housing", national project "Affordable and Comfortable Housing", regional target program "Modernization of municipal infrastructure, Tomsk Oblast in 2006-2010". Also in 2007, The Federal law № 185 "About the Fund of facilitate to the reform of housing and communal services" was established. [5] But significant improvements in this industry, we still do not see. The reasons are many factors:

The reform is essentially preserved expensive machinery, which bring the "center of gravity" for payment of utility bills from the state to the population.

The current concept of reform is not considered scientific, technical and socio-economic progress, which are the base of improving the Housing efficiency. The progresses can reduce the tariff through the introduction of highly effective and resource-saving technologies.

The introduction of market elements in the utility systems are not properly associated with increased efficiency and quality of provided services. [6]

So when will the problems be solved as:

- Modernization of the power of utilities and housing;
- Turning of utilities to market rules work (with the abolition of state monopoly, with the involvement of private business, which is the creation of competition);
- Achievement of high public services quality and compliance with social safeguards;

Then we can say that the main objective of the reform has been achieved.

References:

1. <http://www.gkh-reforma.ru/>
2. Management Apartment Building / Magazine. - 2009. - № 2.
3. <http://www.reforma-gkh.ru/>
4. Foreign experience of the housing authorities: <http://cao.mos.ru/document/2005/08/13/d210/>.
5. Federal Law of 21.07.2007 № 185-FZ "About the Fund of facilitate to the reform of housing and communal services".
6. Management Apartment Building / Magazine. - 2009. - № 5.

STIMULATING MARKETING EFFICIENCY WITHIN A COMPANY

Mertus J. A., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: violet@sibmail.com

Scientific advisor: Mogilnitskaya G. O., PhD, the senior lecturer;

Language advisor: Matalasova E. Y., senior teacher

Marketing efficiency reflects the quality of marketing managers operations in the market. Thus they pursue the aim of expenses optimization and achievement of good results of the activity both in short-term and long-term periods. In conditions of tough competition and unstable economy it is necessary not only to estimate marketing efficiency of a company, but also strive to increase it in every possible way. Therefore the purpose of the given article is definition of methods of increase of marketing efficiency in a company.

To raise marketing efficiency, it is necessary to estimate it correctly, for a star. So, it is necessary to begin with identification of objectives of marketing efficiency estimation. This estimation in a company usually pursues two aims:

1. To justify marketing efficiency at the development or decision-making stage; choose an optimum variant.
2. Identification of final marketing efficiency after the termination of the certain period of time, on the basis of achieved results.

Determination of marketing efficiency is necessary also to reveal the factors influencing marketing efficiency indicator, their interdependence, and nature of their influence on an efficiency indicator, to reveal reserves to increase efficiency.

The set objective defines the time of efficiency estimation – before carrying out marketing actions or after them. The data which are necessary for the efficiency estimation depend on it as well as the way of marketing efficiency estimation. For example, if the estimation objective is to justify the choice of the optimum variant of goods packaging, then the opinions of potential/target customers of these goods are vital. Accordingly, the possible ways of data gathering are: questionnaires, surveys, telephone surveys, promotions etc. On the basis of the received data the method of efficiency estimation is chosen: comparison of qualitative indicators, putting estimation marks and the choice of the best ones.

The given example shows that each subsequent choice depends on the previous one. Hence, it is necessary to pay close attention to the selection between alternative ways, methods, and purposes of estimation. The final result of marketing efficiency estimation depends on those all.

Besides, in order to define marketing efficiency within a company, it is necessary:

1. In the course of marketing plan development to define criteria concerning which the process of measurement, while implementing marketing plan (the control of results of marketing activity) will be carried out.
2. To define the expenses connected with marketing implementation (to appraise the estimate of expenditures for marketing where all articles of expenses for marketing will be presented).

The indicator of marketing efficiency itself is defined by the comparison of the achieved effect in the issue of marketing practice (which more often, but it is not obligatory, is expressed in the form of profit or income) with the expenses which caused this effect. This way economic efficiency of marketing will be estimated. It is also necessary to define psychological efficiency of marketing, comparing indicators (market share, sales volume) with the previous periods and with competitors since it is necessary to consider the situation in the market as a whole.

Having estimated marketing efficiency it is essential to draw corresponding conclusions and take measures to increase it. Experts single out five factors, promoting marketing efficiency:

1. Marketing strategy. Marketing efficiency increase can be achieved via use of surpassing marketing strategy. Correct product positioning leads to its more success in the market than competitors' products. Even with the best strategy, marketing experts should carry out the programs properly to achieve extraordinary outcomes.
2. Marketing creativity. Even without change in strategy, the best creativity can improve results. For example, without change in strategy AFLAC company has achieved stunning results with the carrying out 'The Duck' (AFLAC) campaigns. With introduction of this new creative concept the rate of company's growth flied up from 12 % prior to the beginning of campaign to 28 % after it was carried out.

3. Marketing practice. Improving their operations in the market, marketing managers can achieve outstanding results without changing strategy or creative performance. At the level of marketing-mix they can improve practice, making little changes in any of 4Ps (Product, Price, Place and Promotion), i.e. managers can improve the efficiency and receive the increased income. At program level managers can improve their efficiency, managing and conducting each marketing campaign better. It is well-known that interaction of marketing creative strategy through various mass media (TV, radio, press and the Internet) and not just every single message can strengthen and increase influence of all marketing campaign. For example, it is possible to edit the web-site content to improve the results of search.

4. Marketing infrastructure. Improvement of marketing management can lead to essential increase in company's profit. Management of agencies, budgeting, motivation and interaction of marketing practices can lead to increase of competitiveness and improved outcome. Full responsibility for leadership and results is often exercised by one department in an organization, but it is necessary that everyone is responsible for the result.

1. 5. External factors. Using seasonality, change of consumers' interests and environment changes for the benefit can help marketing managers to improve marketing efficiency.

2. Information exchange with other companies, implementation of existing techniques can also be used for this purpose. For example, to improve efficiency McKinsey uses tactics of expenses reduction which includes five key factors:

1. Application of PSM discipline. It includes suppliers' association, revision of contracts, reduction of total cost of key purchases and simplification of buying processes to reduce expenses. Due to such an approach costs can be reduced by 15-25 percent.

2. Elimination of wasteful marketing programs. Estimation of real return of investments for each program and ascertain original causes of inefficiency give companies the information which should improve or eliminate inefficient programs.

3. Redistribution of expenses to critical "narrow" places. Detection, where in the marketing process brand faces difficulty – a bottleneck – allows a company to establish definite purposes of expenditures and to achieve better efficiency.

4. Strengthening the power of advertising messages. Providing brand development by critical messages increases the value of each message (that allows launching fewer messages and, accordingly, spending less means). Effective message transfer assures consumers that brand meets all requirements they have and also mentions unique «motivators» which inspire consumers to the purchase.

5. Final costs optimization. It is necessary to establish priorities and to adhere to them all the time, establish critical cost values and do not exceed them.

Thus, there are many ways and methods of increase of marketing efficiency in the company. It is only necessary to identify who should be engaged in it. It is possible to outsource this function that allows avoiding bias and overestimation from the side of the employees. But this method is rather expensive and does not let marketing efficiency estimation all the time, but only during a certain period. It is better to have the employee responsible for marketing efficiency estimation – marketing efficiency manager. This expert will be constantly involved in the issue and can make timely recommendations on updating marketing practices to improve marketing efficiency of a firm.

It is necessary to measure marketing efficiency and improve it accordingly. It is a responsibility of the qualified expert who will choose the optimal option from all the possible ones for a particular company.

References

1. Marketing effectiveness / WIKIPEDIA. The Free Encyclopedia / http://en.wikipedia.org/wiki/Marketing_effectiveness
2. McKinsey AND Company. Maximizing the Effectiveness of Marketing Spending / Our Service Lines / <http://www.mckinsey.com/practices/marketing/servicelines/mse.asp>
3. Данько Т.П., Китова О.В. Система управления эффективностью маркетинга // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2008. – №5.
4. Лидовская О.П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы. Готовые маркетинговые решения. – СПб.: Питер, 2008. – 141 с.: ил.
5. Яшева Г.А. Эффективность маркетинга: методика, оценки и результаты // Практический маркетинг. – 2003. – №8.

INSTITUCIONAL DEVELOPMENT OF HUMAN SERVICES

Minina T. A., student

Tomsk polytechnic university

E-mail: tatyana-badgirl@mail.ru

Scientific advisor: Kosov V. B., Senior Lecturer. English lecturer: Smirnova A. J.

Today the human services as a part of national economic complex develops very quickly and forms in separate countries almost 80% of GDP. It assures the employment of the main part of economic active population, promotes increasing the level and standard of lives of the population, reduces the social tension in the society, plays an active role in the reproduction process, first of all – in the reproduction of the human stock.

The human service is everything (the place, time, subjects, conditions etc.) that creates and implements the services, which are the result of the purposeful activity, realized to made to order (on request of the consumer), act of the interaction of the producer and consumer. In its turn, service is an attendance, which is determined by the social order from the direction of society, its separate parts, groups and the state.

The Service is an organized action on rendering of a type or several types of assistance on a long, as a rule, systematic base. For instance, the service of the car attendance can show a neighbour on your house, garage etc., or a car service, which has a license, an organized legal form, a structure, a trained personnel etc.

Aforesaid allows us to draw a conclusion, that we have to structure and classify the human services and the service apart, at the same time there is a possible coincidence of separate features, according to which the classification will be realised. In the principle plan of the difference, in our opinion, in that, that the service is more structured and institutionalized, than the human services, however, both of them need the further ranking, structure development and institutes, providing development and increasing the level of rendering services.

The task of the human services is to satisfy the need of the population, so in the sphere management there is a domination of the interindustrial approach, a link of rendering the different services, their concentration on the definite area, often in the context of the municipal complex.

Considering this, making-up the different institutions plays a significant role in the development of the human services and in providing the population with the various services. Using institutionalization in the human services we mean the set of formal and informal standards, norms, rules, procedures, value directions etc., providing efficient interaction between consumers and manufacturers of the services, realizing their own social functions.[4, p.126]

Condition of the emergence of any institute in the human services and the service is the presence of the corresponding needs, for satisfaction of which it is necessary to have one or another way of active interaction of the producer and consumer. The needs of a definite service are described with the following characteristics: generality of the display (the sufficient volume of the demand), temporary and spatial stability, development of the needs under influence of different factors and its conjugacy with others.

Institutionalization is a process of the shaping (the production) and fastening the standards, norms, rules of rendering the services, status and subject roles: producers and consumers of the services, setting them into the system capable to assist the satisfaction of requirements in the definite service, type, group of services.

The content of the institutionalization in the human services is in shaping and fastening the firm, regular, ranked relationships of the producer and consumer in the service market, in connection with it the process of institutionalization includes some stages:

- 1) emergence of the service need , which satisfaction expects the organized actions of the producers and the consumers;
- 2) shaping the total goal of the process participants;
- 3) study and analysis the norms and rules, formed in the course of natural interaction of participants in the service market and the interested people;
- 4) shaping the procedures, standardized rules of the behavior in accordance with the norms and rates;
- 5) direct institutionalization of rates, rules, procedures that is to say their practical application;
- 6) determination the system of maintenance the rates and rules;
- 7) determination the directions of the institute development.

In this context it is possible to speak about the state and social institutions of the federal, regional and municipal level, profile and nonspecialized, sectoral and intersectoral, from the direction of the consumers and the producers, including different interested people, as well as joint etc.[3, p. 89]

The main work on improvement of the human services is carried out in regions and municipal institutions, so the main parameters must be developed here and the concrete standards for the human services must be defined, taking into account the local specifics.

The principal thing for regional and municipal level is the development of strategies of the complex development of the human services in the region (the municipality) with instruction the parameters (the indicators), which the participants of the market services have to follow. On the basis of the strategy the norms, social standards, rules must be designed and approved, they have to provide high-quality complex service the population in the region, municipal institution.

Regional and municipal authorities have charge of condition of the human services on its territory and can form regional and municipal order on granting definite priority services and development of the special directions of the human services. Into the order it is necessary to include the facilities for disabled people, poor families and the other categories of the least protected population.

The work on licensing, certification and standardization must be organized in regions. On regional and municipal level it is necessary to conduct the serious work on restructuring the enterprises of the human services, on creation the effective multidisciplinary structures, capable to provide firm activity for a long-term period. It is necessary to join it with the location of the enterprises.

The fact is that during the privatization, in the following periods the enterprises changed the owners, the profile of their activity etc., in connection with that a very irregular structure of objects formed in the domestic service, trade, sphere of the culture, sports, rest and others. The aim of authorities is to optimize the geography of the human services, to raise the level to accessibility and complexity of rendering the services.[2, p. 110]

It is necessary to revise some approaches to classification of the services in state statistical reporting. It is impossible to value the development of the human services only on growing of the volumes provided pay services in the cost estimation. The priority factor must be a physical volume and satisfaction of the consumer. So it is reasonable for the local statistics to keep books on the own factor, reflecting particularities of the region, municipal institution.

One of the key directions of the work on development the institutes in the human services is an assistance to shaping the institutes of the civil society in the manner of public institutions, associations, both on the part of consumers and the producers of the services.

For instance, in Moscow region there is a board of directors of trade and life, an alliance of the hairdressers and cosmeticians, an alliance of the hairdressers of Odincovskij district, an association of the enterprises of home services of the Klinskij district, a guild of the bakers and pastry cooks and others. Buturlinskiy district of the Nizhegorodskaj region has its site, where you can find various information on the human services of the region. The similar site exist in the city Gubkinskiy. The site of the Department of consumer market services functions in Moscow, the activity of the Society of Russian consumers develops and its effectiveness increases.[1, p.97]

We would like to have in Tomsk formed institutions – such as alliances, associations, guilds and the sites, where it would be possible to find all the necessary information of the services.

As is well known, the service is not felt, not material, so her its quality is estimated by the consumer, but is formed by the producer. Only coordinated actions of the producers on basis of agreement, their professional pride and conscience will help to install the standards, take the obligations upon their execution and define the system of the checking and responsibility for non-observance.

In conclusion, it is necessary to emphasize that the contradiction between the needs of people and material conditions of their satisfaction always exist, so the institutional structure of the human services must provide a balanced and efficient interaction of the producers and the consumers of the services in conditions of economic, social, organizational and other available restrictions.

References:

1. Концепция социального государства Российской Федерации: Сборник. М.: АТиСО, 2004.
2. Общероссийский классификатор услуг населению ОКУН.
3. Олейник А.Н. Институциональная экономика: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2007.
4. Светлаев А. Институциональное развитие сферы услуг // Российское предпринимательство, 2009(4) с. 126-130.

THE DEVELOPMENT OF SUCCESSFUL CUSTOMER LOYALTY PROGRAMS

Muhamedova M. M., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: marketing_87@bk.ru

Scientific advisers: G. O. Mogilnitskaya, assistant professor, Ph.D. in Economics.
E. Y. Matalasova, senior teacher

"As a customer's relationship with the company lengthens, profits rise. And not just by a little. Companies can boost profits by almost 100 percent by retaining just 5 percent more of their customers" - F.P. Reichheld. So every business should have customer loyalty program as the attraction of a new customer costs five times as much money as assure a current customer to come back and do business with you. That alone is enough reason to have customer loyalty program.

The basic benefits of using loyalty program:

- Acquiring new customers
- Increasing the spending of existing customers
- Improving the natural churn rate of customers
- Increasing profitability products

These loyalty program benefits form the basis for all loyalty programs.

Loyalty program isn't just giving customers discount or lower price. These customers are likely to do business with you anyway, and this action may not change their behavior and make them loyal to you. Customers can almost always find cheaper products or services. Ultimately, they will invest a greater share of their money for company which delivers superior value. Competing on price, or any other single aspect, may pull away customers from other producers in the short prospect, but it will be difficult to keep them for a long time.

For the development program which to fully capture customer's loyalty and convert this into sale proceeds and profitability, keep in mind important elements that are critical to the success of loyalty and rewards program:

Targeting. Many loyalty programs fail to precisely target and segment their customers. For example, customer expects individual way and higher value purchase, while producer offers "discount", which only erodes expectation to build actual loyalty.

Precision. The goal of program should be clear. Customers need to understand what's expected from them and how they can benefit. In other words, there can be no ambiguity. The program must be simple and easily understandable. All employees should be able to explain the niceties of program to customers in a way that is easily understood.

Rewards within reach. The rewards of any customer loyalty program must be obtainable. The structure of bonus and rewards system should be established in a multilevel form in order to provide program members an opportunity to receive the perks and rewards associated with membership in loyalty program. Random instant rewards stimulate the excitement, interest and desire.

Knowledge. One of the most significant pitfalls of effective loyalty marketing is the use of tactics without reliable data analysis about customers. Use survey by questionnaire to ask target group what really matters to them. What do they expect from loyalty program? What is the most enticing? What prizes are the most valuable? Using such information can be incredibly valuable in designing a program.

It is imperative to understand that opportunity to get competitive advantage can exist if only the loyalty programs are built around the customer's needs and interests and not on what a company can make and sell.

Communication. The making of loyalty and rewards program enables to proactively communicate with existing members instead of passively waiting for them to return to web site or shop to buy your product. A rewards program enables company to easily and inexpensively create communications with customers who are interested in products of company. The main target of a program is to create communications support and enhance brand in a way that obtain important differences from the competition.

Measurement. Any company must measure the results. Every action can be measured and should be measured and when measured, will help build better relationships with buyer. Never lose sight of the top 20% of your customers who generate the majority of your sales and profits. Researches indicate that consumers who have loyalty connection with a company are less liable to switch to competitors during tough times.

All of these key steps can be used in the various kinds of loyalty programs.

Cash back. This program allows participants to accrue financial benefits from purchases that are saved up and redeemed after achievement a set limit or time period. These benefits often form a discount of a percentage of total purchases over a month or quarter. The discount is often presented in the form of gift certificates to attract customers back to the shop.

Advantages

- Simple way to communicate and keep customer
- It makes it possible to avoid the "discount on every purchase", stimulate customer spend more
- Does not require much costs
- Producer can offer different award in dependence on customer value

Disadvantage

- Does not provide instant gratification
- Can be expensive depending on the discount threshold
- Easily emulated by competitors

Discount programs. These programs offer a specified percentage of the retail price. The discount can be for the specific product or for the total basket of purchases. Discount programs typically offer instant benefits to participants in the point of sale.

Advantages

- Simple to consumers
- Instant gratification
- Usually easy to conduct

Disadvantages

- Constant discount implies that prices are too high
- Can deter some of customers
- Can be easily duplicated in the marketplace

Points Programs. Many companies allow participants to keep track of their earned benefits. Typically, consumers earn additional points by buying goods and services. It can include bonus products, gifts and opportunities of a partner.

Advantages

- Can offer greater competitive advantage
- Can allow more targeted, flexible and imaginative promotions
- Avoids using discounts
- Costs can divide with partners, who support the program
- Enable the collection of customer data

Disadvantages

- Expansion of program can lead astray consumers
- More difficult management
- More expensive than other programs

Tesco has got one of the best programs of loyalty. Tesco is major supermarkets network in the UK, which offer loyalty card-scheme to customers. Customers can collect 2 Clubcard points for every £1 (or one point for €1 in Ireland and Slovakia) they spend in a Tesco store, or Tesco.com, and 1 point per £1 in petrol station.

Customers can also collect points by paying by Tesco Credit Card, or by using Tesco Mobile, Tesco Homephone and Tesco Personal Finance products or through Clubcard partners. Each sum of points equates to different gifts or special offers (offers for holidays, day trips, etc). Club card points can also be converted to Air miles.

To develop successful loyalty programs it is necessary to foresee future tendencies. Today in the loyalty marketplace the following changes are expected:

- 1) Companies will continue to look for ways to differentiate their loyalty programs in order to get competitive advantage;
- 2) Future programs will be more segmented e.g. targeting at the way of life, interests or age;
- 3) Existing loyalty programs will concentrate more resources on high potential and high value customers;
- 4) Loyalty programs will concentrate attention on broadening customer relationships;
- 5) Intensification of interaction with partners. The loyalty program members will be able to convert their loyalty points on-site at the merchant partner for discounts, merchandise and/or services;

Inherent part of loyalty programs is the idea of recognition - "I'm a Gold customer". That recognition can be very tangible e.g. bonus points, but it can also be intangible e.g. individual treatment for customer. Don't underestimate customer recognition. Loyalty in the company begins with a smile and gratitude to a customer. Say "Thank you" to a customer and it will be the first step for the development of successful loyalty program.

Reference:

1. Адлер Ю. П. Хороший потребитель - довольный потребитель, или Что приходит в голову, когда говорят про удовлетворенность и лояльность / Ю. П. Адлер, С. В. Турко. — М. : Стандарты и качество, 2006. — 44 с.
2. Зефирова, Ю. И. Битвы за лояльность / Ю. И. Зефирова // Маркетинг в России и за рубежом: журнал. — М., 2003. — № 4. — С. 120-124.
3. http://en.wikipedia.org/wiki/Loyalty_program

THE ACTUAL PROBLEMS OF NIGERIA'S UNEMPLOYMENT

Nguen Dyk An

Tomsk Polytechnic University

Scientific supervisor: Rakovskaya V. S., Senior Lecturer

Introduction: Nigeria-population, economy, mineral resources.

Nigeria is one of the most populated nations in Africa. The total Nigerian population as at July 2005 was figured at: 128,771,988(one hundred and twenty eight million, seven hundred and seventy one thousand, nine hundred and eighty eight people) about 129,000,000 people. Nigeria has one of the best flags in the world because of what it represents. The green represents Agriculture and the white represents peace and unity. Nigeria is blessed with abundant Mineral resources E.g. crude oil, natural gas, Timber, coal etc but our main Economical main stay is crude oil which Nigeria happens to be the 6th largest producers of crude oil.

Unemployment:

Its either you are looking for a job or you were working before and got fired for one reason or the other but everything boils down to the fact that you are jobless. It's a painful situation for every normal citizen because it rids you of steady income.

To get a sense of what our unemployment problem is all about we need to clarify the concept of FULL EMPLOYMENT. Full employment does that everybody has a job, on the contrary, we can get full employment even when you are going to school, people are in hospitals, children playing with their toys at home and older people are enjoying their retirements. We are not concerned that everybody be put to work, but only with ensuring jobs for all those persons that are ready and willing to work and who desire and seek jobs. Such people are under the term known as LABOUR FORCE. The Labor force as I heard in Russia consist of everyone over the age of 16 who is actually working plus all those who are not working but actively seeking employment. But in Nigeria, you have to be 18 years and above before you can be considered as being in the labor force.

Types of Unemployment.

Basically, there are 4 types of unemployment namely: Seasonal, Frictional, Structural and Cyclical Unemployment. Seasonal unemployment has to do with jobs not being available because of the season while structural unemployment has to do with one not having the technical know how concerning the job. Frictional unemployment Frictional unemployment is when one has choices of jobs to choose from and he is unemployed because he is contemplating on the job to choose from while Cyclical unemployment is simply when there are not enough jobs to go round. Out of the whole types of unemployment the one considered the most frequent in Nigeria is the Cyclical Unemployment. There is a big problem with sufficient jobs in Nigeria that is why you don't see people being frictionally unemployed. As for Seasonal unemployment, since we don't have snow and Nigerians don't believe that rainfall or sunshine can stop you from making money so it is often not a case of being unemployed. As for the structural unemployment, I think it is a world wide problem and Nigeria is no different. Nigeria is considered as a third world nation so therefore we have lots of citizens that are structurally Unemployed.

Causes of Unemployment in Nigeria

1. Government Policy; 2. Ban on imported goods; 3. The indigenization policy of 1978; 4. Mergers and Acquisition; 5. Military Rule; 6. Political Instability; 7. Technological advancement

CONSEQUENCES OF UNEMPLOYMENT FOR THE ECONOMY AND INDIVIDUALS IN NIGERIA:

It is difficult to measure the full impact of Unemployment on individuals considering the fact that people varies and people have different family backgrounds. You could be unemployed and come from a wealthy family and during the process of you searching for a job (Frictional Unemployment) you do not lack much.

Unemployment adversely affects the Gross Domestic product. (GDP) since GDP is determining by the total output of goods and services produced in a country within a certain period. When there is a serious unemployment goods and services will not be produced at full capacity which in effect will affect the income of that country known as the Gross National Product (GNP). This will result to rioting, depression, fighting etc. For example last year in one of the cities in Nigeria where we have crude oil (Delta state) there was a serious Riot in that city because of unemployment. The indigenes were angry and was asking why they have high rate of unemployment in there state when the are blessed with Natural resources (crude oil) and that why will there governor go and open a refinery in another country instead of there state. That caused a lot of chaos and damages hence they are now trying to repair the refinery in Delta state to create a lot of jobs for the Indigenes

Unemployment causes idleness. There in an adage that says idle brain is a devils workshop. When somebody is idle evil ideas like suicide, stealing, rape etc controls his life. He or she will not know when he or she join a bad company like the occult, and such a person will be lost forever. People in this category can be enticed to join the terrorist organization to work for them.

THE RELATIONSHIPS OF GOVERNMENT AND PRIVATE CORPORATIONS IN SOUTH KOREA

**Nguen Man Hyng, National
Polytechnic University**

Scientific supervisor: Rakovskaya V. S., Senior Lecturer

Following the Korean War, foreign aid became the most important source of funds for the reconstruction and rehabilitation of the economy. What was left of the Japanese built industrial plant, most of which by the 1950s either was obsolete or had been destroyed by warfare, generally was turned over to private owners, who were chosen more often for their political loyalty than for their economic acumen. Moreover, Rhee favored certain businessmen and companies with government contracts in exchange for financial support of his political endeavors. It was during this period that a group of entrepreneurs began companies that later became the chaebol, or business conglomerates. The chaebol were groups of specialized companies with interrelated management. These groupings of affiliated companies dominated South Korea's economy in the late 1980s and often included businesses involved in heavy and consumer industries and electric and electronic goods, as well as trading companies and real estate and insurance concerns.

The chaebol were responsible for the successful expansion of South Korea's export capacity. According to Steinberg, in 1987 the revenues of the four largest chaebol were US\$80.7 billion, a figure equivalent to two thirds of Seoul's total GNP. In that year, the Samsung Group had revenues of US\$24 billion; Hyundai, US\$22.7 billion; Daewoo, US\$16 billion; and Lucky-Goldstar, US\$18 billion. The revenues of the next largest chaebol, Sunkyong, totaled US\$7.3 billion in 1987. The top ten chaebol represented 40 percent of all bank credit in South Korea, 30 percent of value added in manufacturing, and approximately 66 percent of the value of all South Korean exports in 1987. The five largest chaebol employed 8.5 percent of the manufacturing work force and produced 22.3 percent of all manufacturing shipments. Despite a rash of strikes against the chaebol beginning in 1987, the chaebol generally had higher compensation and better working conditions than their lesser South Korean competitors.

The Origins and Development of Chaebol

Although South Korea's major industrial programs did not begin until the early 1960s, the origins of the country's entrepreneurial elite were found in the political economy of the 1950s. Very few Koreans had owned or managed larger corporations during the Japanese colonial period. After the departure of the Japanese in 1945, some Korean businessmen obtained the assets of some of the Japanese firms, a number of which grew into the chaebol of the 1990s. These companies, as well as certain other firms that were formed

in the late 1940s and early 1950s, had close links with Syngman Rhee's First Republic, which lasted from 1948 to 1960. It was alleged that many of these companies received special favors from the government in return for kickbacks and other payments.

When the military took over the government in 1961, military leaders announced that they would eradicate the corruption that had plagued the Rhee administration and eliminate injustice from society. Some leading industrialists were arrested and charged with corruption, but the new government realized that it would need the help of the entrepreneurs if the government's ambitious plans to modernize the economy were to be fulfilled. A compromise was reached, under which many of the accused corporate leaders paid fines to the government. Subsequently, there was increased cooperation between corporate and government leaders in modernizing the economy.

Government-chaebol cooperation was essential to the subsequent economic growth and astounding successes that began in the early 1960s. Driven by the urgent need to turn the economy away from consumer goods and light industries toward heavy, chemical, and import-substitution industries, political leaders and government planners relied on the ideas and cooperation of the chaebol leaders. The government provided the blueprints for industrial expansion; the chaebol realized the plans. However, the chaebol-led industrialization accelerated the monopolistic and oligopolistic concentration of capital and economically profitable activities in the hands of a limited number of conglomerates.

Park used the chaebol as a means towards economic growth. Exports were encouraged, reversing Rhee's policy of reliance on imports. Performance quotas were established.

The chaebol were able to grow because of two factors-- foreign loans and special favors. Access to foreign technology also was critical to the growth of the chaebol through the 1980s. Under the guise of "guided capitalism," the government selected companies to undertake projects and channeled funds from foreign loans. The government guaranteed repayment should a company be unable to repay its foreign creditors. Additional loans were made available from domestic banks. In the late 1980s, the chaebol dominated the industrial sector and were especially prevalent in manufacturing, trading, and heavy industries.

The chaebol were often compared with Japanese keiretsu (the successor of the zaibatsu), but as David I. Steinberg has noted, there were at least three major differences. First, the chaebol were family dominated. In 1990, for example, in most cases the family that founded the major business in the chaebol remained in control, while in Japan the keiretsu were controlled by professional corporate management. Second, individual chaebol were prevented from buying controlling shares of banks, and in 1990 government regulations made it difficult for a chaebol to develop an exclusive banking relationship. The keiretsu usually worked with an affiliated bank and had almost unlimited access to credit. Third, the chaebol often formed subsidiaries to produce components for exports, while large Japanese corporations often employed outside contractors.

The tremendous growth that the chaebol experienced, beginning in the early 1960s, was closely tied to the expansion of South Korean exports. Growth resulted from the production of a diversity of goods rather than just one or two products. Innovation and the willingness to develop new product lines were critical. In the 1950s and early 1960s, chaebol concentrated on wigs and textiles; by the mid-1970s and 1980s, heavy, defense, and chemical industries had become predominant. While these activities were important in the early 1990s, real growth was occurring in the electronics and high-technology industries. The chaebol also were responsible for turning the trade deficit in 1985 to a trade surplus in 1986. The current account balance, however, fell from more than US\$14 billion in 1988 to US\$5 billion in 1989.

The chaebol continued their explosive growth in export markets in the 1980s. By 1990 the chaebol also had begun to produce for a growing domestic market. By the late 1980s, the chaebol had become financially independent and secure-- thereby eliminating the need for further government-sponsored credit and assistance.

Another reason for the success of the chaebol was their access to foreign technology. Rather than having to develop new areas through research and technology, South Korean firms could purchase foreign patents and technology and produce the same goods made elsewhere at lower costs. Hyundai cars, for example, used an engine developed by the Mitsubishi Corporation of Japan.

The chaebol were powerful independent entities acting in the economy and politics, but sometimes they cooperated with the government in the areas of planning and innovation. The government worked hard to encourage competition among the chaebol in certain areas and to avoid total monopolies.

The role of big business extended to the political arena. In 1988 a member of a chaebol family, Chong Mong-jun, president of Hyundai Heavy Industries, successfully ran for the National Assembly. Other business leaders also were chosen to be members of the National Assembly through the proportional representation system.

The Role of Public Enterprise

A government-led economic development policy during the 1960s was necessary because the less experienced and capital-poor private entrepreneurs lacked the wherewithal to develop several critical industries that were necessary to the nation's economic growth. The government determined that establishing public corporations to develop and manage these highly strategic industries was the fastest and most efficient way to foster growth in a variety of key areas.

During the 1960s, public enterprises were concentrated in such areas as electrification, banking, communications, and manufacturing. In 1990 these enterprises were, in many cases, efficient revenue-producing concerns that produced essential goods and services at low costs, but which also produced profits that were used for new capital investments or to produce funds for public use elsewhere. In the 1980s, Seoul was slowly privatizing a number of these firms by selling stocks, but the government remained the principal stockholder in each company. In the 1980s, an important function of public enterprises was the introduction of new and expensive technology ventures.

In 1985 the public enterprise sector consisted of about 90 enterprises employing 305,000 workers, or 2.7 percent of total employment in the nonagricultural sector. There were four categories of public enterprises: government enterprises (staffed and run by government officials), government-invested enterprises (with at least 50 percent government ownership), subsidiaries of government-invested enterprises (usually having indirect government funding), and other government-backed enterprises. Government-invested public enterprises, such as the Korea Electric Power Corporation (KEPCO) and the Pohang Iron and Steel Company (POSCO), represented the core of the new enterprises established during Park's regime. In the late 1980s, roughly 30 percent of the revenues produced by public enterprises came from the manufacturing sector and the other 70 percent from such service sectors as the electrical, communications, and financial industries.

MARKETING ROLE IN MARKET ACTIVITY

Nguyen Quang Chung, Student

Tomsk Polytechnic University

Email: nguyenquangchung_ru@yahoo.com

Supervisor: Artiuhova .T. J, candidate of economics, associate Professor

The market is a sphere where there is an exchange of the goods for money where the goods find the buyer, changes the owner, the consumer satisfies demand, and the seller compensates the expenses and gets profit (or, on the contrary, incurs losses). The Commodity market can be considered also as the tool of distribution which functions according to the demand-offer law. It represents the mechanism reducing together sellers and buyers and intended for trade with each other. Many to mark-tologi consider that the market represents set existing and potentsi-alnyh sellers and buyers of concrete products. In the modern commodity market there was a difficult enough structured social and administrative process which, according to Phillip Kotler¹ is directed on satisfaction of needs and requirements as individuals, and groups, by means of creation, the offer and an exchange of the goods. It is process has received the marketing name. Marketing (from English market — the market) — system of the administrative, regulating and research activity directed on effective finishing of the goods from sphere of manufacture to sphere of consumption, and also creation of favorable conditions for their sale. It is possible to carry a market field of activity which is directed on finishing of the goods from manufacture before final consumption to marketing. Marketing — any activity directed on finishing of the goods from sphere of manufacture to sphere of consumption, i.e. on satisfaction of requirements according to consumer demand

The marketing theory has arisen in America in the beginning of XX century as reaction to excessive spontaneity and unpredictability of development of the market, a disorder competition and aspiration of the manufacturer to dictate the will to the consumer, tendencies to monopolisation growth, etc. Founders of the theory which have received subsequently the nam of the marketing, started with the thesis that the mankind has not found the best mechanism of distribution, than the market. Marketing as a control system, after the Second World War has extended worldwide, and in the late eighties - the beginning of 1990th years was recognised in Russia then has started to develop quickly. Marketing activity can be presented in the form of constantly renewing marketing cycle which covers:

- information-analytical research on which basis administration of market activity is exercised, and at the final stage is estimated efficiency of marketing actions;
- working out of tactics and market strategy, strategic and market routine planning;

- the program of creation and a conclusion to the market of the new goods;
- formation and use of channels of movement of the goods from the manufacturer to the consumer with participation of trading intermediaries (distributors);
- the organisation and realisation of an advertising campaign and other actions on goods advancement on the market.

Marketing represents difficult, hierarchically structuring the process consistently developed in time in which the important place is occupied with research activity. According to it in marketing five stages are allocated:

Marketing research; Operative and strategic planning of marketing; Working out of a commodity and price policy of marketing; Product, sale and distribution of the goods; Advancement of the goods on the market.

The marketing purpose consists in satisfaction of requirements of the buyer. As a result and thereof the seller gets profit. In the civilised market there is an economic mechanism which causes reception have arrived satisfaction of demand. The modern concept of marketing consists in orientation of the businessman to the consumer. Marketing promotes optimisation of mutual search of the seller of the buyer, it stimulates demand, uses the price and other market tools as a regulator of market processes, focuses manufacture on interests of the market. The marketing purpose consists in satisfaction of consumer demand by scientifically well-founded organisation of process of purchase and sale of the goods. Realisation of these purposes demands:

- to make the market ordered (to submitting certain rules), "transparent" (allowing to estimate its condition, parameters and development tendencies) and predicted (providing possibility to predict its change);
- to limit spontaneity of the market by regulation of some market processes;
- to make a competition to the ordered, submitting certain restrictions, to exclude unfair competition possibility;
- to subordinate manufacture and trade to market requirements, i.e. interests of the consumer;
- to develop and introduce in market activity principles of scientifically well-founded technology products and distributions;
- to provide high efficiency of advertising and other marketing activity on influence on the market and formation of an attractive image of the goods in representation of potential and actual buyers.

The marketing role in business is defined by that marketing opens potential possibilities of manufacture and goods sale, develops the optimum commodity policy, defines directions of competitive struggle and a market gain, offers a tooling for demand stimulation, creates effective system products and distributions, allows to study and predict a condition and market development. It is asked, how the marketing purposes are realised? The basic directions of marketing activity concern: market segmentation, drawing up of marketing plans, the marketing organisation, marketing pricing, product positioning, working out of a new product (innovation), finishing of a product to the consumer and so on, entering into marketing functions. Marketing carries out a certain set of functions which allow firm to carry out a full cycle of marketing activity and in which marketing research is organically entered. Marketing functions are closely interconnected among themselves, they have certain hierarchical structure. Marketing activity begins with an estimation and the analysis of own possibilities and possibilities of the potential competitor. Without research functions marketing is doomed to movement by a method «тыка», blindly. It is the first function of marketing — research. The second function of marketing — industrial-marketing and price — is connected with formation and movement product resources and the cost form of purchase and sale. The third function — managements and market regulations is caused by that concept of regulation of the market means necessity and modelling of studying of laws of the market, their use in management of market processes.

Literature:

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. –М.: Центр экономики и маркетинга, 2005. Гл. 2; 3; 5 (5.1).
2. Ансофф И. Стратегическое управление/ Пер. с англ. — М.: Экономика, 2004
3. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник / Под ред. Г.Л. Багиева. –М.: Экономика, 2006. –Гл. II
4. Базен Р.С., Кокс Д.Ф., Браун Р.В. Информация и риск в маркетинге /Пер. с англ. –М.: Финстанформ, 2008

THE BLACK ECONOMY

Novoseltseva I. U., student

Tomsk polytechnic university

E-mail: Spikula@sibmail.com

Scientific adviser: Rakovskaya V. S., senior teacher.

Language adviser: Yakimenko E. V., senior teacher

The black economy is one of the most difficult problems today in the whole world. The differences between them concern only the prevalence and impact of these phenomena on the power, society, political system and the government.

The black economy – is the economic activity that contradicts with current legislation. Also it is not recorded in official statistics and is not controlled by society production, consumption, exchange and distribution of wealth, and all activities aimed at creating or satisfying of needs cultivating several vices in people.

According to this definition we can divide the black economy into 3 blocks:

«Second» («white-collar») economy - is prohibited by law and hidden economic activity of the formal economy workers in their workplaces, which leads to redistribution of previously created hidden national income. From the perspective of society as a whole "second" black economy does not produce any new products or services. Benefits obtained by some people from the "second" economy are derived from the losses of other people.

«Grey» black economy («informal») - permissible by law, but not recorded economic activity of the production and sale of goods and services. In this sector, independent producers deliberately evading official record, wanting not to pay the costs of getting licenses, paying taxes, etc., or record of such activity generally is not included.

«Black» black economy («underground») - economic activity that prohibited by law associated with the production and sale of illegal goods and services. There are thefts, robbery, extortion, drug trafficking, racketeering, etc.

It is accepted to allocate 2 spheres of the black sector:

The first major sphere of the black economy is a state production and budget management, completely free from control of society and political power of the state.

The second major area of the black economy should include the so-called informal production. Mostly this area of the black economy represents forms of production activity that exist in our lives because of society need. The most common type is a private farm.

Like any other phenomenon, black economy influences all economic processes. It is allocated into 2 directions, stabilizing and a destabilizing this influence.

The stabilizing effect:

Firstly, in terms of economic entities, it provides more effective forms of economic activity. Black tax savings allows the company to increase net income and gives the company a major competitive advantage over those who works completely legally.

Secondly, the stabilizing effect of the black economy is manifested in the formation of new market niches, and thus creates the conditions for the survival of the population in the formal economy during the recession and falling living standards.

Thirdly, it forms the financial basis for the independent social activity. Sponsorship of political activity, the funding of various lobbying of economic associations and unions, as well as charity in the sphere of art.

The destabilizing effect:

Firstly, the displacement of formal taxation mechanisms and, consequently, the proportionate reduction in the volume of taxes that were collected.

Secondly, the black work has distorting effects on the production process. It reduces the controllability of workers and weakens their professional motivation.

Thirdly, partly related with criminal activity, the black economy gives rise of numerous conflicts, some of which allows using of violence.

Dynamics of changes in the black sector for 2005 - 2011 in Russia (%).

Year	2005	2006	2007	2008	2009	2010 - 2011
The level of black economy (%)	29	27	28,8	31,1	60	↑↑↑

In 2006, the level of black activity was 27% of official GDP, that is 2 percent less than the level of black economy in 2005, which was equal to 29%. This process was facilitated by such factors as:

- increase of deposits of society;
- increase of the quality of retail trade;
- reduce of scale trade in consumer goods at informal markets;
- improvement of control authorities interaction;
- suppression of getting counterfeit stamps excise goods on the market;
- implementation of audits of financial and economic activities of various firms and organizations.

The positive trend of recent years to the setting of business came to naught because of the crisis. Now the black economy is rapidly increasing, so in conditions of financial instability enterprises and individual entrepreneurs are increasingly moving away from taxation.

According to the Ministry of Economic Development, the level of black economy in 2008 increased over the year by 2.3 per cent to 31.1 per cent of GDP. It is more than a third of total GDP was in the shadow.

In 2007, the most informal sector was the services sector, in 2008 year and now they became the industry. The level of black economy in the extracting industry increased by 10 per cent to 42 per cent. Share in the manufacturing sector's increased by 8 per cent to 35.3 per cent, 45 per cent in oil refining, light industry - 43 per cent, industry - 40 percent, machine building - 36 percent, the food industry - 41 per cent.

Increase of the proportion of the black economy inevitably reduces tax revenues in the budget, as well as strikes by unsustainable pension system in Russia. The main consequence of going out economy in the shadow - is the growth of the budget deficit, which has entailed a host of other phenomena - from lack of funds for social programs, ending with debts to pay pensions and salaries to state employees.

Almost every expert agrees with the growth of the black sector, although, it far apart in their absolute estimates.

There is no official data on the level of black economy in Russia for 2009, but it is about 60% by estimates of different experts.

2010 and 2011 demonstrate the continued going out of business in the shadow. To promote it will increase the tax burden associated with the reform of the UST. Also Russia has a very high level of corruption, which is growing every year.

Business goes in the shadow because of objectively difficult situation of enterprises, especially industrial. Now the company try to save money and risk get for underpayment of taxes, workers ready to receive their salaries in any form.

In increasing the share of black economy, experts blamed not only the crisis, but also of the government. It was not ready to seriously support the business, though some steps were taken. However, the simultaneous increase in the fiscal functions of the government because of loopholes in the budget nullified this little support.

In conclusion I would like to formulate a general deduction about the role of black economic relations in the economic life of society and about what should be the strategic course for the black economy.

Nowadays such factors are unknown, which would liquidate the black economy, because, as we know the demand always creates supply. If we talk about the black economy in crisis, the black economy will grow up.

References:

1. Arkhipova VV black economy and ways of its limitations in Russia and the World Economy: Problems of modern ekonmoiki.2007 .- № 2.-S. 17-19
2. Gulova T, Rubchenko M, Talskaya M. Angels do not fly here // Expert, 2007 .- № 3 (544). -C.5.
3. Money. Credit. Banks: ucheb.-2-ed., Rev. and add. / ed. V. Ivanov, B.I.Sokolova.-M.: Prospect, 2006.- S. 366.
4. ISPRAVNIKOV VO black economy. Moscow: Infra-M. 2007
5. Yuri V. Latov, black economy: a manual for schools \ V. Latov, SN Kovalev, Moscow University, Ministry of Internal Affairs of Russia; ed. VY Kikot, GN Kaziahmedova. - Moscow: Norma, 2006. - 336p.
6. www.rbk.ru

ANTIRECESSION MANAGEMENT

Nuretdinova A. F.

Tomsk Polytechnic University

E-mail: anuretdinva@rambler.ru

Supervisor: Cherepanova N. V.

In terms of current economic situation has an important role in holding antirecession management. According to it the goal of this article is to consider the following points: the concept of antirecession management of its premise, the of objects impact, and allocation of the main problems of antirecession management, and the main points which are based on antirecession management and to identify the state role in antirecession management.

Antirecession management includes a range of methods used in different functional subsystems of management. Social technologies, methods of economic analysis, forecasting, development of complex investment projects and antirecession management programs, plans of restructuring and reorganization – are used in combination for early warning and antirecession management. [1]

Antirecession management – it is the type of management, which developed mechanisms of anticipating and monitoring the crisis, analyze its identify, probability, characteristics, application of methods to reduce the negative effects of a crisis and use its results for further more sustainable development. Its goals are prevent the crisis modes, and measures of organization of activities of these modes. [2]

In recent years the country has produced many books and various publications in the media devoted just antirecession management, likely it is the cause of the global economic crisis, which is declining at this time. The authors of these literary works have different opinions on the issue of the crisis and the situation of bankruptcy as a whole, therefore, their opinions differ. For example, some consider see antirecession management as regards of the problems of a financial character at the micro level, while others consider the problems that are associated not only with the crisis of a single separated company, but also a crisis in public finances and the economy of the country as a whole.

The possibility of antirecession management is connected with the possibility of escaping situations, human activity, which can search and select the best way of escaping of crisis, to mobilize on the yield of the most difficult and dangerous situations, using the last thousand years of experience of antirecession management, to adapt to problem situations. Antirecession management requires holding of unusual and unconventional (and sometimes inappropriate) for the normal state of activities from the managers. The structure and the recruitment of such funds, of course, depend on those specific causes and errors which led to financial difficulties at the firm. But, basic difference of effective anti-crisis measures is an increased risk of operations, which is not allowed under normal conditions.

Antirecession management has a target – all manifestations of rampant cumulative aggravation of contradictions, causing extreme danger of deterioration, the onset of the crisis. Any control must contain a anti-crisis character and use an anti-crisis management mechanism as it enter into a period of critical development of organization. Ignoring this situation has significant negative effects on the basis of which problems arise.

All problems of antirecession management can be divided into four groups:

- recognition of problem of emerging situations;
- problems of antirecession management is related to methodological problems of life organization (the group considers the complex issues of financial and economic character);
- challenge of antirecession management provided in the differentiation control technology (this group includes the most general consideration of the problem of monitoring of crises and developing of forecasts of socio-economic systems, the problems of developing of managerial decisions);
- problems include conflict and selection of staff, which always accompany a crisis situation. [3]

Based on the identified problems can be understood that each crisis has its own characteristics and, therefore, requires a certain amount of crisis management based on the main points:

The functions antirecession management – types of activities, carrying out the subject of antirecession management and determine its outcome. They answer the simple question: what should be done to manage all stages of the crisis successful.

Are six functions:

- antirecession management;
- process management surmounting the crisis;
- stabilization of unstable situations (ensuring controllability);

- minimization of losses and missed opportunities;
- timely decisions.

The most important feature of antirecession management is the integration of informal and formal control.

For antirecession management it is important to have perspective, the ability to choose and build a rational development strategy. The choice of a rational development strategy is complicated by the fact that there are a large variety of strategies for antirecession management.

However, the most attention should be given to:

- prevent the crisis, preparing for his appearance;
- waiting for maturity of the crisis to overcome it; countering to shocks, slowing its processes;
- stabilize the situation through the use of reserves, additional resources;
- the calculated risk;
- consistent output from the crisis;
- vision and the conditions to eliminate the affects of the crisis. [4]

Also of particular importance in antirecession management has government intervention. It should be noted that the anti-crisis governance is greatly enhanced during periods of extreme development – from strengthening of state control over industries and enterprises in the period of crisis to the central administration in the areas of production and distribution. Government – monopoly regulation, government intervention in the economy happens in crisis or in exercise of large state operations. Capitalist private property – the basis of the national economy of most foreign countries. In conditions of an economic downturn or crisis, the U.S. government and Western countries are trying to change the situation by increasing state intervention in the economy, which naturally leads to an increase of public expenses and increase of proportion of GPN, redistributed through the budget. Increased government expenses on management of the economy is accompanied by the formation of the budget deficit and public debt.

For example, libepalnaya concept of monetarism in the United States does not provide direct state intervention in the economy, and provides only broad public support for private enterprise and market.] It lies in the state regulation of the economy in crisis situations. This is manifested in the improvement of the legislator sphere of the employment, increase job opportunities, especially for young people, development of regional structural programs. Also, an important direction of improvement of anti-crisis governance in the U.S. is a comprehensive science based coordination of various efforts of government departments on development carrying out of economic policy. [4]

Of all the above we can conclude that the antirecession management as a type of governance has, the ability to foresee and anticipate crises, to mitigate their course, to eliminate the negative effects and turn them into positive changes, is most important factor in modern development of management and economy . More, the fact that there is no special recipe, which requires any company can lift themselves out of the crisis of server financial and economic situation. But we must take into account the basic principles underlying the system of antirecession management. Also, it should be noticed that the emphasis is not on the «treatment» of the crisis, but on measures to prevent it. Furthermore, that development of anti-crisis measures as a single system allows not only to design new mechanisms for effective impact on the economy, but also to identify additional opportunities and hidden reserves of increasing the effectiveness of organization and management in such areas of active influence on economic activity, as government regulation of the monetary and financial and credit relations, strategic planning, marketing, personnel management, financial and investment.

References:

1. Avdoshina Z.A. Antirecession management: the nature, diagnosis, techniques. – [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.i-u.ru>
2. Komaha A. Antirecession management. – [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.i-u.ru>
3. Librusek - Antirecession management. – [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.lib.rus.rec/>
4. Financial lawyer - Antirecession management. – [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.financial.ru>

NECESSITY OF CONTINUOUS STUDY OF RISKS NATURE IN ORGANIZATIONS FOR MORE EFFECTIVE MANAGEMENT

Pavlova O. V., student

Tomsk Politehnic University

E-mail: olga_pavlova@inbox.ru

Scientific advisor: O. V. Andreeva

At the time of the USSR the risk of separate firms was not the integral unit of a planned economy of the country as the main problems of the organisations were linked to faults of deliveries of the spare units, completing units and the goods. After disorder of the USSR market, which important components are dynamism, variability, mobility, replaced the planned economy. The risk became the characteristic phenomenon accompanying any manifestations of enterprise activity. Sharp change of conditions of managing has put heads of firms and businessmen in a situation of a severe need of handle of risks. In this connection now research of various sorts of risks is more and more actual.

Prominent features of market economy is a dynamism, variability and mobility. Whereas variability of parameters of economic system provokes occurrence of risks, activity of any managing subject is indissolubly linked to it. Therefore it is important to watch, estimate and control all risks of the organisation for reaching objectives set and rising competitiveness.

The analysis of the economic literature devoted to the problem of risk shows that among researchers there is no common opinion concerning risk definition. In particular, G.V.Chernova, A.A.Kudryavtsev as risk suggest understanding potential possibility of approach of probable event or events causing a certain material damage; possibility of getting reduced profit or the income. Professor I. T.Balabanov points out that the risk represents possibility of fulfilment of event which can cause three main economic results: negative (loss); zero (absence of prospective profit); positive (profit). Having generalised the given definitions of risk, it is possible to output common concept of risk according to which the risk is a probability of occurrence of unfavorable consequences, a reverse side of efficiency of any economic system, economic event which owing to freedom of all participants of economic activities can lead to the loss at firm, to absence of prospective benefits or to making profit.

As a result of studying economic scientific articles, monographies and theses, the following features of risks and their handling have been marked.

1. Effects of risks can be subdivided into negative and positive. That is why it is important to estimate a risk degree, its character to predict possible consequences. Judging by the risk nature, it is possible to define not only consequences, but also how considerable they will be, and also define, what of measures applied in given situations will be the most preferable in a particular case.

2. Having revealed the most typical features of risk and, having defined its nature, the organisation has possibility to react and apply the most adequate measures on lowering a risk level to comprehensible values as fast as possible, to be prepared for possible negative results, and also to lower probability of occurrence of similar situations in the future. It is obvious that for the given purposes the most convenient in usage is the classification of risks by the nature of occurrence and by possible consequences.

3. The Risk is directly linked to management and is in direct relation to efficiency and validity of accepted administrative solutions. No executive can completely eliminate risk. Therefore any manager or businessman is always forced to run certain risk, starting this or that business.

In the conditions of a global economic crisis the task of managing risks has other scale. In spite of the fact that the risk is an accompanying unit of the market economy inherent in it at any stage of a business cycle, in the conditions of crisis the negative component, obviously, strengthens. Therefore necessity of highly skilled risk management increases proportionally to a crisis course. It is important to consider a high risk in the conditions of crisis at acceptance of any administrative solutions linked both with internal, and external environment, and also with the environment of direct and indirect effect of the organisation.

In the given conditions the tax risk appears to be one of the most serious sorts of risk. In the conditions of reduction of money in the state budget because of crisis it is important in time to trace, estimate and parse all changes in mutual relations of the organisation with fiscal bodies.

However, as well as at other stages of a business cycle, under certain conditions and at the due control over a situation the risk can have also a positive effect.

It is important to mark that the crisis situation in all branches of economy leads to revising strategies and policy of the organisations, allows to increase efficiency of usage of resources, profitability of production and to lower necessary expenses. In this situation it is important to trace the risk of purchase of poor-

quality raw materials, the risk of absence of demand on the goods or services at a determined price under the condition of impossibility of its lowering. Within the program of managing the given risk, it is expedient to inspect and in due time to upgrade applied strategies of competitive struggle, storekeeping and operations with clients. It can help to achieve bigger efficiency and to avoid serious losses.

Thus, risk - the phenomenon inevitable, but competent heads of firms consider factors defining risk, and, either minimise its operation, or make efforts to use risk in the interests of the organisation.

The analysis of management methods risks has allowed to draw output that the most preferable and effective represent methods of transformation of the risks which essence consists that is more expedient to lower in advance probability of implementation of risk, minimising its possible damage for the organisation. It is necessary to mark, in this case special importance is given to the initial stages of the control system of risks – stages of risk identification, analysis and estimation. It is important to consider that the earlier the unfavorable factor will be recognised, the easier and quicker the action for minimisation of probability of risk implementation will be carried out. It is necessary to understand that applicability of each action depends first of all on a concrete situation, and also on possibilities of a firm to apply a certain way. It is recommended to consider a control system of risks as constant and continuous process.

To analyze possible results of effect of risk, it is recommended to draw up accurate risk management system, capable to define, analyze and estimate possible consequences of risk, and further - to minimise its effect on firm, and in certain cases - to receive benefits. For these purposes of the company the monitoring system, allowing to receive data on all changes which have occurred, and giving the possibility to select the most suitable management method and bring it up to date.

Approaches to definition of essence of risk lead to the conclusion that risk is the inevitable phenomenon, but management of any enterprise is able to minimize it or to make efforts for risk usage in the interests of the organisation.

As any administrative solution is interfaced to risk, risk management should be permanent. The probability of implementation of risk and possible level of the subsequent damage should be operatively and comprehensively estimated by the system of risk management applied at a firm.

References:

1. Антикризисное управление: Учебник. – 2-е изд., доп. и перераб. / Под. ред. Проф. Э.М. Коротова. – М.: ИНФРА-М, 2007.
2. Антикризисное управление: Уч.пособие для студентов вузов / А.Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2005.
3. Балдин К.В. Риск-менеджмент: Учебное пособие. – М.: Эксмо, 2006. – 368 с.
4. Евстафьев И.Н. Тотальный риск-менеджмент / И.Н. Евстафьев. - М.: Эксмо, 2008. - 208 с. -
5. Ермасова Н.Б. Риск-менеджмент организации: Учебно-практическое пособие. – М.: Издательство-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2008.
6. Учуваткин Леонид Советы консультанта: Рискуйте управляемо//Ведомости 25.04.2007, №74 (1848).
7. Чернова Г.В., Кудрявцев А.А. Управление рисками: Уч.пособие. –М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 160 с.
8. Чернова Г.В., Кудрявцев А.А. Управление рисками: уч.пособие. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005.
9. Шаповалов Владимир Как управлять рисками // Журнал «Финансовый директор», № 9 за 2003 год.
10. Е.А. Файншмидт, Т.В. Юрьева Практика антикризисного менеджмента: уч.пособие –М.: МЭСИ, 2008.
11. Файншмидт Е.А., «Зарубежные объединения методов антикризисного предприятия и управления корпоративными рисками» // Доклад на ежегодной научно-практической межвузовской конференции Института экономики и антикризисного управления, 15 апреля 2005г.
12. Журнал «Экспертиза Рисков» - <http://www.riskland.ru/>
13. Построение корпоративной системы управления рисками // Журнал «Финансовый директор», № 2 за 2005 год. (<http://www.fd.ru/article/12993.html>)
14. «Управление рисками, риск-менеджмент на предприятии» - <http://www.risk24.ru/>

KEYNESIAN THEORY: STATE INTERFERENCE ACCORDING TO ACHIEVE ECONOMIC EQUILIBRIUM

Pan Zin

Tomsk Polytechnic University

Scientific supervisor: Rakovskaya V. S., Senior Lecturer

This article aims to measure how far a state should interfere in economy in order to ensure equilibrium income, output, therefore full employment and price stability. Furthermore this article focuses on the theory of John Maynard Keynes, instead of revealing to Classical approaches.

A basic definition for the term “economic equilibrium” is: state of world where economic forces are balanced and values of economic variables will not change, without external changes. Moreover, one has to realize, that market equilibrium is not automatically efficient. For example imagine a stable food market finally developing a stable price, which no one of the consumers can afford. Although, the market finds itself in a balanced situation, it will lead towards starvation. Before describing the idea and model of John Maynard Keynes one has to reveal to some necessary preliminary assumptions. The first is that the market is considered perfect or complete. This does mean that consumers do not lack information about prices and amounts. Furthermore, consumers act rational and externalities are ignored in a first step. Focusing on the theory of John Maynard Keynes one has to add that consumers and producers are having expectations towards future developments. Contrary to Classical theories Keynes believed that economic markets do not tend to self- adjustment, especially not in a short run model. So high rates of unemployment can not be solved by a process of self- correction, but Keynes promoted that the government’s policies can be effective in managing economy problems. He emphasizes fiscal policy as a method to interfere unstable and ineffective market situations. As the balance of a market is more a concern to macroeconomics than to microeconomics one has to exchange the view on individual consumer into a wider term- aggregate demand and supply. These expressions point out the collective behavior of both parties and underline that all people are involved in this analysis. One major depressing state of an unstable market is high unemployment which is contrary to the aim of full employment. This was the situation in the 1930s when Keynes developed his theories and in many European countries, e.g. Germany, this is still a current problem and therefore issue of discussions. Keynes suggested that high unemployment rates during recessions are due to a decrease on the demand side. Keynes argued that in a recession the aggregate supply of goods and services remains the same as there is no proper reason for producer to change this behavior in a short run theory. Therefore, the aggregate demand is an effective policy lever and not the supply. To push the aggregate demand on a higher level one has to increase spendable income. But not only the level of incomes matters what is even more important is the proportion of income that is actually spent. The level of spent income influences directly the level of employment. This relationship can be described in the multiplier process. During a recession a so called “recessionary gap” occurs when desired saving exceeds desired investment. So consumers are more likely to save their incomes instead of spending them in order to support investments of producers in further equipment and premises. Because consumers are buying less goods undesired inventory accumulates and producers are therefore reducing prices in order to sell these goods, even at a lower profit margin. As a result producers are reducing wages or dismissing workers in order to compensate lost profits. This leads to a reduction of the disposable income and the demand decreases further. The stocks of unsold goods become larger and more dismissals can be seen as consequence which causes higher income reductions. Finally, a recessionary gap develops larger and larger. The basic idea is that if the disposable income decreases then as a result the consumer demand and spending are also falling. The final decline in equilibrium production is much higher than the initial recessionary gap. The multiplier therefore can be assumed as process that explains the extent to which the rate of total spending will change in response to initial change in flow of expenditure. What is basically described is a cumulative decrease in consumer expenditure due to the behavior of excessive saving. At this point Keynes encourages the state to interfere by the use of fiscal policy instead of waiting for a self- adjustment of the market, which will only take place in a long run perspective. As we have seen, a decreasing aggregate demand entails high unemployment and it is the government’s accountability to correct and so to ensure to reach the aims full employment and price stability. In order to revolve the recessionary development government should increase aggregate spending and so offset the leakage created by consumer savings. The leakage could also be due to taxes or imports bought instead of domestic products. As a consequence the government should enlarge their expenditure, which leads to higher incomes and so to additional spending. Again the multiplier occurs, which does mean that only a certain amount of spending is required to aim a higher effect on consumer expenditure. This can be described as cumulative increase hav-

ing an important impact on equilibrium income. Moreover, the governmental spending helps to produce public goods like infrastructure. As a consequence enhanced production circumstances are granted for producers. Another method to increase consumer demand and spending is to cut taxes leading to a higher spendable income. In both cases, increase of expenditure or cutback of taxes, one has to consider that consumers are also saving a certain amount of the additional income instead of spending it. Further possibilities leading to increased spending are income transfers granted by the government and a raised demand for the exports of the country. Summarizing, one can say that governmental means like fiscal policy are essential to abolish recessions effectively and reach an equilibrium economy ensuring a high rate of employment and price stability. This theory also has to face a lot of criticism. One point is that the money the government spends has to be borrowed e.g. from the private sector. Therefore this sector can not spend it and so there is no real increase in spending. Another method receiving money would be to raise taxes, which is contrary to the idea of increasing spendable income. A different variant is an unbalanced budget of the state. This is a scarring many scientists and should indeed only be a possibility for a short period of time. Keynes introduced this as solution and not as a problem. A further point of discussion is the amount of money which has to be spent to offset the size of recessionary gap. If the amount is too high the aggregate demand exceeds aggregate supply resulting in increasing prices and inflation. Whereas, the spending power is not increased enough an even worse recession is the consequence. Another more basic problem is the one considering time lags between the problem occurring and the means taken by the government. It might be that the market situation changes before the fiscal policy can effect the market and the opposite influence can occur. A last problem to be mentioned here is the combination of measures taken by the government. For example the spending could be increased and meanwhile a cutback of taxes could be introduced. On the one hand it leads to an unbalanced budget and furthermore one can not predict the effect exactly as both measures are influencing each other.

Although, the theory of Keynes has to face a lot of basic criticism it can be seen as a modern theory which is able to explain how to achieve a market equilibrium emphasizing the role of the government as an active part of economy. As Keynes promoted the equilibrium production level and so income level does not automatically lead to full-employment, but maybe to price stability. Therefore, it should be the policy objective to make the equilibrium production equal to the full employment equilibrium which needs interaction of the state. Finally, one should be aware of current developments of economy and the measures to influence them in a positive way, because according to Keynes: "In the long run, we are all dead."

ELECTRONIC COMMERCE

Pestereva M. V, student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: cnega@sibmail.com

Scientific adviser: Zadorozhnaya Ju. F., senior lecturer, Kovalenko N. A., assistant

The history of electronic commerce has only about two decades of intensive development that in comparison with the history of other branches of economy seems to be an insignificant time interval. It was just yesterday when nobody thought, that electronic technologies so quickly and strongly would be included into our life. Look around and you will see nobody without a cellular telephone though recently it was difficult to imagine, that on mobile phone would make it possible to contact everybody and whenever it would be necessary. And there are a lot of such examples. But despite so fast and strong introduction of electronic technologies into our life, not so many entrepreneurs seek to transfer their enterprise activity into electronic sphere. What is the reason? And the answer is very simple: constantly growing level of crimes in the given sphere.[1]

Electronic commerce is any economic activity with the use of electronic information technologies. The term «computer criminality» has appeared for the first time in American, and then and in other foreign press in the early sixties. The computer crime as criminally-legal concept is the deliberate infringement of another's rights provided by the criminal law and interests concerning the automated systems of the data processing, made to the detriment of the interests of physical and legal bodies, of a society and the state.[2]

The computer criminality becomes one of the most dangerous kinds of criminal encroachments. According to expert estimations, it is capable to cause damage comparable to the volume of works of art all over the world larceny.

Let's consider the most frequently met methods of cyber criminality on the Internet. Except the creation of fictitious electronic shops, investment banks, travel agencies that collect the information of clients

plastic cards numbers and taking money for the nonexistent goods or services, swindlers use a number of the schemes based on imperfections of existing payment systems on the basis of technology of plastic cards.

Other computer crimes: a method of creation of an agiotage of consumers, a "purchase under the least price" method, a method of «gap searching», a "Trojan Horse" method.

Let's describe them more thoroughly.

1. 1 Method of creation of consumers' agiotage is used at Internet auctions trade. To create active demand for the goods, fictitious buyers are involved in tender process until the real buyers participating in the auctions do not declare the price high enough for an auction subject

2. 2 Method of purchase under the least price - the potential buyer offers the lowest price, and its partner – the highest, that there are no others who wants to take part in auction. During the last minutes the buyer who offered the highest price refuses. Nobody has time to make proposals and the goods are sold under the low price.

3. 3 Method of «gap searching» - the given method is based on the program error use. In the "gap" found the program "is broken off" and necessary number of commands is inserted there. As a result the server is overloaded by surplus of the information and hangs, or is disconnected.

4. 4 Method of «Trojan Horse" consists in secret introduction to the program of such commands which allow carrying out the functions not planned by the program. Thus, the program will carry out not only the previous functions, but also to work in the interests of criminals.[3]

How not to become a victim of the swindlers surfing the Internet? There are some recommendations on the basis of the analysis of really committed crimes:

1. Legal nuance. Participating in Internet auctions you should know that: your duties of a buyer come into action after a seller starts to bear the obligations.

2. Specify, how this site/auction provides safety of the clients and guarantees delivery of the ordered goods. Whether there is an insurance or other guarantee, that you will not incur damage.

3. Learn as much as possible about the seller. Specify where the headquarters of the seller are really situated. Study the reputation of the seller. Were there any known cases when it did not carry out the obligations?

4. Do not look only at the goods price. Read all notes and footnotes very attentively.

5. Take an interest in a method of payment which the seller suggests to use. If it suggests sending checks or remittances using "mail box", it does not testify its reliability.

6. Avoid buying the goods on the sites which are based in other countries.

7. Specify at the seller - when and how you can return goods which do not suit you. Who will pay its transfer?

8. Always specify, whether the cost of packing and transfer of the goods is included into its final price.

9. Do not give sellers the data of your passport. This information is absolutely unnecessary for them.

10. Specify, who will deliver you the goods which were bought. It should be a well-known company.

11. It is better to specify the home address for goods forwarding, instead of the mail box or the address of your office. It is advisable that you call back to the seller and check up whether he has written down your address correctly.

12. If the telephone number of the seller is specified call this number outside regular hours. If the same person picks up the receiver, then it is a good sign.

13. It is better to communicate with the help of e-mail. Be cautious, if the seller does not use a personal e-mail address, and uses free mail boxes.

14. Do not judge the reputation of the person/company by their wonderful site. Try to learn about them something else.

15. Be especially cautious, if you are suggested paying off by means of a credit card. Use it only in the event that you carry out the transaction through a known site with good reputation.

16. Sometimes sellers of the goods at the Internet auctions suggest that you should agree directly. It can save your money, but can help the swindler as well, because the Internet auctions often provide insurance of transactions concluded.

17. Never trust electronic letters from Nigeria or from any other country in which you are suggested help in money transfer to some foreign accounts for solid compensation.

Except the listed recommendations which you can execute, there are also other methods of struggle. It is very important to deal correctly with the problem of information safety, to choose competently advisers

for safety, suppliers of protection systems in order not to throw out "on a wind» the means and, what is the most important - the lost information which was required to be protected.[4]

Speaking about swindling in electronic commerce, it is necessary to remember some particular features of domestic consumers. The following characteristics are typical for them:

1. Advertising has more influence on the people of the senior generation who trust newspapers, television and other types of mass media.
2. They are more sensitive to the price (than to the quality).
3. Consumers are characterised by anarchical behaviour in the relation to the states and to its laws.
4. Absence of safety feeling is peculiar for them.
5. They feel envy to all foreign things.
6. The closeness of personal experience and trust to collective intellect are typical for them
7. Private responsibility acceptance only for desirable results of the activity
8. The hope on external instances and carrying over on them responsibility for failures is characteristic for consumers.
9. Consumers are allocated with their propensity to risk, irrationality, lack of logic which puzzle foreign businessmen.

With the account of the features of the Russian consumers set forth above and popular methods of swindle, it is necessary to remember that it is not all methods – the imagination of modern swindlers is boundless. Effective technical measures of protection from swindle does not exist, therefore the basic measure of protection is a vigilance of the user, and also knowledge of the basic technologies of deceit and techniques of protection against it.

References:

1. Марк Х. Маккормак. 90 правил ведения бизнеса в эпоху интернета. - М.: АСТ, 2003.-283с.
2. А.В. Юрасов. Основы электронной коммерции. Учебник для вузов. - М.: Горячая линия – Телеком, 2008.-480с.
3. Петров А.А. Компьютерная безопасность.-М.: ДМК, 2000.-448с.
4. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. - СПб: Питер, 2001.-336с.

MANAGEMENT OF PRODUCT RANGE IN INDUSTRIAL PRODUCTION

Pestereva A. A., student, Salikhova A. D., student

The Tomsk Polytechnic University

E-mail: safka_p@sibmail.com

The scientific adviser: O. V. Andreeva, Senior Lecture

Marketing can be used effectively in any economic situation. Analysis of the current situation of the domestic economy shows that manufactured products do not satisfy consumers demands. This means that material, financial and human resources are wasted, and social needs remain unmet. Theory and practice of marketing help to find rational ways to improve the economy, to determine the most efficient use of capital investment, to eliminate the imbalance of supply and demand.

Marketing new products for industrial use has certain specific features that distinguish it from the marketing of products for personal consumption. The difference lies primarily in the type of consumer and, accordingly, the nature of stimulus of goods and services acquisition.

The end product, its consuming quality and technical capabilities are core marketing activities of industrial enterprises. If the product does not satisfy the consumer, then no additional cost and effort associated with the use of elements of marketing (advertising, sales promotion, etc.) will substantially improve the product on the market. Considerable element of marketing in business is management of products range, identification of species, types and standard performance of products popular on the market, predicting the time intervals of change of certain types of products or upgrading to meet changing customer needs.

Range is row of products of the enterprise arranged by type, class, size, brand, style and etc. The formation of range is based on the need to best meet the needs for products that are in demand. Consequently, the formation of the product range should be manageable. Management of products range based on the concept of marketing is to manufacture and supply the market with such products that the consumer wants to

buy in this period, and is based on the principle: to produce products as long as it is necessary and when it is necessary. [3]

Range management is selection of products for future production and sales, bringing the specifications and characteristics of these products in accordance with customer requirements, identified in the result of a comprehensive study of the market, as well as predictive needs of enterprise. In the result of marketing research of needs, consumer demand and the market, adjusted for the technical and technological capabilities of enterprises, acceptable cost and level of profitability, a list of items needed for the consumer is generated. Deeply grounded studies allow the company to determine its potential for the production and sale of products, to develop the necessary program of marketing activities, to coordinate the time intervals of a stable range of products.

Process control range, for example, industrial production is quite complicated and time consuming due, breadth and diversity of needs in a variety of products. Managing range of marketable products at industrial enterprises is happening on several levels, depending on the accepted classification of products. All products are classified by types, groups, varieties or brands of products. Each nomenclature position represents the end product of the production cycle of a particular purpose and its own name, which reflects its external characteristics or internal content. Products belonging to the same species can be divided into separate groups according to functional features, quality level, the purpose to meet the different needs of specific groups of consumers. In turn, each type of product consists of a variety of products, which form the lowest level of commodity classification. The most important aspect of the process of product range management is to identify the need for it, to form a fair presentation of the product on the basis of analytical, statistical and expert methods. This stage is the principal in the process of conducting marketing research on the of product mix management.

The success of new product design and development of its production, the achievement of anticipated production volumes are depend on the precise organization and market research. However, it should be borne in mind that the work on this phase is connected with material, financial and labor resources expenses subjected to commercial risk. According to world statistics, on the path from research to market product model no more than 10% of very promising products survive. Moreover, the greater the production program, and the scale of enterprise, the greater the losses it bears in the unsuccessful development.

The experience of U.S. industry in the development of small groups, so-called "small firms", is very useful. Small firms cost 4% of overall R&D industry expenses and have 40% of survived innovations. Of all the enterprises of the country 97% - small organizations with less than 20 people. However, they create 43% of gross national product. In domestic practice, until recently, the tendency towards concentration of production, characteristic of the first phase, which is associated with "economies of scale" remains. However, in the last decade due to increased product range and speed of updating the character of industrial production in the global economy began to change. 75% of the total value of U.S. machinery production is manufactured in small batches of 50 or less copies, as well as individually. Proportion of mass production is declining. Enterprises in the United States create millions of jobs. At the same time, large firms have reduced their staff. Such processes in the global economy are connected with the growth performance of small firms. Some achievements of small businesses in selected industries: from 13 major innovations in the steel industry 7 was created by independent inventors, and others - small firms, nearly half of the hundred most important inventions in the aluminum industry, small firms and independent inventors have created more than 100, and small firms, away from 40 to 46% of all the major scientific and technological innovations in the U.S. industry. [1]

Process of product range management is much more efficient for small companies that have the ability to respond flexibly to changing market conditions. Transition to market economy requires a rapid creation of a network of small enterprises, which could intensify the economy restructure, provide a wide freedom of choice and additional jobs, to ensure a rapid return of lump-sum and current costs, respond rapidly to changing market demand.

The effectiveness of product range management depends also on the results of research of degree of novelty of products that are supposed to replace the currently manufactured at the company. In the system of marketing in connection with this aspect a number of concepts are distinguished. It seems that most accurately the degree of products novelty can be characterized by the following definitions. [2]

New model. An advanced form of the existing products: a product with a modified design, packaging or peripheral support; modification of an existing product. The new model is usually designed to be used by the same consumers and for the purposes of the previous application.

A new product on a well-known market. The product is new to the company, but its product market is known for enterprise.

The product is new to the company, but known in the market. Products are manufactured by other companies. But the new products for them is already well known in this market.

The new product in a new market. The most difficult development and manufacture of products that are new not only for the enterprise, but also for other enterprises and companies. Their development and distribution increase costs, risk and time required to achieve profit. Among the product range of large U.S. firms, these products make up only 10% of all innovations and share new models coming to 70%.

Indeed, the proliferation of new, advanced products is crucial to the success of any industrial enterprise. But at the same time, it must also include measures aimed at the extension of time and cost-effective production of products previously produced. In addition, funding new developments, developing new products can be derived mainly from royalties from sales of products manufactured over the years. Actions of marketing professionals in this case can be taken at least in two directions.

First, to explore new market segments, ie, the search for new consuming qualities of an existing product design in order to expand its scope and use, and secondly, management of modification or upgrade products to improve its feasibility and operational indicators and taking into account the requirements of consumers.

It should be noted that for the marketing research identifying when the modernization is simply the improvement of existing products (ie, extending its economic life cycle), and when a new product appears is essential. Modification or upgrade should be carried out with a clearly defined purpose and with the use of marketing information.

In the result of such research it is necessary to obtain the following data: critical evaluation of the technical and economic characteristics of the product, consumers' opinion about the feasibility and performance of this product, suggestions for improving its properties, the overall conclusion of the consumer about its future production, the results of research and development work at enterprises producing similar products (company-competitors), techno-economic level of development and timing of their implementation; market development of these products.

Process of product range management is continuous from birth till removing it from the production, ie during the entire product life cycle.

References:

1. Гончарова, Н.П. Маркетинг инновационного процесса/Гончарова Н.П., Перерва П.Г.: Учебное пособие. – К.: 2006 – 126с.
2. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2001. –Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m21>, свободный.
3. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006. –Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m21>, свободный.

MERGERS CONTINUE APACE IN SPITE OF AN ALARMING FAILURE RATE

Nurudeen Tijani, Petrova G. A.

Tomsk Polytechnic University

E-mail: raveronika@yandex.ru

The purpose of any mergers is that individually neither company would be able to tackle or to take on the performance of the dominated company, whereas together... Without any doubt, the objective of it is to become “the world player” large enough to compete with competitors. In fact the mission of the General Motors now is to be the world’s first automobile provider.

Therefore, the collapse of the planned the Opel & one of the Russian banks merger tarnished the reputation of both parties. The Opel management was exposed as divided and confused. But even if the takeover had gone ahead, it would probably still have disagreed.

It is pointed out that no German company had ever made a hostile bid for another German company. Germans believed that the permanent thread of a takeover or a buyout, which exists in America and Britain, is a disincentive to long-term capital investment. Furthermore, many German commentators claimed that workers are at least as important as shareholders, and that companies are places where people work rather than assets to be bought and sold. Yet, German’s main argument against merger was that its offered price

was too low. They claimed that the bid did not represent good value for shareholders, and that the Opel had a better strategy and future plans that they would be offered.

Many German business leaders argued that their corporate culture preferred consensus: in other words, companies want to please a large majority of their shareholders, not just the few who are looking for a quick profit. On the contrary, the German search for consensus was really just a way of resisting change and inevitable global trends.

Moreover, German companies regularly bought foreign companies: in the previous few years, for instance, BMW had bought the British car companies Rolls Royce & Rover, also German business regularly had bought the Greek companies, there was influenced upon the whole market in Greece.

And there is a welcome lesson at a time, when Volvo acquired the building machinery operations of Samsung Heavy Industries for \$ 500 million. To the surprise of many, Volvo transferred the head office to Seoul and close its main plant in Sweden. The Swedish company transferred production to the former Samsung plant in Changwon, an hour's flight from Seoul.

The takeover was viewed sceptically by those outside Volvo. Many believed that the Swedish company had paid over the odds for the Samsung division. However, Volvo asserted that the takeover gave it vital production and marketing base in south-east Asia.

In spite of its recent economic problems, the region looks certain to open up a vast market for construction and related equipment as economic development speeds up.

Volvo quickly introduced a series of tough measures at the company. Productivity was boosted by giving more responsibility to employees so they could determine better machining and assembly techniques.

A long list of studies have all reached the same conclusion: the majority of takeovers damage the interests of the shareholders of the acquired company, who receive more for their shares than they were worth before the takeover was announced.

Why do so many mergers and acquisitions fail? Most mergers are based on the idea of "let's increase revenues", but you have to have a functioning management team to manage that process.

What is more, the nature of the problem is that the cultures don't meld quickly enough to take advantage of the opportunities. Consequently, many consultants refer to how little time companies spend before a merger thinking about whether their organizations are compatible. Mergers are about compatibility, which means agreeing whose values will prevail and who will be the dominant partner.

It is known that there are two conditions for success. The first is to define what success means. The combined companies have to deliver better returns to the shareholders than they would.

Secondly, merging companies need to decide in advance which partner's way of doing things will prevail.

After close consideration, it seems that merger of equals can be dangerous because it's not clear who is in charge. It's said that there is necessity of asking what advantages they will bring to the acquired company that competitors will find difficult to replicate. After all, businessmen need to remember that competitors are not going to hang around waiting for them to improve the performance of their new acquisition.

Announcing a takeover will have alerted competitors to the acquiring company's strategy. Given how heavily the odds are stacked against successful mergers, managers should consider whether their time and the shareholders' money would not be better employed elsewhere.

References:

1. Ian MacKenzie, English for business studies, Cambridge University Press, 2002.
2. Whistly and Koonz, Global management, First Ed. , 1989.
3. F.W. Taylor, Scientific Management. New-York: Harper and Brothers, 1996.
4. David Cotton, David Farley, Simon Kent, Market Leader, Pearson Education Limited, 2002.

UNEMPLOYMENT IN THE PERIOD OF CRISIS

Pleshakova R. V., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: rufina_pleshakov@mail.ru

Scientific adviser: Kosov V. B., senior teacher Kovalenko N. A., teacher

One of the essential socio-economic problems of the present stage development of the Russian society is the problem of unemployment. Unemployment leads to the waste of enormous sizes of its main produc-

tive force - labor force, a significant reduction of potential gross domestic product and national income, a significant productive government spending on unemployment benefits, retraining of unemployed workers and their employment. Obviously, if available labor resources are not used completely, economic system works, without reaching the limits of its production capacity. Then we can not discuss any economic recovery of the country.

Present unemployment in the Russian Federation is a phenomenon generated by the development stage in the process of formation of market relations. Despite the specifics and peculiarities of Russia's unemployment rate, it has the features characteristic for all countries. Relation to the unemployment as to a socio-economic criteria of the society state changed during the time, but the damage entailed by unemployment brings considerable backlog of the country in its economic development.

Unemployment causes considerable damage for vital interests of people, not allowing them to realize their creative potential, their ability to make the kind of activity in which people can realize themselves. And most important fact is that it dramatically worsens the financial situation of families where there unemployed, contributes to the growth of disease and crime, aggravates social tension in society.

Currently, Russia is facing a financial crisis, which, according to experts, decreases and increases periodically. The crisis affected almost all spheres of society. Financial difficulties lead to job losses, which in its turn increases the level of unemployment in the country. The unemployment problem is one of the major difficulties not only for the population, but also for the country as a whole. Unemployment is the important phenomenon characterized by the macroeconomic instability and having the cyclical nature of development.

In order to start the study of this issue it is necessary to understand what unemployment is. Unemployment – is joblessness of the economically active population in economic activities. The following types of unemployment are allocated:

Forced and *voluntary* unemployment. The first occurs when an employee is able and willing to work at a given level of wages, but can not find work. The second relates to the reluctance of people to work, for example, under conditions of wages reduction. Voluntary unemployment increases during the economic boom and falling in recession, its extent and duration are different for people of different professions, qualification level, as well as for people from different socio-demographic groups.

Registered unemployment - unemployed population seeking for employment and officially registered.

Marginal unemployment - unemployment of unprotected groups (the youth, women, disabled persons) and lower social strata

Unstable unemployment - caused by temporary factors (for example, in case of voluntary change of jobs by employees or dismissing of employees from seasonal industries

Cyclical unemployment - caused by repetitive decline in production of the country or region. It represents the difference between the level of unemployment in the current economic cycle and the natural rate of unemployment. For different countries different levels of unemployment are recognized as natural.

Seasonal unemployment - depends on fluctuations of the economic activity during the year, typical for some sectors of the economy.

Structural unemployment is the result of changes in the structure of demand for labor, when there is a structural mismatch between the qualifications of the unemployed and free workplaces demanding. Structural unemployment is caused by large-scale economic restructuring, changes in demand for consumer goods and production technologies, the elimination of obsolete industries and occupations, and there are 2 types of structural unemployment: *promotional* and *destructive*

Technological unemployment - unemployment associated with mechanization and automation of production, as a result of which some part of the labor force becomes unnecessary or needs higher level qualifications

Institutional unemployment – unemployment that arises in the case of state or trade unions interference in the setting of the wage rates, which differ from those that might emerge in the natural market economy.

Friction unemployment – a period of time when a person is searching for a new job, which suits him/her more than his/her previous job.

The various factors influence unemployment: the scientific and technical progress causes the reduction, especially of manual workers; structural changes in the economy cause the reduction of the number of employees in selected industries; the increase of productivity reduces the number of employees; the time-saving law contributes to the reduction of direct labor. [1]

The purpose of this article is to examine unemployment during the crisis, to study the statistics, starting from the beginning of the financial crisis, and on the basis of the study to make conclusions.

As it was previously mentioned, there is forced and voluntary unemployment. But in a crisis forced unemployment is the most common type nowadays. Bankruptcy, low profits, a limited amount of financial resources, all of this and other factors cause difficulties for companies or organizations. As a result bankruptcies and work places reduction appear, which in turn leads to the increase in the number of unemployed

According to the latest data of the Russian Federation public health ministry, since the beginning of the economic crisis around 1 million of Russian people were fired, and hardly even quarter of were able to find a job. Since October 2008 the total number of laid-off workers reached 976 521 people, 276 308 of them were employed, and 158 857 of them - in the previous organizations. Each year this number increases and more and more people become unemployed. By the beginning of 2010 according to the state employment service data there is 2.2 million of unemployed people in Russia.[2] According to the data as of January 27 the number of unemployed population of Tomsk region reached 17,6 thousand people. [3] However, experts predict that this year will not reduce the rate of unemployment, but rather will grow. This issue affects able-bodied population of all ages. But the greatest risk of being unemployed has people approaching retirement age. In addition, according to Vladimir Gimpelson words "about youth unemployment" it follows that "Perhaps the crisis will return a part of the students at their desks. It happens, because in times of crisis, young people think of education much more seriously." This also happens due to the increase in the growth of unemployment among young people.

To reduce the level of unemployment, there are some steps to eliminate it. In our country the policy of employment is carried out. Employment policy is an organic part of economic policy. It should be focused on the most pressing problems solving. These problems also include unemployment. There are two ways to solve unemployment problems: direct and indirect. The direct way is a revival of domestic production, the organization of new jobs in all spheres of economic activity. Indirect way is an administrative or legislative regulation of employment. This means: legal protection of employees, using of alternative forms of employment, development of the system of unemployment insurance, the strengthening of guarantees with respect to wages, solving the problem of non-payment of wages, creation of effective system of protection of employees through a mechanism of social partnership. But in a crisis the most common ways of helping people who were left without work are the following: unemployment insurance benefits, effective activity of labor exchanges. [4]

On the base of the above mentioned facts it is possible to make the following conclusions: the beginning of the financial crisis caused unemployment increase, and today the number of unemployed people is much more than it was before. People are left without work, especially people of retirement age. Young people start thinking seriously about learning. Labor forces reduction leads to negative consequences both for workers themselves, and for the economy as a whole. Different measures to reduce unemployment are carried out, but as we can see from the statistics, it does not give positive results. Day by day more and more people lose their jobs.

References:

1. Dobrinin A.I. Economic theory. Textbook for university students. 3d edition., - M., - 2007.
2. Tomsk Review, dated February 2, 2010. <http://obzor.westsib.ru/news>
3. State Statistics Federal Service. <http://www.gks.ru>
4. Schedrunova E. Unemployment in Russia. <http://www.ippnou.ru>

ANALYSIS OF TOMSK CELLULAR COMMUNICATIONS MARKET

Прасолов П. В., студент; Андреева О. В., старший преподаватель

Томский политехнический университет

E-mail: pavel@danet.in

Научный руководитель: Андреева О. В., старший преподаватель.

Modern world is changing dynamically and causes technologies of everyday devices to follow these changes. Cellular communications is the example. In Tomsk market there are 3 leaders: «БиЛайн», «МТС» and «МераФон». To assess the efficiency of promotion strategy, it is necessary to analyze the consumption of cellular communications. For this purpose an audit was organized and carried out. The target segment included students of Tomsk polytechnic university (161 respondents).

The audit included the following points: cellular communications operator; tariff; duration of all outgoing calls; the period of usage.

The audit was not repeated. Random sampling method was used. It took place from 12.01.09 to 24.01.09. The tariffs used after 24.01.09 and «TELE2» was not taken into account.

The results are as follows:

- 27,3% are «БиЛайн» subscribers;
- 25,5% are «МТС» subscribers;
- 47,2% are «МегаФон» subscribers.

The pair wise correlated analysis of outgoing calls duration and periods of usage allows to draw the conclusion concerning the pattern of cellular communication use by subscribers

«БиЛайн» correlation coefficient 0,67 shows interconnection between quantity of outgoing minutes and the period of usage of cellular communications. Consequently its subscribers prefer using the communications (17, 15 months) with fixed minute price and equal price on calls of other cellular operators. «МегаФон» subscribers demonstrate greatest activity. Correlation coefficient 0,26 demonstrates the absence of apparent interconnection between the period of usage and amount of outgoing calls (average period of usage is 10,08 months). I recent times the company has enhanced its position in the market by focusing on young consumers. Innovative tariff system accounts for the success: depending on tariff options the subscriber can choose optimal suitable parameters. Other operators now use the same principle. «МТС» is an outsider among TPU students: correlation coefficient - 0,19 and period of usage - 8,65 months. It indicates of unstable demand. As a rule subscribers are attracted by seasonal discounts and actions but then change tariff and operator because prices of outgoing calls on other operators are equal to prices on urban telephone network calls.

All companies represented in the audit realize different tariff policies. For example, «МегаФон» tariffs are oriented on a particular audience : students («Студенческий»), children («Смешарики»). The policy of «МегаФон» is supplemented with wide usage of tariff options. It contributes to its promotion in the market. «МТС» realizes the policy of functional approach in creating new tariffs. «БиЛайн» develops its tariffs according to the policy of ‘the golden mean’ which combines orientation on the target audience and functionality. As a result «БиЛайн» uses a great number of audience - oriented and function –oriented tariffs.

One of the most popular tariffs is «Драйв» («Мегафон») used by 20,5% of respondents. Among «БиЛайн» tariffs the most popular is ‘archival’ tariff «Би+Тайм» - 11,2% (new subscribers are not accepted. «МТС» is characterized by the absence of leading tariffs. «Первый» has more subscribers among TPU students - 5,6%.

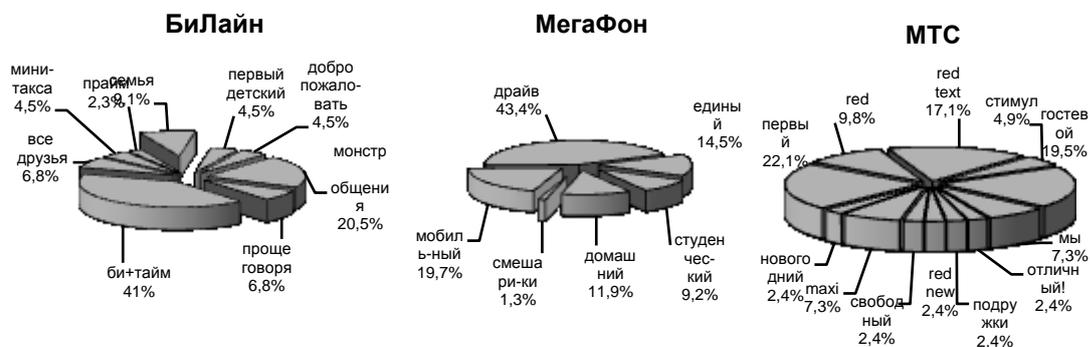


Fig. 1. Relative distribution of students according to tariffs

The popularity of tariffs depends on the following factors: advertising, presentation actions, handing out SIM-cards, preferential terms for initial period of usage. The last retaliation is not aimed at keeping subscribers: as a rule the latter after the preferential period change tariff and operator

Analysis of tariff usage intensity shows the following tariff leaders : «RED New» («МТС») - 862,5 minutes a month, «Все друзья» («БиЛайн»)- 744,4 minutes, «МАХИ» («МТС») – 741,0 minutes, «Драйв» («МегаФон») - 667,7 minutes. The crucial factor was the price of talks. That is why average quantity of outgoing calls has for operators defining. Consequently a popular tariff does not obligatory corresponds optimally to subscribers needs, that leads to small intensity of tariff usage.

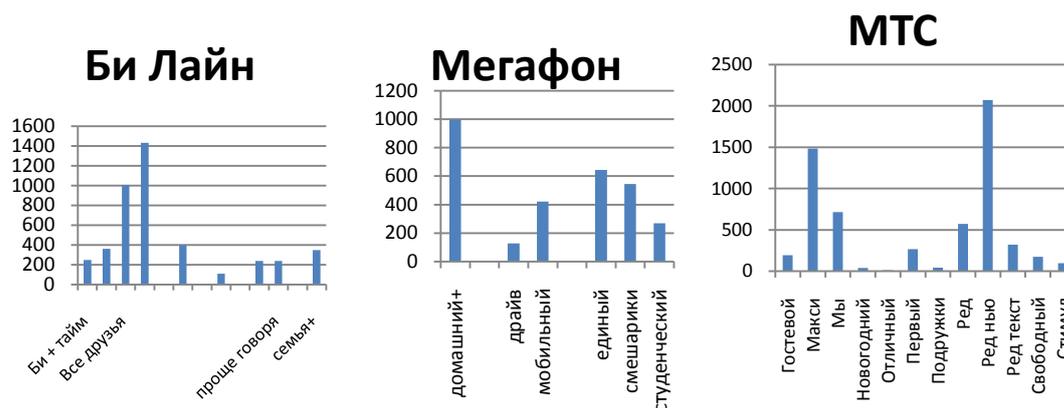


Fig.2. Dependence of ARPU among definite tariffs

The diagrams (fig. 2) represent dependences of the average indicator ARPU (monthly tariff profitability) among definite tariffs, which shows how much at the average a subscriber spends on outgoing calls if average call duration is 2 minutes. The popular tariffs have rather low ARPU. Leaders of ARPU are «RED New» - «МТС» (subscribers fraction among TPU students -2,4%), «МАХИ» - «МТС» (subscribers fraction – 7,3%), «Добро пожаловать» - «БиЛайн» (subscribers fraction - 4,5%).

In the result of the analysis following findings were discovered: in spite of «МегаФон» leading position as far as quantity of subscribers is concerned, its most popular tariffs have less monthly profitability. In case of «МТС» the situation is opposite: it has the highest ARPU, but no leading quantity of subscribers. «БиЛайн» has mean indicators in all positions.

Realization of different tariffs policies by different operators leads to different results. But aim is always the same – profit. «МегаФон» focuses on getting profit by means of big quality of subscribers. «МТС» gets profit by raising intensity of tariffs usage. «БиЛайн» - not much quantity of subscribers using expensive services with high quality of communications.

In July this year «Tele2», new operator (discounter), enter Tomsk market of cellular communications. This company enters segmented markets and appeals clients. It indicates that Tomsk cellular communications market continues to expand.

References:

1. www.beeline.ru; www.mts.ru; www.megaфон.ru; www.tele2.tomsk.ru
2. Тарновская Л.И. Социально-экономическая статистика. Томск: изд. ТПУ, 2007 г.

INNOVATION IN OIL AND GAS INDUSTRY

Pudovkin S. A. Kodryan E. M.

Tomsk Polytechnic University

E-mail: Pudovkin_stas@mail.ru

Scientific adviser: Andreeva O. V., Lecturer

At the present stage of development the national economy of Russia feels influence of the global economic crisis which gets into the majority of branch segments more deeply. If till September, 2008 there was rather a good situation which has allowed the state to create small safety factor, first of all, for stabilization fund in the conditions of sharp falling of the prices for oil and an unstable price conjuncture in the commodity-raw markets and, first of all, the markets of the mineral raw materials, the saved up means can not suffice for a sustainable development of branches of national economy and preservation of social stability in the state. [2]

For the further stable functioning in the market the fuel and energy companies should resort to innovations. In necessity to update the production under the threat of loss of competitiveness and the market. The markets have enough structured. The price entering a new market has increased; therefore strategy of a di-

versification widely applied earlier became inefficient. [6] At the same time the competition in the Russian markets has amplified, the exclusive markets almost do not remain. The importance of the factor of the price decreases, and the factor of consumer qualities of production – increases. The client is reoriented on an estimation of economic efficiency of use of production. And often it appears that even at the smaller price product is not competitive or becomes noncompetitive in the future.

For normal functioning of an innovative cycle from the idea to manufacturing in the company it is necessary, that the income of realization of new production, at least, coverlets expense on carrying the further developments. The world companies - leaders in separate subsectors invest in research and development 3-10 % of the incomes that makes ten and hundred millions dollars a year. It, on the average, makes the income of the Russian companies – leaders in these subsectors, at the same time on research and development gets no more than 3 % of income. [1]

"The new" industrial companies are usually more innovative-are focused, as their development is initially constructed on creation of competitive production. They have strong marketing and sales structures and "are less linked" to production capacities. However intensive development and frequent absence scale manufacture causes regular crises of "growth" and control system revision in an administrative team of experience of management.

"The old" industrial companies are too linked to available products and production capacities. To refuse from turned out difficultly, therefore new, especially in workings out, it is perceived hardly.

Complexities and contradictions of innovative processes in the oil-extracting industry are mirror reflection of the general situation in the country as a whole. Oil and gas sector, taking into account its role and value in economy of Russia, can become, from our point of view, one of generators of development of innovative processes in the country. However, automatic development of the given processes, as the modern situation shows, is not always in harmony with public interests.

References:

1. Сайт Сообщество инновационных технологий [Электронный ресурс] / Сироткин Д.Г. СПб - Режим доступа: <http://www.ariz.ru>, свободный. – Инновации и компании: куда идет процесс?
2. Сайт Институт бизнеса и права [Электронный ресурс] / Череповицин А.Е., Радько А.В. СПб – Режим доступа: <http://www.ibl.ru>, свободный. - Нефтегазовые центры экономического роста как основа инновационного развития региона.
3. Сайт Агентство нефтегазовой информации [Электронный ресурс] / Туголуков Е.В. – Режим доступа: <http://www.samotlor-express.ru>, свободный. - Переход на инновационный путь развития предполагает техническое и технологическое перевооружение геологоразведочной и горнодобывающей отраслей.
4. Сайт Новости нефтегазовой отрасли [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ckbngp.ru>, свободный. – Пойти по-английски.
5. Сайт СибАкадемИнновация [Электронный ресурс] / Крюков В.А., Шмат В.В. – Режим доступа: <http://www.sibai.ru>, свободный. - Инновационные процессы в нефтедобывающей промышленности: свобода творчества при отсутствии правил?

DECENT WORK IN THE INFORMAL SECTOR

Rakovskaya V. S.

Tomsk Polytechnic University

E-mail: raveronika@yandex.ru

Informality is attributed to legitimate work/employment that lacks socially accepted employment norms - a wage that covers basic needs and social security, an established employment-relationship, and decent occupational health and safety. In this way, the report suggests a differentiation between the work as such and the conditions under which it is being performed. Informal work is the problem, not the worker.

Formality and informality in transitional societies are inevitably a mixture of existing and new patterns; in the region, they are mixtures of features typical for developed and developing economies. They can only be understood in their unique transitional nature that defies a simple comparison with "known" phenomena in other countries. Informal employment is - maybe more than in any other region - by no means a distinct entity. There is no clear border between a "formal", "organised" and an "informal", "unorganised" sector as it is the case in so-called developing countries.

The "explosion" of informality in the region has developed in two waves: In early 90s, a fierce economic, financial and social crisis followed the "shock therapy" of transition. The de-industrialisation and de-agriculturalisation of the economies, that created a situation of widespread unemployment from previously full employment within a few years, devaluation of the currencies and often hyperinflation with subsequently eroded purchasing power of wages introduced poverty to a majority of the populations. The UNDP called this change the "most acute poverty and welfare reversal in the world". Privatisation has frequently facilitated the depriving formal sector workers of their rights. New owners often ignored existing collective bargaining agreements. Furthermore, privatisation often meant closures or redundancies. For these reasons, people were forced to look for income alternatives in informal and subsistence activities.

Since the late 90s, transition processes have converged more intensively with globalisation and EU-integration. Factors that cause more informal and non-standard employment worldwide also become increasingly relevant in the region. Globalisation is commonly related to the search for more flexible forms of labour to sustain a competitive edge. Labour markets have been deregulated, the mobility of capital increased and global commodity chains have been restructured. The region has become a preferred target for production relocation, outsourcing, subcontracting and assembly production/outward processing trade for Western European companies and markets. All these processes have commonly been linked with the increase in informal work arrangements.

Globalisation pressures add to transition problems. The dramatic downsizing of the public sector and social services e.g. has been seen as an inevitable result of both, globalisation and transition. However, the deteriorated performance of social services has contributed to the weak commitment of employers and employees to paying taxes and making statutory social contributions.

The near absence of a critical public that would raise issues of deteriorating working and living conditions, as it does in similar situations in other world regions, contributes further to an atmosphere of "anything goes" and a weak respect for social and labour regulation in the region. Under the economic, financial pressures and social impacts of transition, globalisation and EU-accession, governments are reluctant to enforce effectively social and labour codes that are generally well developed in the region. Local and foreign employers/clients use such a situation of weak implementation of social and labour rights.

Available evidence suggests that the economic recovery in terms of GDP growth that occurred in some countries did not lead to a decrease in informal employment and could not absorb the high unemployment. Women did not benefit substantially from this recovery. They are increasingly confronted with both discrimination on recruitment and employment and a re-introduction of conservative family roles in many countries of the region. Thus, women are less likely to get well protected and well remunerated employment in the emerging private sector, but are more likely to work in informal arrangements well below their generally high levels of formal education. Women are also more likely to be subject to violations of labour rights.

Countries of the region can be roughly grouped into two clusters:

Countries where there is a serious mixture of over-regulation and absence of regulation, yet where there are socially accepted standards that favour formalised patterns. The share of the informal economy in GDP and employment (following the above definition) is estimated at 30 - 50%.

Countries that are dominated by a comprehensive "informal regulation" such as Russia; in these countries, overregulation (as formal regulation) is undermined by "informal regulation". The share of informal arrangements in GDP and employment amounts to 50 - 70%.

Typical forms of informal employment throughout the region are:

Multiple jobholding that combines employment in the remaining public and social sectors, e.g. teachers and doctors, with other activities because of the low purchasing power or non-payment of salaries. A common strategy for women in these situations is to create self-employment as private tutors, translators, consultants/assistants to foreign organisations or companies. Men tend to create self-employment in technical services or consultancy. These include high as well as low-income activities.

"Classical" informal economy activities such as cross-border/suitcase trade, street-vending and home-based production of services or goods for local markets. These activities are highly gender-segregated, as in other world regions.

Migrant labour in seasonal, temporary, or other casual, sub-standard employment in West Europe, mainly in Italy and Germany (domestic work, construction, agriculture).

Subcontracting and particularly assembly production arrangements within global or European supply chains. This is one of the most important areas of informal employment and can take place in home-based, micro-enterprise-based or in factory-based locations. Typical sectors are garment, footwear and food processing. Apparel constitutes the highest share of exports of many countries in the region and the EU is the major importer. Usual signs of informality in this sector include a lack of labour contracts and the weak-

ness of effective labour organisation or collective bargaining. Moreover, workers are often "officially" paid the legal minimum wage (that as a rule does not cover basic needs) while for any extra they work off the books.

Foreign clients employ subcontracting arrangements in the region because of the absence of basic labour rights, which enables them to exercise high production and labour flexibility. It is no coincidence that feminised sectors are targeted for this kind of ultra-tayloristic production that profits from flexibility and time advantages, which are derived from the availability of skilled and "obedient" labour. Time and flexibility ensured by low labour costs and bad protection of workers, motivate subcontracting in the region. Women's wages are seen as supplementary and complementary according to conventional "breadwinner" patterns, even though the social reality in the region contradicts this sharply. The fact that legal minimum wages in the region do not cover basic needs and are well below a living wage, and instead are derived from recommendations by international financial institutions, constitutes one of the heaviest downward pressures on living conditions and on decent work.

When it comes to strategies, the report tries to transcend a focus on evasion of taxes or social contributions that would lead to a simplistic policy dichotomy - whether or not to tighten legal enforcement, or whether or not to raise taxes. Informality indicates that major policies and legal and institutional frameworks often do not correspond with the socio-economic realities, such as people's strategies to cope with poverty. Moreover, intensive informal labour relations show that economic practices may depart considerably from the regulatory/legal/institutional system. This is not to say that institutions and regulatory frameworks would not exist and function. The interlinkages between legal and economic relations, between regulations and their de facto impact need to be better understood. Only then meaningful strategies for formalisation and decent work be derived that would not be detrimental to the employees involved.

Organisations to represent employees/workers in the informal economy are crucial to formulating strategies. In the region, only few organisations exist. Among trade unions that are present in the formal sector awareness is growing. However, informal employment still creates a challenge to the labour movement around the world and particularly in the region. Trade unions in the region could learn from existing organisational efforts in the informal economy such as Homenet and Streetnet and their member organisations.

Together with organisations in the informal economy, the concept of an employment-based definition of decent work needs to be operationalised in terms of the concrete labour standards to which it makes reference. For workers in garment and sportswear supply chains, a set of labour standards derived from basic ILO-conventions has been developed (7) that is widely accepted by labour and multi-stakeholder initiatives worldwide.

The importance of global supply chains for the region and the prevalence of informal work arrangements suggests that strategies for decent work should and can use a supply chain approach. As practised by multi-stakeholder initiatives in the garment sector (8), these strategies should comply with the following requirements:

Certain labour standards must be implemented and verified for all workers that are involved in the production of a good or service regardless of their legal relation to the marketing company; i.e. the entire supply chain including home-based seamstresses under subcontracting arrangements must be covered.

The verification of these standards must be independent; that is ensured through the inclusion of different stakeholders such as trade unions, NGOs, employers' and sectoral organisations and governmental institutions.

Local organisations must be included in the verification and implementation process.

Multinational marketing companies must develop their own social management system according to accepted best practices to ensure the constant implementation of labour standards in their entire supply chain.

Lastly, openness of relevant actors and diversity in ways and strategies according to the concrete employment situations are decisive preconditions for any successful endeavours towards decent work in informal economies.

References

1. <http://www.ilo.org> – International Labour Organization
2. http://www.decentwork.org/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=13&Itemid=27 - the Decent Work Decent Life campaign

MONETARY METHOD AND HIS INFLUENCE ON ECONOMICS

Rudenko A. M., student;

Tomsk polytechnic university

E-mail: r-a-m@mail.ru

Research supervisor: Eremina S. L., Professor, Doctor of Economics;

Belenyuk N. A., Master teacher of Business English

2009 year is an unpleasant surprise for international economics expressed in economic, financial and in some countries a political crisis. The governments of many countries use cash infusion in order to come out of the recession. This method calls a monetary method. The aim of my work is to analyze the work of this method in the modern life and find the answer to the question whether the cash infusion can become an effective method.

Monetarism is an economic theory and a conception of the public management which defines the role of a monetary stock and a connection between a money supply and a mass of commodities. The monetary conception was invented by Milton Friedman, the leader of monetarists. In his opinion, regulation of emission, national currency rate, credit interest, tax rate, customs tariffs have the main influence on economics. Monetarists think that market economics by virtue of the internal tendency tends to a stability and self-regulation. The cause of all disproportions is an external intervention. Monetarists point out the connection between the change of the monetary stock and cyclic development and progress of economics. On basis of analysis of data was made a conclusion that coming of a new phase of cycle depends on the growth rate of money supply. For instance, the lack of money appears to be the main cause of depression. And the most important regulator which has an influence on economic life, is a “monetary impulse” or regular currency issue.

The Friedman’s conception is based on the quantity theory of money. On the theory, circulating money supply has an influence on the price level. It means that money has a function of the demand management and affects national measures. Milton Friedman upheld the principle of the exclusive importance of money’s steadiness for normal operation of economy. He confirmed that there is a consistent, though not absolute connection between rate of increasing amount of currency and increasing nominal income. But the change of nominal return comes after 6 or 9 months. In short run the changes have an influence on production and in long term on prices.

During the period of 2008-2009 the governments of some countries use the same method of controlling crises – they invest budgetary funds in economics, despite the fact that the sums of money were different, neither were the parts of investments. (table 1-2). In order to test the applicability of the ideas of Milton Friedman I analyzed the influence of monetary method on 3 monetary aggregates in 6 countries (Russia, USA, Great Britain, France, Germany and Japan).

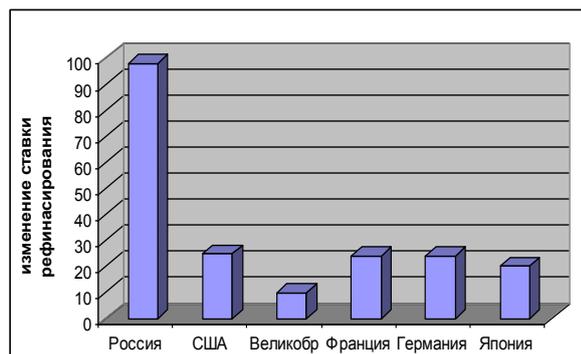
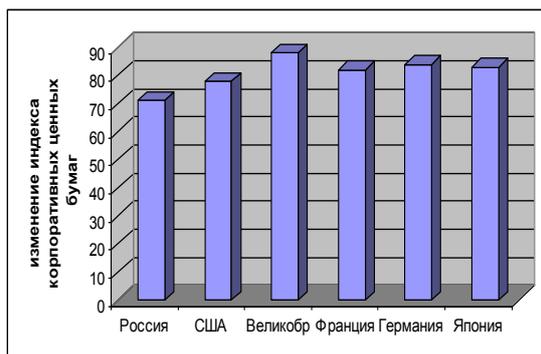
All researched countries investing money in economics reduce refinancing rate in order to make the credit resource more attractive for enterprises. Although it hasn’t a result all countries have expected. The calculated indices show that effort of countries doesn’t lead to a successful outcome: currency rate has fallen like the stock rate. One possible reason can be a short term that can’t show a right result. It is also not a good indicator in terms of the cycle. Nevertheless, the chosen part of cycle indicates the inefficiency of this activity in short run.

Tab. 1 Monetary aggregates of 6 countries

Country	Share index		Refinancing rate (%)		\$ rate to other currency		Investment in economics (\$ млрд.)
	1.09.08	1.09.2009	1.09.08	1.09.2009	1.09.08	1.09.2009	
Russia, RTS	1500[1]	1066	11[2]	10,75	24,98[3]	31,83	222
USA, S&P	1282[4]	998	3	0,25	-	-	3 539
Great Britain, FTSE	5550[1]	4900	5	0,5	1,77	1,63	1 020
France, CAC	4400[1]	3620	4,25	1	0,69	0,68	464
Germany, DAX	6400[1]	5360	4,25	1	0,69	0,68	893
Japan, Nikkei	12600[1]	10449	0,5	0,1	108	93,02	576

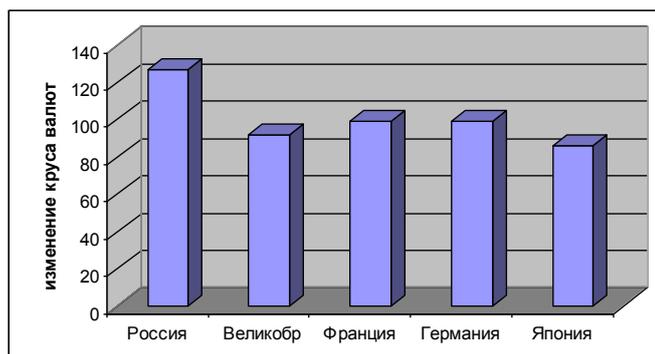
Tab. 2 The changes of monetary aggregates

Country	Change of stock index (2009/2008) (%) (picture 1)	Change of refinancing rate (2009/2008) (%) (picture 2)	Change of currency rate (2009/2008) (%) (picture 3)
Russia	71	98	127
USA	78	25	-
Great Britain	88	10	92
France	82	24	99
Germany	84	24	99
Japan	83	20	86



Picture 1. Change of stock index (2009/2008) (%)

Picture 2. Change of refinancing rate (2009/2008) (%)



Picture 3. Change of currency rate (2009/2008) (%)

References

1. RBC <http://stock.rbc.ru/>
2. Central Bank of Russia http://www.cbr.ru/statistics/print.asp?file=credit_statistics/refinancing_rates.htm
3. Yandex. Currency rate <http://news.yandex.ru/Russia/quotes/1.html#20071230-20081231>
4. S&P500 // http://www2.standardandpoors.com/portal/site/sp/en/us/page.topic/indices_500/2,3,2,2,8,1,2008
5. Friedman, Milton *Monetary History of the United States, 1867-1960*. Princeton University Press
6. Friedman, Milton. *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press.
7. Spaltakov V. The history of economical studies, theme 11. Monetarism
8. Nikolaev I., Marchenko T. Costs and methods of struggle with a financial crisis: comparative analysis the system of Russia and other countries

MODERN APPROACHES TO THE INTERNAL PERSONNEL AUDIT

Sabirova D. T., student, Kovalenko N. A., assistant

Tomsk Polytechnic University

E-mail: sabi@sibmail.com

Scientific adviser: Trubchenko T. G., associate professor

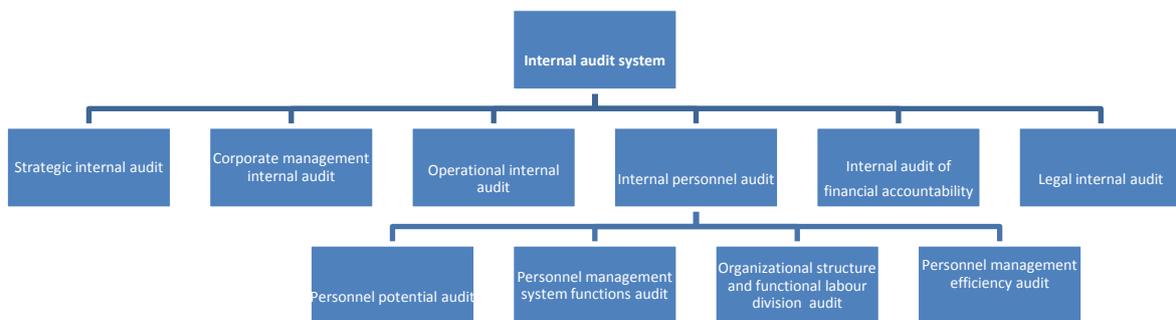
In the unsteady market environment it is necessary to react efficiently and quickly to any problems arising both inside and outside of a company to provide successful personnel functioning. And it is desirable that this reaction turns into strategic planning as a further result.

In order to understand the peculiarities and differences between a personnel audit and a general audit it is necessary to examine the essence of these terms.

According to the federal standards of auditing practices, an *internal audit* – is a verification activity, carried out within an audited entity by one of its subdivisions – by an internal audit service. Functions of an internal audit service include monitoring of adequacy and efficiency of an internal control system. The extent and objectives of an internal audit are different in different cases and depend on the audited entity size and structure and on requirements of its governing body. Some functions of an internal audit service work are presented below (scheme №1). [1]



In scientific works of foreign and domestic authors there are a lot of classifications of an internal audit system. Having studied different classifications it is possible to draw a consolidated scheme №2 in which different types of an internal audit and human resources audit structure are presented.



A strategic internal audit should cover the fields of strategic company planning, an investment activity, a system of balanced indices and key activity indices.

A corporate management internal audit estimates conformity of internal company management procedures and methods with company objectives, as well as a possibility of its perfection. It also assesses the dynamics of management technologies development.

An operational internal audit should cover current activities of a company: production, financial and social activities, operational planning, functioning of information systems, questions of budgeting and formulation of management accountability.

An internal audit of financial accountability controls a system of business and tax accounting, formulation of financial accountability for external users. A legal internal audit keeps close watch on compliance with legislation requirements and internal regulations (instructions) of a company. [2,3]

The main object of the internal audit system research is the internal personnel audit that includes the functions of management (planning, organization, motivation and control) at all levels of administration and subordination.

Personnel management activities are estimated by means of research with the use of various approaches, because the audit opportunities make it possible to estimate both personnel management service functioning and line managers and workers. Sometimes, it can be enough to carry out a research based on a moderate get-to-know collection of facts. In other cases a research can be deeper and be based on complicated research projects and statistics. Such applied research, both informal and strict, is aimed at improvement of activities of organization personnel management. The most general forms of the personnel management applied research are as follows: a comparative approach, attraction of new experts, a statistic approach, an approach of conformity and a management-by-objectives approach.

On the base of various approaches investigation it was revealed that the *comparative approach*, perhaps the most common form of study, uses another company as a pattern. Audit team compares the results or procedures of the company with the same ones of another organization. The comparative approach is often used to compare absenteeism (the practice of regularly staying away from work, usually without good reason), personnel turn-over and level of wages. This approach makes sense when any new procedure is introduced for the first time.

Alternatively, the personnel management service may invite external consultant-experts (*outsourcing*). The research standards, offered by consultants or published, serve as the basis for the audit team. For example, a consultant may point out that the personnel management budget makes up 0.75% of the company gross sales. In this situation this number serves as a “sign post” while evaluating the personnel management service overall budget. Nowadays, external comparison is one of the most popular approaches in the estimation of personnel actions and services.

The third approach is the *development of statistical methods of performance assessment*, which takes the existing information system of a company as a base. For example, the study of company reports allows revealing of the indices of absenteeism and personnel turn-over. These data indicate how efficiently personnel management managers and line managers control these processes. Such statistical approach is usually supplemented with the comparison with external information that may be gathered in other firms. This information is often represented in the form of fractions, which makes it easier to carry out calculations for the further usage. For example, an entrepreneur makes a conclusion that the company personnel turn-over is 6 %, if during a month twelve employees out of two hundred of workers at the average leave their job. The number of dismissed workers (12) is divided into the average number of employees (200) and is multiplied by 100%. By analogy, if eight workers are absent from work during the working day without good reason, then the absenteeism index is 4%. The number of employees absent from work (8) is divided into the total amount of workers (200) and is multiplied by 100%. As a result we get 4%.

The approach of conformity, another strategy of the personnel audit, studies the last period to determine how the personnel policy of the company is maintained. More often an audit team examines the questions of labour and employment, rewards, labour discipline and forms of workers assessment. The aim of such research is to guarantee, that the personnel management service and line managers carry out internal rules and law prescriptions.

And, finally, there is an *approach for specialists in the sphere of personnel management and line managers*, which makes it possible to settle objectives and fields of responsibility. It is, so called management-by-objectives (MBO), the approach when certain objectives are established and its performance can be assessed. Then the audit team examines the actual performance and compares it with objectives set in advance. For instance, using this approach, line managers are able to settle the majority of conflicts at their level without taking the question to the managers of a higher rank or arbitration. Audit assesses quantitative and qualitative tendencies in this field. This principle is also popular when estimating the personnel management service practices.

On the basis of these approaches a company executive plans an internal personnel audit that includes measures for company risks optimization. It also helps to use the potential and resources more effectively as well as makes a company more competitive.

References

1. The federal standards of auditing practices № 29 «The examination of the internal audit work».

2. Orlov S.N. The internal audit risks: abstract of a thesis: 08.00.05. Moscow. - 2006.
3. Selina A.I. Organizational and methodical aspects of a company personnel management system audit: abstract of a thesis: 08.00.05. - Moscow, 2007. – 224p .
4. Serguienko D.A. “Key approaches to the efficiency estimate of the internal audit service”// Financier. – 2008. - №2. – p. 14-18.
5. Podolskiy V.I. Audit: textbook. – M.: Economist, 2005. – 494 p.
6. Zhminko S.I., Internal audit. – M.: Phenix, 2008. – 320 p.

THE PILOT PROJECT AS A METHOD OF HEALTH MANAGEMENT IN TOMSK REGION

Saulina O. V., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: osaulina@yandex.ru

Supervisor: Cherepanov N. V., associate professor. Language advisor: Chayka J. A.

Reformation, modernization, management... All these definitions are proper for various areas of life, which ought to undergo changes in any case. So long as just these changes ensure development and progress. It is arguable that all these processes are consistent and, above all, are essential, because they ensure continuous and forward advance.

The problem of modernization affects such sophisticated component of social sphere as health protection. Nowadays money turnover in the sphere of health protection is quite large, but it is important to say that money often is spent uneffectively. For instance, annual medical examination of workers on which a lump sum of money is spent and which is directed to disease prevention, is performed very formally and does not achieve the assigned task. In other words, medical inspection is performed below standard.

If some worker has got no complaints, he will not be given medical documentation about his health status. In this issue, disease intelligence in medical inspection comes to nought. Follows that money is appropriated for passing through medical inspection, but pathology detection is not arised, because no measures are taken to confirm its performance. Therefore, sums of money are spent irrationally.

In this connection, administration of Tomsk region offered to convert this sector to market relations and put all institutions on an equal footing, including private medicine. «The right of choice should be for the patient» - was told by one of the representatives of the administration. Such an approach will inevitably lead to the redistribution of financial flows. But the goal will be reached there would be competition, and, of course, those who treat improperly the market should leave.

Pilot Project: «Modernization of the health system in the Tomsk region» was developed to fulfill this goal. It came into force in 2006. Since 2007, the Pilot project got federal significance, it became a national project.

The federal Pilot project in the health sector was conducted in the following regions of Russia (the pilot regions): Astrakhan, Belgorod, Vladimir, Vologda, Kaliningrad, Kaluga Region, Krasnodar, Leningrad Oblast, the Republic of Tatarstan, Chuvashia Republic, Perm Krai, Rostov, Samara, Sverdlovsk, Tverskaya Tyumen regions, Khabarovsk Krai, Khanty-Mansi Autonomous District and, finally, in the Tomsk region. On the territory of the Tomsk region this reform was implemented and is being implemented by the Administration of Tomsk region under the patronage of the Ministry of Health and Social Development of Russia on the basis of the orders of the President of Russia. Terms of the project were identified by RF Government Resolution № 296 dated May 19, 2007 «Approval of funding rules in 2007 of costs of implementation in the subjects of the Federation Pilot project aimed at improving the quality of health services, and the list of subjects of Russia, it involved», as well as a number of normative documents of the Ministry of Health and Social Development and Federal Mandatory Medical Insurance Fund. Initially the project was designed to last for 12 months, from July 2007 to June 2008. 5.4 billion rubles has been allocated on its implementation from the federal budget. In fact, in 2007 was spent 2 billion rubles and in 2008 was spent out of this amount respectively. The costs of the project from the budgets of RF subjects amounted to 3 billion rubles. Since July 2008 the project was continued without additional funding from the federal budget [2, 3].

The figure 1 shows the key mission of the project and the tools of its realization:

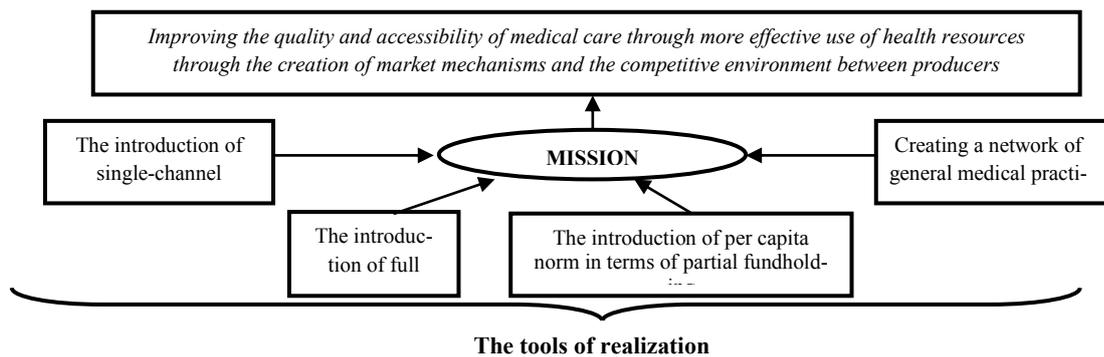


Fig.1 A key mission of Pilot Project

The project changes are tested in the following areas:

The transition of health facilities mainly in the single-channel financing through OMI. The project has raised the share of public funds accruing within the territorial systems of OMI by increasing the size of contributions from the budgets of the regions of Russia in territorial OMI funds. At the end of 2008, the actual share of OMI funds in pilot regions has grown almost in 1,5 times - up to 58%, however, the objective value of the specified target, provided the average for all pilot regions (60%) had not been reached.

Financing of health care institutions is carried out through several sources: OMI funds, funds of the regional and municipal budgets, funds of the population.

Single-channel financing involves pooling all of these sources so that in future the allocation of funds will be implemented exclusively through the Fund of obligatory medical insurance.

The transition to per capita financing of outpatient clinics with the elements of partial fundholding. Nowadays in the system of OMI dominant method of payment for outpatient care is paid for medical visits. Testing elements of fundholding was that of the normative per capita financing of outpatient clinics, and here were included funds not only for their own work on health care for assigned to them people, but also for consultations of specialists and research in other health care facilities, rendered to the population assigned. Actually all medical institutions have mechanisms of «inside-institution» settlements between branches of local doctors and medical specialists.

The introduction of new scheme of payment for medical workers for the volume and the results of their activities. Payment included additional benefits to the base rate to ensure the interest of health workers in increasing the volume and quality of their services (the salary of health workers involved in the project grew from July 2007 to December 2008 to 66, 2%).

The introduction of personified registration volume of rendered medical aid. The project solved a problem of formation of a common information space in the management of regional health care, creating an integrated information system combining government health care, hospitals, insurers.

Forming a network of general medical practices. The notion of a general practitioner (family doctor) means an expert oriented to major medical specialties and able to provide a multidisciplinary outpatient care for the most common illnesses and emergency conditions.

The modern equipment used by the family doctor allows conducting the most of the necessary diagnostic measures straight in his office. As a result, the patient significantly reduces the time getting skilled medical services for treatment, diagnosis and prevention of diseases. The patient receives an additional benefit, because it pays for the services of only one doctor [4].

In general, in the opinion of the administration of the Tomsk region, the choice of directions of the project was done correctly. Nonetheless, its organization had certain flaws, such as:

- the absence of a target setting to testing alternatives variants of reforms according to preferential directions;
- the absence of a methodical basis;
- the shortage of the project times for a complete transformation provided for it and getting tangible end results.

However, positive changes have taken place:

- in-patient aid decreased, which in our country are excessive, it was replaced by ambulatory polyclinic;

- quality of health care improved through both improving of the quality control (the number of examinations performed has increased by 20%), and the implementation of key directions of the project;
- people's satisfaction of medical care, according to social studies, has grown from 61,6% to 84,1% [1, 2].

Therefore, we can talk about the beginning of large-scale reform of the health system in the Tomsk region. Awareness of the need for a change is already a big step towards the improvement. Besides, time and the realities of modern society correct the reform of the system, so it is necessary constant refinement of specific objectives is necessary.

References

1. Law of the Tomsk region on economic and financial fundamentals of the health system of the Tomsk region.
2. Resolution of the Tomsk Oblast Administration from 01.07.2005 № 71a /1 «About approval of the Pilot Project «Modernization of the health system of the Tomsk region».
3. RF Government Decree № 296 of 19 May 2007 «About approval of rules of finance in 2007, the cost of implementation in the Russian Federation Pilot project aimed at improving the quality of health services, and the list of subjects of the Russian Federation take part in it».
4. Application to a pilot project «General practice, the tariff system of OMI and fundholding as a mechanism to increase the availability and effectiveness of medical services».

CHANGE MANAGEMENT – THE NEW IMPERATIVE

Savostina O. A., a student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: freakolife@mail.ru

Language adviser: O. V.Andreeva, a senior lector

The rate of organizational change has not slowed in recent years, and may even be increasing. The rapid and continual innovation in technology is driving changes to organizational systems and processes. Witness is the startling growth of the internet, which is enabling much faster and easier access to knowledge. Add to this the increased expectations of employees as they move more freely between organizations. And, of course, globalization has seen the tearing down of previous international market barriers. It is no wonder that relentless change has become a fact of organizational life.

In spite of the importance and permanence of organizational change, most change initiatives fail to deliver the expected organizational benefits. This failure occurs for a number of reasons [1]:

- poor executive sponsorship or senior management support
- poor project management skills
- intraorganizational conflicts
- poorly defined organizational objectives
- change team diverted to other projects

Failed organizational change initiatives leave in their wake cynical and burned out employees, making the next change objective even more difficult to accomplish. It should come as no surprise that the fear of managing change and its impacts is a leading cause of anxiety in managers.

Understanding the organization and matching the initiative to organization's real needs (instead of adopting the latest fad) is the first step in making the change program successful. Beyond that, recognize that bringing about organizational change is fundamentally about changing people's behavior in certain desired ways. As is apparent from the above list of reasons for failure, lack of technical expertise is not the main impediment to successful change. Leadership and management skills, such as visioning, prioritizing, planning, providing feedback and rewarding success, are key factors in any successful change initiative.

Adopting a principled approach that displays integrity and engenders openness and trust will see the change program through the hard times. There are five key principles of successful change management. Adopting these principles in both spirit and practice will enhance significantly chances of success. These principles are [2]:

- Sponsorship

The change program has the visible support of key decision-makers throughout the organization and resources are committed to this program.

- Planning

Planning is conducted methodically before program implementation and committed to writing. Plans are agreed with major stakeholders and objectives, resources, roles and risks are clarified.

- Measurement

Program objectives are stated in measurable terms and program progress is monitored and communicated to major stakeholders.

- Engagement

Stakeholders are engaged in genuine two-way dialogue in an atmosphere of openness, mutual respect and trust.

- Support structures

Program implementers and change recipients are given the resources and supporting systems they require during and after change implementation.

Adopting a principled approach is great, but how to apply these change management principles in practice? There is an easy to understand and structured approach to implementing change in organization. This approach consists of six phases that successful change programs progress through [2].

- Create tension

Articulate why change needs to happen and why it needs to happen within the planned timeframe.

- Articulate goals

Define in specific and measurable terms the desired organizational outcomes.

- Nominate roles

Assign responsibility to specific individuals for the various tasks and outcomes.

- Grow capability

Build organizational systems and people competencies necessary for affecting the change.

- Entrench changes

Institutionalize the change to make it «the way we do things around here».

There are also some key areas for managing change [3]. One key area requiring attention is the identification and management of change stakeholders. A stakeholder is any person with an interest in the change process or the outcome of the proposed change. Stakeholders bring with them an amalgam of competing interests and often act to further their own power, influence and survival. The added difficulty for change managers rests in the fact that such political maneuvering is often in the guise of impartial and rational argument. Who are your major stakeholders? How will you get them on board and retain their support throughout the life of your change program?

Another essential activity often neglected by failed changed initiatives is the setting of clearly defined and measurable objectives. Goal setting done well engages stakeholders and commits them to the program. Other benefits include focusing effort to where it is important and providing a yardstick for measuring program success. Are your goals fuzzy and hard to put a finger on, or are they SMART goals? Do they link to the strategic objectives of the organization and do they have widespread and genuine support across the organization?

People, and only people, can make the organizational change happen. Programs fail where roles and tasks are not agreed and clarified. In organizations with a low performance culture, many employees and managers will expend considerable effort in hiding from responsibility. What are the key roles and responsibilities for bringing about the change in your area? For any change initiative, there are four key change roles: Change Driver, Change Implementer, Change Enabler and Change Recipient. Who are the people that occupy each role in your change program? Have the right people been selected for the right roles?

Whatever the change initiative, most likely the above-mentioned roles will not be working in isolation. More and more, results can only be achieved through people working in collaboration – in teams. Are your teams of the optimal size – not too small and not too big? Have you got the right team leader? Do they have the necessary technical and interpersonal skills? One reason why teams are much more productive than individuals working in isolation is that members may leverage off each other's strengths and compensate for each other's weaknesses. Do your teams have the right balance of natural working styles? At times, teams get stuck. What is your strategy in moving stuck teams forward?

Training is an indispensable tool for skilling teams and bedding in change [3]. Many organizations, however, fail to benefit from the resources spent on training. Soon after the training is completed, employees continue to cling on to the old way of doing things. How successfully are you using training in your organi-

zational change program? Do you have a well-articulated training plan? Does the training focus on behavior change or simply on content?

No matter how good your training is, some employees, customers and suppliers will resist the change. Unless you have a well-thought out strategy for dealing with resistance, resisters will wear your program down till it grinds to a halt. Are your resisters out in the open or do they work from the underground? The stated reasons for resisting may simply be a smokescreen. Have you uncovered the real reasons for resistance to your program? How have you helped people work through the psychological process of change? What is your strategy for overcoming resistance to change?

Bringing about change in organizations today is fraught with uncertainty. However, when done well, it can be extremely rewarding.

References:

1. J. Hiatt, T. Creasey. Change management: the people side of change//USA,2003
2. R. Raton, J. McCalman. Change management: a guide to effective implementation//Great-Britain, 2008
3. <http://change-management-toolbook.com>

WORD EXPERIENCE IN SPHERE BUDGETARY POLICY

Schegolev V. V. student

Tomsk Polytechnic University, Institute of Engineering Business

E-mail: kungpo@sibmail.com

Scientific adviser: Eryomina S. L., Doctor of Science, Economics;

Belenyuk N. A., Candidate of science, Linguistics.

“We don't have a trillion-dollar debt because we haven't taxed enough; we have a trillion-dollar debt because we spend too much”

Ronald Reagan

Far not the secret that many of us often studies on the mistakes, instead of analysing another people's mistakes, and consider them at accomplishment of any actions.

The Russian Federation is not an exception to the rules. Real actions of the government became notable only when financial crisis is come. Also it became absolutely clear that with present structure of management of country development, on the advanced items not to leave. It is less than words - more actions so the federal, regional and local governments act now.

Thus, in the Tomsk region chosen path of innovative development of the region. There was created economic zone of technology-innovative type, at universities there are business incubators, powerful projects on industry and agriculture development are executed. The regional government does the strategic emphasis on education and development of small and middle business. Investment appeal of region raises, the economy improves.

With such development there should be a plan and control of the budgetary process to continuously optimize the structure of income and expenditure and increase adaptability to harsh of the change of the market, economic, political and social environment in general. Today's financial crisis has had an affect in 2008, having formed budget deficit at the amount of 2 309 million rbl¹. The region has been compelled to make sequestration the budget. It is necessary to notice that by that time the consolidated debt volume has reached 9 billion rubles that is close to level of 50 % of incomes of regional budget. It is a critical indicator if to consider that the region has established limiting volume of borrowing in 50 %.

One of the Administration of Tomsk Region's peculiarity is that they adopt responsible and effective decisions in the field of financial management and fiscal policies in the region and in particular, as analysts note, in the management of public debt. Till now the region is depended on changes of the prices in the raw markets, despite negation of it by local authorities which approve that have reached more diversified economy. Budget planning is in a very intense form, especially now, all secondary costs were eliminated, certain conclusions are added, that if any of them are not anticipated that is because the authorities did not give proof of Finance to correct the problem.

In order not to solve problems as they emerge, it is necessary to analyze existing experience of other regions, to compare it to actions of the Tomsk region and to formulate same recommendations and conclusions.

There are from various regions of the countries was chosen Alberta province of Canada. It is necessary to consider that the choice passed proceeding from criteria and indicators which were comparable with similar in the Tomsk region. Geographical and climatic features of regions are similar, there are large educational centers, both regions are dependent on such primary goods as petroleum, gas. Both regions are a federative state part that means similarity of intergovernmental fiscal relations and divisions of the authorities. Important making is wide experiences of Alberta consist in management of financial and budgetary processes.

After the collapse of oil prices in 1986, Alberta has suffered deep losses, and over the next nine years, had a budget deficit and growing debt. Changes have begun when Ralf Klein was elected on a post of Prime Minister. The situation was strained and the urgent strategic plan of action was necessary for elimination of the accumulated problems. The plan of a non-deficit policy and efficient control incomes of the petroleum and gas industry has been accepted. The budget was planned in such a manner that arriving tax incomes of non-renewable resources were limited to the fixed assignment, other part was spent under two items: on cover of securities and in a trust fund existing at that time - Alberta Heritage Savings Trust Fund (AHSTF). The region thereby insured itself against changes in the markets of raw materials and formed more stable and predicted budget. It point to not only about rigid and restrictive, but the effective policy.

Alberta Heritage Savings Trust Fund is created in 70th years and has been urged to generate confidence in the future and it must be to stabilize a condition of the regional budget. The fund has strategic significance:

- Its purpose consists in saving and investing incomes Alberta from non-renewable resources.
- It introduces balance of the budget, allowing disposing of the received incomes effectively.
- It brings an additional revenue, and be in itself economic reliability at any situations.

But in crisis 80 confidences was imaginary, and resort on a rise in prices for petroleum and other primary goods did not justify. So, incompetent actions of the government have led to that the Fund has turned to "zero". But after application of measures on creation of non-deficit economy, the fund has been restructured and restored. Since then the region prospers and develops.

Additional trust funds (one of which is stabilization) have been in this time created. Legal aspects of AHSTF did not allow solving all problems of social and economic character in region because assets of fund could be spent only for realization of special-purpose problems. Thanks to the created funds, Albert has supplied to itself financial soundness. Today it is possible to note its successful struggle with crisis.

At the moment, the authorities of the Tomsk region have chosen a direction of development of region which allows to qualify the budgetary policy as effective. But trust funds as gear, it is possible to use in Tomsk, creating a certain safety cushion. We will consider them as reserve fund because, under the acting budgetary legislation of the Russian Federation, it is most accessible. So, the expediency of setting up a fund consists in the following:

1. Stabilization of costs of the budget. It will supply insurance not only upon tactical fluctuations in the petroleum and gas market, but also will allow to consider changes budgetary and tax laws or at reduction of transfer deeds from the federal budget, cash ruptures, etc.;
2. Diversifications of profitable base of the budget;
3. Formation of sources of investment of large investment projects;
4. Increase in flexibility of the budget.

Also one of goals can serve increasing of a regional credit rating by reservation of a assets part that will be an additional guarantee reducing credit risks. It, in turn, will reduce loan capital cost.

The budgetary Code¹ has been added by article 81.1., which provides possibility of creation of a reserve fund by the subject of the Russian Federation. It is clear that the entered measure is backward, but it is better late, than never. There are some complexities.

The first of what Fund may include that in conditions reduced costs, so setting up the fund can be impracticable, but for the future it is considered as a necessary measure.

The second - consists of a complex of questions. By what do criteria to direct means from the budget to the fund? Next, how do to define optimum volume of fund and management of means already in the fund? By what do criteria to spend them and on what are to audit, to conduct the control. And actually, for what account of income items the fund will increase. The most important point is to form the main part of the fund from the revenues from oil and gas (non-replicated resource). Other criteria's more formal also have technical character.

The first of what can be formed fund is from the account balance in the end of each year (for example, in the Perm Region when there was not surplus fund, them placed on bank deposits). The following, is certain interest deductions from all incomes, mortgaged in budget planning. And the most important item,

this formation of the basic part of fund for an income account from petroleum and gas (a non-reproducible resource).

The fact is that since 2000 95 % of the oil and gas production tax and the large part of other connected taxes is directed to the federal budget. So, in 2007 the share of such deductions from all incomes has made 80 %¹. Intergovernmental fiscal relations of the Russian Federation mean the balanced policy on all regions, so incomes at surplus regions therefore are withdrawn and transmitted deficit region - who does not have such resources, and at whom a problem. On the one hand, it is correct, but with other, the indicator in 80 % is critical. The question on reduction of such deductions to an optimum level and has not been given. It is necessary to require modification of the authority list of tax distribution for the Tomsk region. An explanation can be that it is strategic the important territory and is aimed at the decision of the problems facing to the state. Also it is necessary to notice that with reception of an additional income sources, the Administration of the Tomsk region can realize more fast the development program, and diversify region economy, having got rid further of raw dependence.

Even at not the concurrence of questions concerning authority deductions, setting up a fund all the same remains attractive and expedient.

References:

1. Annual report on form 18-k Alberta 2001
2. Boothe P. Time-consistent data for Alberta's public finances, 1968 to 1989. C://Canadian tax journal, 1993, №3.
3. <http://www.businesspress.ru/>«the Tomsk region transfers more than 80 % in the federal budget» - news agency REGNUM
4. Administrations of a province of Albert//<http://www.qp.alberta.ca-government>
5. Administration of the Tomsk region//www.tomsk.gov.ru
6. The budgetary code the law of the Russian Federation №310-ФЗ from December, 30th 2008, item 81.1.
7. Department of the finance of Administration of the Tomsk region//www.findep.tomsk.ru
8. Department of the finance of Canada//www.fin.gc.ca
9. Ермацова N.B.budget system: the Textbook for vuzov. th.: higher education, 2009
10. Ермацова N.B.state and the municipal finance: the theory and practice in Russia and in foreign countries: the Textbook for high schools. - M: Higher education, 2008.
11. Surplus fund of the subject of the Russian Federation//<http://bujet.ru/article/58598.php>

STRATEGIC COMPETITIVE ANALYSIS

Selevich T. S., Candidate of Economics, Associate Professor

Tomsk Polytechnic University

E-mail: popova_ts@rambler.ru

Global economic crisis demonstrates the failure of the current financial system. He also tells us about the apparent failure of theories and practices of self-regulation of the market economy. The crisis also means sensing defeat of applied economic science, which is concentrating all his attention on the problem of competitiveness of the firm.

Underestimated a powerful impact on the economy of new processes, which manifest themselves at the national and international levels. This is a mega-competition – international competition, the highest level of competition, global competition among all players in the world market. Another new process – the market turbulence – the rapid, chaotic development of economic processes.

The author of this article attempted to address the strategic competitive analysis as an effective tool for developing and implementing competitive strategies in Russia. This strategy is designed to ensure the dynamic development of economy and sustained improvement in quality of life of Russians, national security and strengthen the position of our country in the world community. Application of such analysis and a strategy to accelerate the transformation.

We have to show how to use competitive analysis can reveal their competitive advantage. This competitive advantage allows large companies to form their own position, stand out from the crowd by winning their «place» in the market. To achieve this goal it is necessary to put the following tasks:

1. Determination of the most competitive, the establishment of the causes of its existence and effects of the market;
2. Consideration of the content of competitive analysis and features of the method of competitive intelligence;
3. Formation of the algorithm to identify a competitive advantage;
4. Determine the influence of competitive advantage in forming a strategy for a large company.

Most Russian firms perceive higher competition as a negative factor hindering the activity on the market. Moreover, in recent decades have seen a significant change in business conditions. There is a blurring of boundaries and fragmentation of markets, rapid changes in consumer behavior, increase the criticality of consumers. Consumer information is reloaded. There is growing uncertainty associated with the choice of goods, and it gives customers distrust and protective behavior. At relatively lower production costs and communication costs are rising. Attracting new customers more costly.

Much of the Russian firms respond to competition negatively. However, objectively it is the competition is part of the market and has some positive effect for the industry, market and society as a whole. It stimulates the economy to progress and increases the level and quality of life of society. Increased competition forces companies to go to more sophisticated compete. Open all the new challenges in the regulation of competitive relations. This leads to the need to adjust and supplement the existing rules and regulations in the legislation of different countries.

Unfortunately, producers were weak in the field to win and keep their own competitive advantage. They lost that right more agile and experienced Western competitors, as well as adaptive Asian economies.

Competitive advantage can be held together only by continuous improvement. The need for change is often contrary to steady the firm internal norms of behavior. Companies rarely change yourself, this pushes them to the external environment. To maintain a competitive advantage requires that the company practiced "creative self-destruction.

It is necessary to destroy old advantages to create new ones. However, this self-destruction must be subordinated to a clear plan of action based on an understanding of hazards, including those from competitors. Few know the current competitors and their activities in the market. We must see the prospects of his own and adjacent markets, to know the sources of threats, both at the national market, both nationally and internationally, have alternative plans for responding to these competitive threats.

But even for the large Russian companies is so detailed and thorough management review until the exception rather than the rule. The problem of developing science-based development strategy and successful implementation is very serious to the majority of Russian managers, analysts, marketers and business intelligence. This should be able to anticipate changes in the situation a year later, after several years at the meso and macro levels.

For this reason, seeking to expand the scope of the analysis of competition, the author moved to the branch level to the inter-ethnic, ie, geo-economic level. Here, under the strategic competitors do not mean the individual companies and entire sectors of national and regional economies of various countries. They are contradictory terms. On the one hand, being further globalization of world economic relations, on the other hand, the growing confrontation

Today, the practice still dominates the current competitive analysis. It reduces to the study only really existing competitors and limited analysis of priority competitors. Such an approach is fraught with irreparable loss of competitive advantage in its own market, if there is rapidly rush by foreign competitors, at one time dropped out of sight of management.

The strategic analysis of competitors is often perceived as a process of identifying the individual characteristics of large companies, assess their goals, strategies, strengths and weaknesses. We must anticipate the likely range of corporate action and choose the competitors, which must be attacked or avoided. In other words, a strategic competitive analysis hardly goes beyond the company. Meanwhile, some facts show that even the largest Russian companies are not the main figures intercountry acute confrontation.

Development-related issues with a strategic competitive analysis, will determine the following directions.

1. An aggravation of a competition and cardinal change of approaches to working out of strategy;
2. Terminators of current and temporary horizons of the strategic competitive analysis;
3. The purposes of the strategic competitive analysis, its principles;
4. Transition to innovative economy and a role of the strategic competitive analysis;
5. The basic lines of the strategic competitive analysis;
6. The geoeconomic and strategic competitive analysis;
7. Information sources of the strategic competitive and geoeconomic analysis.

Strategic competitive analysis is an independent kind of management review, to objects which are the enterprises, industries, areas of activity, the economy or a region within the country. Subjects of strategic competitive analysis – management and company owners, government sectors and spheres of activity, country and its regions.

The subject of strategic competitive analysis are the processes of production and economic activity of the object and socio-labor, political and reproductive gender relations.

In conducting a strategic competitive analysis, as competitors of the company are not taken individual firms and entire sectors of national and regional economies, the structural units which in the future under certain conditions can compete with our company.

Strategic competitive analysis has the following main features:

- 1) comprehensiveness;
- 2) the multiplicity of alternative approaches;
- 3) accounted for the heterogeneity of symptoms and factors;
- 4) high proportion of high-quality assessments;
- 5) the prevalence of informal methods of analysis;
- 6) the dominance of long-and dalnesrochnyh forecasts;
- 7) non-standard analytical procedures;
- 8) the specificity of information sources;
- 9) hierarchy and the diversity generated effects.

For the implementation of strategic competitive analysis should use the whole arsenal of techniques of strategic, marketing and competitive analysis. These methods should be both traditional (parametric, rating), and specific. These are, primarily, include competitive intelligence. Such exploration is based on information on the planned national development priorities and strategies of countries, as well as independent assessments of the prospects for their economic growth.

There should also be assessed reliability of main sources of information: official projections, the concepts of development, analytical intelligence reports from different countries, their own intelligence service reports. All this – the best source of data for strategic competitive analysis.

Strategic competitive analysis focuses primarily on the development of medium-and long-term forecasts of certain sectors of the economy. Strategic competitive analysis along with strategic management ensures the implementation of a number of objectives:

- the balanced development of all-round prosperity and the object being analyzed;
- high level of competitiveness;
- Improving social and labor relations, etc.

All of the above items related to the conduct of the competition are closely monitored the participants of the market process and the state. They provide support for the development of fair competition.

HARMONIZATION OF FINANCIAL REPORTING

Shaferova D. A., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: eclattt@rambler.ru

Scientific advisers: Kalashnikova T. V., associate professor, PhD

Belenyk N. A., candidate of science, Linguistics

In conditions of global integration and globalization, we can see how rapidly the volume of world trade grows. It is required new rules and standards, which would be appropriate for each participant, for each country. They should have an opportunity to compare the information from different resources.

This work is devoted to harmonization of financial standards, to two disputable issues in particular, why authorized persons until now could not decide:

How to make appropriate standards to different interested party, especially it concerns national context;

Whether or not to take into account branch-wise features and specifics, for example most issue banking sector.

The attempts to set up high-quality global accounting standards went from the G20 near 10 years ago. If in the 80-90th the central market was the US, in 00's everything in the world started to change: expansion of EU and creation of union currency (euro), increasing role of BRIC, and weakening of dollars role. But

most companies (I mean TNC) and one of the most popular stock exchanges were still placed in US. The US has their own financial statement which should be considering by everyone who would like to work with them.

Now we should make a historical remark. Creation of regulatory acts in the field of accounting and reporting developed in the framework of two approaches – market and regulatory. The followers of the first approach consider that financial statement is a market product, that's why the market (especially potential consumer) should determine the content of publishing information, which should be disclosure at the maximum level. The followers of the 2nd approach indicate that there're lots group of information users with different interests. That's why is necessary to make additional control measures declining uncertainty in publishing information. It should apply to presentation, valuation, consolidation, frequency and so on.

According to the first one, in the US, government practically doesn't participate in a regulation. Because they delegate these authorities to Financial Accounting standard board (FASB), they develop and amend Generally Accepted Accounting Principles (GAAP). The second is in the USSR. Less tighten conditionals are in the EU.

Nowadays there are two systems which have international acceptance; these are the US GAAP and IFRS (International Financial Reporting Standards). Since 2001 more than 100 countries have required or permitted the use of International Financial Reporting Standards (IFRSs), while the remaining major economies have established timelines for convergence with, or adoption of, IFRSs.

In 2006, the IASB (International Accounting Standard Board (The IASB is the independent standard-setting body of the IASC (International Accounting Standard Committee) Foundation. The IASC Foundation is an international, independent, not-for profit private sector organization working in the public interest) and the US Financial Accounting Standards Board (FASB) agreed a Memorandum of Understanding (MoU) that described a program to achieve improvements in accounting standards, and substantial convergence between IFRSs and US generally accepted accounting principles (GAAP). The MoU was updated in 2008, and in November 2009 the two boards issued a further statement outlining steps for completing their convergence work by 2011. Board (FASB) agreed a Memorandum of Understanding (MoU) that described a program to achieve improvements in accounting standards, and substantial convergence between IFRSs and US generally accepted accounting principles (GAAP). The MoU was updated in 2008, and in November 2009 the two boards issued a further statement outlining steps for completing their convergence work by 2011.

The main problem of IFRS adoption is supranational character of system, which does not consider national aspects. The poll of leading fund managers, administrators and supervisors in 44 European countries found that just a fifth of the funds and administrators who currently have the option to apply IFRS do so. A further 22% of managers and administrators choose to use a combination of IFRS and other accounting standards, such as local Generally Agreed Accounting Principles (GAAP) or United States GAAP. And despite the low take-up of IFRS across Europe, the research found that 48% of managers and administrators believe that conversion had significantly improved the quality of financial reporting [4].

And of course political aspects also takes part. It means that the US has a great role in the world and often dictates what and how to do. Most international organization descend from the USA (IMF, WB), but not IASC, it takes place in EU, London. This hot discussion is planned to be finished in 2011 by united standards.

The next question is whether banks or any other sectors should have their own standard.

Of course each sector has its own specific features which affect information in financial statements. Everybody knows that banks play a great role in a world economy; in addition banks are the guarantee of loyalty to monetary system. That is why there is significant interest to information about banking stability. In fact, since the credit crisis started back in the late summer of 2007, politicians have paid a great attention to financial statement, especially banking. The reason is clear because financial statement helps to decline risks of uncertainty, that's why the main goal is achievement of transparency and reliability.

The International Accounting Standards Board (IASB) has proposed including a new "regulatory page" in the annual reports of banks and other financial institutions that would include modified income figures that could be used for calculating bonuses and share dividends. This would leave the core financials separate and "unpolluted" by regulatory calculations.

During the credit crunch there was exposed the problem of 'procyclicality'- enabling banks to recognize unrealistically high profits in boom times and exacerbating the collapse in profits and balance sheet values during downturns. In the other word it means that in increasing faze there are a tendency to underestimate risks and vice versa in the decline faze.

The debate on bank accounting reveals some key differences in approach between regulators and accountants. Regulators are understandably highly focused on matters of financial stability and the consequen-

tial supervisory regime to which banks are subject. They argue that the banking sector is unique because of its systemic importance to the economy as a whole – and that this should be a factor in considering the accounting requirements for those institutions.

Accountants, however, traditionally come from the standpoint that financial reporting is designed to show a transparent picture of financial performance to help investors make informed decisions. This investor focus runs alongside the belief that comparability between sectors is important. Changing the accounting for banks because they are somehow different from other entities would raise questions about the rigor of international accounting standards if they can be revised under pressure from powerful interest groups.

It is obvious that the question could be examined from contrariwise, from different point of view, because participants of economic relations have different interests and goals. And if some person considers that market results to optimal balance in any case, the others understand a significant role of government regulation. Undoubtedly, the level of market development influences on the situation a lot, but anyhow each country takes part in world trade and in spite of different accepted traditional standards they interact with each other. It connects with lots difficulties which put the brakes on the economy. It is obvious, there's necessity of international coordination to resolve this problem. But semi-centennial history of existence international organizations showed that in spite of international character the main role often belong to one country. But in my opinion one country shouldn't dictate standards in their own interest. Standards should respond to actual world condition.

It is important to understand a real significant role of banking sector. Because importance of one or another industry often depends on the particular country and banking sector has decisive role in each country. People's expectations influence economic a lot as confidence in banking. Confidence depends on transparency directly. The question is very verge between transparency and commercial (trade) secret?

References:

1. V.V. Kovalev. Financial Management: theory and practice, M: Prospect, 2006.
2. www.iasb.org. Official cite IASB
3. www.fasb.org. Official cite FASB
4. <http://www.ey.com/UK/en/Newsroom/News-releases/Asset---10-02-08---European-investment-funds-IFRS>
5. <http://pwc.blogs.com/ifrs/> Is accounting for banks different?

THE USE OF OPTICAL ILLUSIONS IN MARKETING
Shatokhina E., Student, Matalasova E. Y., Senior Lecturer

Tomsk Polytechnic University

E-mail: jenya1111@mail.ru

There are optical illusions all around us. You can find them in nature-animals camouflage themselves into their surroundings and they are hard to see to their predators. Mirages people can see in hot areas.

People have found a numerous applications to them in different field of activities. They use them in art, entertainment, technologies, design of clothes (vertical stripes make people look skinnier and wearing clothing with horizontal stripes make people look heavier) and architecture (by means of mirrors, for example, create sensation that premise areas became big), cinematography, polygraphy and even in military science.

This article presents the general overview of the use of optical illusion in marketing.

First we provide the definition of the term. An optical illusion (also called a visual illusion) is characterized by visually perceived images that differ from objective reality. The information gathered by the eye is processed in the brain to give a percept that does not tally with a physical measurement of the stimulus source [1]. To put it simply, these are systematic mistakes in visual perception.

There are three main types of optical illusion:

1. Literal optical illusions.

Literal optical illusions that create images that are different from the objects that make them. Our mind often chooses to ignore what it wants in order to create meaning and beauty; hence it forms Typographical illusions by focusing on one detail at the expense of other.

2. Physiological illusions.

Physiological ones that are the effects on the eyes and brain of excessive stimulation of a specific type (brightness, tilt, color, movement). A good example of this type is the afterimage made after the bright lights. The retina of the eye retains the strong impression of the intense stimulus long after it is gone or removed.

3. Cognitive illusions.

Cognitive illusions where the eye and brain make unconscious inferences. This is a result of beliefs and assumptions about one's surroundings and the world.

But they can be subdivided into:

- Impossible Optical Illusions, After Images;
- 3 Dimensional Illusions, Ambiguous Optical Illusions, Camouflage And Optical Illusion;
- Distortion Illusions;
- Facial Illusions Color And Shadow Illusions;
- and other [2].

Marketing could not pass over the use of different kinds of optical illusion in its practices. According to some data the earliest use of optical illusions in marketing dates back to the 1800's. The first example was published sometime between 1853 and 1920 for Diamond Eye [3].

Nowadays visual illusions are becoming more and more common marketing tool. It is not hackneyed, effective tool leaving a lot of space for creative work. Optical illusions are mostly used in promotion, particularly in advertising. They are applied as a method of making extraordinary advert that otherwise could be rather ordinary.

Next we enumerate some of the techniques of optical illusions use and effect they produce.

Adverts can look like as they are moving though they are still. When matching the brand message to the depicted movement, audience see the message that stand out. This was used by Procter and Gamble for Duracell and also Sony Bravia.

Optical illusions can be used to deliver a hidden message that adds further meaning to the product and can display an alternative side. This was used in 2004 to promote a Brazillian magazine called Veja. Dior uses a hidden image within the advert of the perfume 'Poison'.

Optical illusions help make something average look extraordinary. There are a lot of examples of this technique in the guerrilla and ambient advertising.

Using 3D Images stickers or images gives a sense of depth to a flat surface that produces a nice attention grabbing effect.

There are examples of the use of optical illusions in mobile advertising. One of them is developed by Advertising Agency Bates Y&R, Copenhagen, Denmark for Copenhagen Zoo – 'Snake Bus', it immediately catches public attention and no doubt attracts visitors to the zoo [4].

Foreign polygraphic companies are widely using lenticular printing - the technology using special type of plastic to create stereo-and vario – effects. The products developed with this technology include a wide range of promotional products:

- coupons;
- loyalty and club cards;
- packaging;
- billboard;
- posters;
- advertising inserts in magazines;
- brochures;
- items for direct mailing;
- business cards and others.

Marketing researches prove that the products are eye – catching, easy to remember and provide sales promotion. And the success of products has a lot to do with optical illusions that the technology produces. [5].

Another application optical illusions found in logo design. According to Bill Gardner, chief editor of influential catalogue and logo depository Logolounge.com, one of the trends in logo design 2009, was the use logo with double meaning (concealed elements) [6].

This reception applied:

1. Calacampania Studios, Calagraphic Design;
2. Duffy & Partners, Gander Mountain;
3. The Bradfor Lawton Design Group, REOC;

4. Felixsockwell.com, New York Times;

Although optical illusions have found a wide application in marketing, they still deal a lot with human psychology so they work on every person to a certain extent. There is evidence to support the argument that various traits affect the way individuals perceive optical illusions. For example, the way females perceive particular illusions may differ from the way males see them. It's also believed that left handed people will get a different impression from right handed individuals [7].

Russian marketing does not exploit optical illusion to its full extent. It is caused by some objective reasons. Still there are examples of its application as well as studies on psychological perception of optical illusions in advertising messages. The conclusions of one of these researches are as follows:

1. Well – thought optical illusions can become a part of product identity and work for a brand.
2. In Russia there is no data on effectiveness of optical illusions in advertising, no researches with data in the public domain.
3. It is necessary to follow the balanced use of optical illusions in advertising avoiding extremes – manipulation and ‘excessively creative’ works (when the idea cannot be understood). Just to involve a customer in a kind of game with a brand.
4. Comparing to western countries, the use of optical illusions in Russian marketing is limited. All the approaches in this sphere are adopted from advertising campaigns of global companies.

Some types of optical illusions are quite difficult to use in advertising but as it is rather new trend it very promising for developing quality, colourful, eye-catching and effective promotion [8].

Summing up, the wide use of optical illusions in marketing is a world trend that is becoming more and more popular. It provides the field for creativity. For companies with the budget and motivation to research and incorporate optical illusion psychology into their marketing this is an effective way to success.

References:

1. Optical illusion – Wikipedia, the free encyclopedia. – Access mode: http://en.wikipedia.org/wiki/Optical_illusion
2. Types Of Optical Illusions - Access mode: <http://library.thinkquest.org/J0110336/types.htm>
3. Luke. Optical Illusions in Marketing. January 28, 2010 – Access mode: <http://www.mrlukeabbott.com/marketing/optical-illusions-in-marketing/>. April 2010
4. Amazing Bus Advertising – Copenhagen Zoo: Snake Bus January 1st, 2010 <http://en.my7475.com/2692.html>
5. Журнал «Формат» №4 июнь, 2008. Обман зрения: лентикулярная печать - Access mode: http://www.kursiv.ru/kursivnew/format_magazine/archive/36/4.php
6. adme.ru. Тренды в дизайне логотипов 2009 - Access mode: <http://marketing.by/main/school/practice/0031116/>. April 2010.
7. Fascinating Optical Illusions – Access mode: <http://www.squidoo.com/optical-illusions>.
8. Марутик Екатерина. Психологические особенности восприятия зрительных иллюзий в рекламных сообщениях. 4.01.2009. - Access mode: <http://marketing.by/main/market/analytics/0024091/> April, 2010.

GOALS AND OBJECTIVES OF PERSONNEL MANAGER

U. Sh. Sirazitdinova., student; O. A. Pachkal, student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: ulzana_sir@mail.ru, pachkal-oa@sibmail.com

Scientific adviser: O. V. Andreeva senior lecturer

Working with the staff - one of the areas of management to align the challenges facing the organization and the organizational and human resources required to implement them.

The conception of staff work has been replaced by staff management as a special area in the system of management activities designed not only to take into account existing staff, but how to create internal organizational processes of formation of human resources, staff development along with development of the organization, according to objectives and principles of corporate policy. Thus, personnel management, understood as accounting activity, has changed to staff management - in every sense of the word, management activities on the comparison and coordination of economic, technological, informational, and structural processes taking place in the organization and outside it, with certain HR processes - human resource devel-

opment, the formation of new motivational areas, professionalization, socialization, etc., in which employees are included as representatives of the organization, members of social groups, citizens of the state and even interstate unions. At the level of personnel management, human resources manager - mid-level management consultants work with senior management or a member of the senior management body - the need to articulate their vision of the ongoing processes and to propose an optimal scheme of their interconnection.

Mission of human resources specialist in today's highly competitive environment - human resources capacity building corporation to implement its business strategy. Neither firm strategy can be developed and implemented without the participation of personnel manager, and nor the results achieved can be properly evaluated. Ensure high level of competitiveness of the company without the partnership with the human capital is becoming increasingly difficult for corporations management. How to attract and keep responsible, efficient, highly skilled and talented people? HR managers should solve this problem and act as "catalyst" in the multidimensional and long-term staffing processes, providing competitive advantage due to the uniqueness of human potential and a high level of responsibility of all its employees. Corporate culture creates responsibility, and people's ability to create a competitive advantage. Therefore, personnel manager must solve two strategic objectives:

1. Create a competitive advantage by improving the company's level of responsibility of its employees, using the facilities of corporate culture management. Strong corporate culture allows to attract and retain talent, and the fruits of their labor create a high reputation of company, attract new customers and highly skilled workers. Updating and constant adaptation of corporate culture to the dynamic external environment are aimed at improving the quality of working conditions, providing feedback to employees and consumers. These tasks are fulfilled by seminars, forums, focus groups, roundtables and promotional campaigns. Involving employees in the marketing activities of the corporation contributes to their initiative and the level of professional self-esteem.

2. Provide a competitive advantage by increasing company's human potential, fully supporting the growth of professional competence of employees. No matter how attractive corporate culture could be, but the gap between the demands of the global market and the potential of the organization can be eliminated mainly through the development of skills and abilities of the entire staff of the corporation. The development of human faculties, centering on the level of professional competence of employees becomes a leitmotif of not only human resource managers, and line managers. In addition some companies include the issues of raising the competence of staff as part of any strategy to develop, others - see this issue as an opportunity to implement a special initiative strategy complements other competitive strategies of the corporation.

Another approach to HR - Human Resource Management - displays the staffing processes of the operational and tactical consideration at a strategic level and raises them to the level of corporate governance.

The paradigm of staff requires the definition of strategic objectives, technological principles and specific human activities. Specifying these options, made with specific corporate culture can be described as personnel policies of the organization.

British expert in the field of personnel management D. Gest believes that the corporation's personnel policy should provide:

- organizational integration - top management and line managers accept well-coordinated strategy of human resources management as 'their own' and implement it in its operational activities, working closely with the staff structures;
- high level of responsibility of all employees the corporation, which includes both the identification with the basic values of the organization, and persistent, proactive implementation of their goals in everyday practical work;
- functional - variation of the functional tasks requiring to renounce the traditional, rigid distinctions between various types of work, as well as the widespread use of various forms of employment contracts - full, partial and time based employment, subcontracting, etc. And structural - adaptation to continuous organizational change, social and cultural innovation - the flexibility of organizational and human capacity;
- high quality of work and its results, working conditions - working environment, meaningful work, job satisfaction, as well as the labor force itself.

Summarizing, it should be pointed out that the personnel manager should be able to interact with the staff.

Mission of specialist on human resources in today's highly competitive environment is to increase human resources capacity to implement business strategy of organization. Thus, personnel management in market conditions is a complex and multifaceted, it's study and adequate use are the most important components of successful management of the organization.

Список используемой литературы:

1. Базарова Т.Ю. Управление персоналом/Под ред. Базарова Т.Ю., Еремена Б.Л.- учебное пособие 2001г
2. Емельянов Е. Н., Поварницына С. Е. Жизненный цикл организационного развития // Организационное развитие , 2000, № 2.
3. Морозов Т.Г. Муниципальный менеджмент/. Под ред. Морозова Т.Г. проф.. М., ЮНИТИ, 2000г..
4. Вопросы совершенствования работы с кадрами // Государственная служба. Зарубежный опыт. М., 2005.

THE ENVIRONMENTAL PROBLEM OF ECONOMICS

Skorhodova A. S., student

Tomsk polytechnic university

E-mail: anya_s_s@sibmail.com

Scientific adviser: Rakovskaya V. S., senior teacher. Language adviser: Yakimenko E. V., senior teacher

The mankind too slowly approaches to understanding of scales of danger which creates by thoughtless relation to environment.

During the existence and especially in the XX-th century the mankind has managed to destroy about 70 percent of all natural ecological systems on a planet which are capable to recycle a waste of human life activity and continues their «successful» destruction. The volume of admissible influence on biosphere as a whole is exceeded now several times. Moreover, the person throws out in environment of thousands tons of substances which never contained in it, also which frequently cannot be recycle.

According to experts, in 30 – 50 years will begin irreversible process which will lead to global ecological disaster.

The Western Europe basically has exhausted the ecological resources and accordingly uses foreign virgin biosystem. There is not almost unaffected biosystems. The exception is territory of Norway, Finland, to some extent Sweden and, of course, the Euroasian Russia.

The ecology is not thing which can make easy money, therefore it is not given due attention. And now in time of world economic crisis, nobody does not reflect about environment.

And actually, which crisis is more dangerous – financial or ecological? It has common reasons: inability of economic agents correctly estimate risks and aspiration for shift own risks on the neighbor. So there are negative spillovers.

Spillovers are outer effects influencing the nature (or consequences) economic activities of the person. Negative: air, waters, soils, pollution - biosphere degradation as a whole.

Contemporary environmental problems, to a certain extent, are a consequence of backlog of economic thought.

Classics of an economic science A.Smith and K.Rikardo, the subsequent economic theorists, including K.Marx, D.Kejnsi, A.Marshalla, did not give value to ecological restrictions in economic development. The nature in their doctrines is only inexhaustible source of resources which it is possible to be maintained. Thus, the well-established type of development of contemporary economy can be characterised as technogenic, which based on use of the means of production created without ecological restrictions. The technogenic economy generates degradation of biosphere and environmental pollution

The main aim of economics - profit earning, and, means, extraction from the nature of the increasing quantity of resources. The ecology puts the basic problem economy of natural resources, their preservation. Thus, the economics and ecology have the opposite purposes.

The technogenic model of economy means absolute dictatorship of economy. This type of economic development is realised in two variants: in the form of model of face-to-face economy and in the form of the concept of preservation of the environment. The technogenic economy has essential restrictions, which can be divided into three groups: ecological, economic and social.

Ecological restrictions:

1. Environmental pollution (the earths, the World ocean and fresh-water sources, atmosphere) dumps of a waste;
2. Occurrence of a problem of a burial of a waste;

3. Exhaustion of nonrenewed resources and the shortage of minerals, connected with it in the long term;
4. The exhaustion of renewed resources concerning, first of all, of woods, soils and fish stocks;
5. Deficiency of potable water;
6. The degradation of the biosphere caused by all listed factors.

«We cannot wait for favors by nature, to take them from it – this is our goal»(с). It is main idea of technogenic economics. This rule appropriates for all over the world, and our country is not an exception.

In Russia heavy ecological conditions are aggravated by general crisis condition. The legal toolkit of environment protection develops slowly.

One of the first attempts to support the nature in unequal to fight were In 1957 Soviet has entered into the Agreement with Norway about measures on regulation of a craft of seals of Atlantic Ocean. In 1973 of the USSR, the USA, Denmark, Canada and Norway have signed the Agreement on preservation of polar bears. The agreement has forbidden their extraction (hunting, shooting and catching) unless it is carried out for originally scientific purposes. But the Stockholm conference 1972 became a turning point in the international ecological policy

In 1972 in Stockholm the first International Conference of the United Nations about preservation of the environment has taken place. And though its decisions had recommendatory character, the epoch of face-to-face economy has ended, realization of the concept new to the world community - preservations of the environment (but, we we will notice, in the networks of all the same technogenic economy) has begun, i.e. environmental problems have paid attention, but the priority was given still to economy.

As to the real situation which have developed in Russia emissions of hotbed gases in Russia in 2005 have made 2289 million т CO₂ an equivalent or 71,3 % from level of 1990 Power consumption of gross national product (emissions CO₂ from fuel burning on gross national product unit) with 2001 on 2007 has decreased on 25 %. Continuation of the given positive tendency Further is expected. By 2012 it is supposed, that power consumption of gross national product will make 60 % from level of 2001. Special measures of effectiveness and energy intensity would used surely in the future.

As to Tomsk Region, there are some projects, which, as well as in the Oryol and Kursk Regions, devoted to liquidation of leaks of methane on distributive networks of low pressure.

Total amount of projects (decrease in emissions in 2008 - 2012) are more than 15 million т CO₂.

But some separated isolated projects are not enough, it is necessary to do in complex, in this case I mean, recognized as many developed countries - a Principle of sustainable development.

According to the concept, it is obviously necessary to realize in Russia consecutive transition to a sustainable development, providing the balanced decision of social and economic problems and problems of preservation of favorable environment and resources potential in gain of satisfaction of requirements present and the future generations.

Social and economic development of a society in XX century, which focused on rapid pace of economic growth, was accompanied by a trespass to environment. The mankind has faced with contradictions between growing requirements and impossibility of biosphere to provide these requirements.

Change of character of participation of the state in economic activities, reduction of a share of a state ownership allows creating the economic conditions, providing high business activity. The state role (the guarantor of safety of environment and ecological safety) raises.

One of the major factors of transition to a sustainable development is creation of the debugged system of interaction «center - regions ». It is supposed, strict observance of some restrictions and refusal of realisation of any projects which make a harm to environment or which ecological consequences are a little-studied.

Transition to a sustainable development of Russia, as a whole, is possible only in the event, that the sustainable development of its regions will be provided. It assumes formation of effective special structure of a national economy, also there is observance of balance of interests of all subjects of Russia. It is assumed, necessity of development and realisation of programs of transition to a sustainable development for each region, and also the further integration of these programs by working out of a state policy in the field of a sustainable development.

The initial stage of transition of Russia to a sustainable development is predetermined by necessity of the decision of acute economic and social problems, but as they form the main target of this stage, it is important to observe, during this period, reasonable ecological restrictions on economic activities.

At a following stage ecological well-being of territory of the country is provided with rationalization of use of well-off natural potential and cutting of relative costs per capita.

Realization assumes to raise a role of citizens and private organizations for preparation and acceptance of economic and other decisions, taking into account the ecological factor. Market mechanisms in a combination to state regulation measures have to generate economic stimulus of the careful relation to natural resources and environment for subjects of economic activities.

References:

1. «In a way to sustainable development of Russia», 2007
2. «Ecological law», Bogolubov S.A., 2008
3. Economics foundation of ecology, Jibinova K.V. electronic textbook
4. Appraisal report about climatic changes, consequences on territory of Russia Federation, meteorology centre, 2008.
5. Legal support of environmental protection and ecological safety, Baidakov S.L., 2003

GLOBALIZATION: THE PERSPECTIVES FOR RUSSIA

Solovieva N. N., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: the_catcher_in_the_rye@sibmail.com

Scientific adviser: Rakovskaya V. S., senior teacher. Language adviser: Matalasova E. Y., senior teacher.

Progressing globalization, i.e. qualitatively new stage in developing internationalization of economic life, is one of the key processes of development of global economy at the turn of XX-XXI centuries

The attitude to globalization is very ambiguous, and sometimes diametrically opposite. It is connected with the different points of view on consequences of globalization processes, in which one see serious threat to global economic system, while others see means of the further progress of economy. Undoubtedly, the consequences of globalization can have both positive and negative nature. Since the alternative does not exist much attention in this article is directed to research of threats, which these processes can bring Russia, as well as opportunities and benefits arising in the process of globalization.

First of all, the most important methodological and practical question is the definition of correlation between concepts “globalization”, “internationalization of economic life”, “the international economic cooperation” and “the international economic integration”.

Internationalization of economic activity is an intensification of interconnection and interdependence of certain countries economies, influence of the international economic relations on national economies, participation of countries in the global economy.

Internationalization of economy has gone through several stages of development. Originally, it represented the international economic cooperation, i.e. development of steady economic connections between countries and peoples, overrun of the reproduction process beyond limits of national borders.

The next stage was the international economic integration - convergence and interadaptation of national economies, their involvement in integrated reproduction process on the international level.

At the present stage of economy internationalization there are deep changes in the whole system of the international relations. Globalization is becoming their essential feature.

There are a lot of definitions of the concept “globalization”. American scientist Th.Levitt became “the pioneer” in the research of problematics of globalization economy (GE) and “the creator” of the term “globalization” after the publication of his book “Globalization of the markets” in 1983. By the given term he designated consolidation, integration of the individual product markets made by transnational corporations (TNC) [2].

V.Naishul’ considers globalization as “no more than political label” [2], whereas M. Castells, the professor of sociology of The University Of California (USA), defined globalization as “new capitalist economy”, which is being realized via network structure of management, manufacture and distribution [1].

Summarizing definitions of the term “globalization of the international relations”, it is possible to determine this process as intensification of interdependence and interaction of various spheres of public life and activity in the field of international relations.

It is necessary to view the basic features of globalization:

- 1) The leading role of transnational corporations (TNCs) in a global economy.
- 2) The leading role (priority) of global economic relations in comparison with intereconomic.

- 3) The harmonisation of the standards (technological, ecological, statistical, accounting, financial etc.).
- 4) The expansion up to the world scales and intensification of the international interfirm cooperation in various forms, especially specialization and cooperation (industrial, scientific-technological, scientific-industrial).
- 5) Strengthening global regulating role of international economic and financial organizations (World Trade Organization, International Monetary Fund, World Bank etc.).
- 6) The coverage of all major world economic regions of by regional integration (EU, NAFTA, MERCOSUR, ASEAN, APEC, EurAsEs, CIS etc.)

Thus we have determined the concept “globalization of the international relations”. Now we consider the process of “globalization” with the reference to the Russian Federation.

Since 1990s Russia has become an active participant of the world economy. It is shown in participation in such organizations as Commonwealth and Independent States and BRIC. At the same time there are plenty of organizations, in which Russia does not take part yet, but would like to become a member. For example, the World Trade Organization. And there are organizations, which are not the target of Russian foreign policy, such as European Union.

The term “globalization”, as the poll 2007 revealed, was to unknown to the majority of Russians. 46 % of respondents admitted, that they heard this term for the first time, and 11 % could not tell, whether they had heard it earlier or not. Even among the respondents with higher education every fifth (21 %) did not know this word, or was at a loss with the answer. 44 % of the respondents knew or heard about globalization [3].

The positive estimation of globalization processes was given only by 20 % of the Russians, whereas 32 % of the Russians were sure in their negative influence on the life of Russian society - poll 2008 organized by the researching centre of SuperJob.ru portal showed. 32 % of respondents were dissatisfied by the processes accompanying the world integration [5].

Globalization has both positive, and negative consequences for the Russian Federation. The former includes acceleration of introduction and distribution of technical achievements and modern management methods, opportunity to provide higher living standard of population, appreciable increase of inflow of the foreign investments in Russia, gradual entry of the Russian manufactures in the global division of labour and global markets.

The negative consequences of globalization for the Russian Federation are the following: the growing inequality, when received benefits and opportunities are concentrated in a limited number of countries, increased threats to the integrity of national culture and sovereignty of the Russian Federation.

However, it is necessary to notice, that in the modern world the economic sovereignty assumes not isolation or self-sufficiency of national economy, because in modern conditions it is practically impossible and absolutely unreasonable, but real independence of the country in developing innovation technologies competitive in the global market.

National economic interests of any country, including Russia, represent the most difficult complex of relations between national and international economic subjects in term of manufacture and distribution of GDP. In globalization conditions these interests, first of all, are directed on long-term development of the economy as integral and competitive organism. Country will not be fully developed without integration in the world community. Modern Russia is gradually restoring its economic potential. Russia learned to realize its opportunities and aims at the equal rights relations with all countries. It takes into account the international law and consistently asserts its economic interests and uses the competitive advantages, as all countries do.

It is impossible and unpromising to be isolated from the rest world in conditions of modern scientific and technical revolution. However, every country, Russia in particular, has opportunities to use its own sovereignty allowing to correct rules of global competition on domestic market. And do not let the involvement of transnational capital contradict to national interests but promote advanced social-economic development.

Such opportunities include:

- maintenance of the national control of natural resources and key branches of economy;
- active stimulation of scientific and technical development, protection of domestic market and, first of all, food market;
- provision of social securities, implementation of currency control;
- development of business units of national importance competitive on the global market;
- creation of conditions for increase of national economy competitiveness and economic growth.

“Our economy should not just participate in globalization, but win”, - Pavel Samiev, the director of department the ratings of financial institutions, considers. He also marks, that in situation, when the USA are inclined to export their risks worldwide, the role of powerful sovereign banks basing on internal long-term resources of the state, population and business, will allow to participate in globalization “from the position of power”. Consequently, Russia can receive maximum benefits from this process, such as import of technologies, staff and financial resources [4].

Not only in Russia, but also all over the world there are opponents of globalization process. Antiglobalists protest against global inequality, domination of transnational corporations, forming of the unipolar world, pollution of the environment etc.

In Russia the antiglobalist movement has not reached such a large scale, practically has not formed yet. Therefore till now it is possible to speak only about certain simulation of western antiglobalist movement. But, without any doubts, the movement against the globalization will grow with development of processes of integration and globalization.

We consider, that there are different opinions about globalization, but, when opposing to it, it is necessary to realize, that thus we risk to fall behind the global development, new technologies, including those in vital spheres. In our opinion, globalization is an objective process, therefore it is necessary to be able to take advantages from it and at the same time do not forget about national interests.

References:

1. МЭиМО. - 2000. - № 3. - С. 91
2. Паньков В.С. Глобализация экономики: некоторые дискуссионные вопросы // Безопасность Евразии, 2008. № 1 (31). С. 221 - 245
3. www.bd.fom.ru (База данных ФОМ)
4. www.raexpert.ru (“Эксперт РА”)
5. www.superjob.ru (Портал Superjob)

CRISIS - NEW PROBLEMS OR NEW OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF INNOVATIONS?

Evgenia Spirina, student

Tomsk Polytechnical University

E-mail: Spirina_Evgenia@mail.ru

Scientific adviser: Senior Lecturer O.V. Andreeva

Innovation is a term which today sounds everywhere. Somebody even considers that the theme of innovations is already a little worn. Much time, attention and efforts are devoted to this. A great number of forums, conferences and other events were held last year in Russia where objects of discussion were, certainly, innovations.

Today the changes of innovations infrastructures are obvious. The legislative base is still imperfect. Technoparks, special economic zones and other infrastructural tools don't work at full capacity. There are problems in interaction between science and business. But at the same time there are also successful examples of use of this infrastructure in productive sense.

At numerous conferences and forums participants tried to define the main goals for overcoming problems of innovative development of Russia. For example, the assistant to general manager of "Rosatom", famous philosopher and methodologist Pyotr Schedrovitsky, speaking at the conference «The Innovative script of development of Russia: factors of transition», stated the following key tasks of today: long-term planning, concentration of resources, inter-branch interaction and development of the market of innovations, including legislative decisions. [1]

The importance of aforementioned key problems doesn't raise doubts. But for growth of demand on innovations the long-term balanced work is vital. The state should take the leading part in forming market of innovations. And as far as long-term and medium term planning are concerned, something always prevent, and nowadays it is financial crisis.

Is financial crisis – a new problems or new opportunities for development of innovations? Opinions have parted. Board officer Member of plc. "Bank VTB " Olga Dergunova is convinced that the «sector of innovations, undoubtedly, will suffer from crisis, especially the enterprises which work on last stages - in-

productions, commercialization». The Minister of Education and Science of the Russian Federation Andrey Fursenko sees in forthcoming test the positive sides: [1]

The minister points out that crisis is good time for re-structuring both economy and systems of consumption, in general for any reorganization. It is important to understand now in what degree it is possible to expect money of private business and how roles of the state and business in formation of demand on innovations and development of the market should be divided. On the whole crisis is capable to influence all course of work, but it can not radically change the key parameters and tasks, set up by 2020 in the concept of development of the country accepted by the government. The attraction of the private capital to the sector against the background of crisis really looks problematic, but only today. And in the further perspective the degree of involvement of business in innovation will depend on demand on science capacious production. It must be stimulated first of all. For the present the readiness of the society to consume innovative products in big quantities looks doubtful: the Russian consumer is not ready yet, because demand on innovations is weak. Olga Dergunova considers that in Russia there exist competition and an open economy which allows technological decisions to settle down. Distortions occur on business level. The class of businessmen - carriers of technological ideas is necessary which can transform ideas into the end-product which will help the consumer to solve his problems [3].

As Russians predicts, about 17 % of all goods in the world will be created with use of nanotechnology in 2014. The annual volume of the world market of such production will make 2,9 billion dollars. The sales volume of production Russian nanoindustry by this time should exceed 900 billion roubles (that will make 1,3 % of world sales). It means that it should grow 45 times. [1]

Now that the crisis phenomena cover real sector, when the absence of solvent demand puts thousand enterprises on the verge of break . When the absence of accessible credit resources starts to paralyse work of the industry, very much depends on position of proprietors and heads of business. For providing innovative development of our economy and industry, the technologies are necessary which will provide transformation of knowledge in money. This knowledge is not only scientific. Knowledge of management, business - processes, marketing. Knowledge in the field of communication, IT-strategy, staff management, psychology. The complex of such technologies, which unite innovations and business is called innovative management.

But let's return by the positive moments which can follow the crisis. One very significant danger is hidden behind the numerous risks and connected with negative consequences of crisis. It consists in the fact that behind the negative sides of crisis, behind all risks and threats, behind problems and dangers, we can fail to notice its positive sides, opportunities and the prospects, chances and new horizons for development of business.

During recessions and depressions of the last epoch also appeared such brands which are known today by each schoolboy: Hyatt, Burger King, IHOP, The Jim Henson Company, FedEx, Microsoft, MTV Networks, Trader Joe's, Wikipedia Foundation, Sports Illustrated, General Electric, Hewlett-Packard, John Wiley and Sons, Ryder Systems, AIG (American International Group), Playboy Enterprises, Apollo Group (University of the Phoenix).

The common feature of all companies which were born during economic crisis is minimal and even zero level of investments in the moment of opening business. That is why, it is possible to tell, that these world brands were born practically on empty place, without any capital investments, only due to sharpness of wit, flexibility, enterprise, creativity, innovation of the founders, and due to successful using by them the favorable opportunities which have appeared during economic and financial shocks.

Recession is a great advantage not only for a startup. During the crisis the existing companies can make essential jerk which will change their future too. Ford, Coca-Cola, Google are successful examples of such companies in a global scale.

All companies which already have successful operational experience during crisis periods know about special importance of search of new opportunities and decisions in the moment of recession. So LG is not going to reduce, and it will be possible even to increase investments into research and development, marketing, branding and design. During this period, for example, when Rambler plans reduction of 10-15 % of employees, it stops the development of new projects, the Yandex reduces financing. When one and all enter strategy of survival during crisis, Google starts the new project - Google Sites. [4]

Sharp leaders understand that the period of full uncertainty gives chance to make serious strategic jerk, when the financial and market environment changes almost every day.

If heads of our enterprises were taught practical tools of innovation management in real business instead of waiting of miracles from science and technology direction, realization of the motto «crisis are opportunities» would get concrete features of effective transformation of the enterprises and branches. It is

about the skill to manage already existing innovations. And what about the creation of innovations if investments into science are reduced on 40 billion roubles. What to do in the situation, if expenses on a science and education in all country are reduced. The state should undertake the leading part in formation of the market of innovations. The contradiction is obvious. Only these facts denote negative influence of crisis on development of investments. [2]

The above-stated facts allow to draw the following conclusion: crisis has positive, and the negative moments, on the one hand there are problems for development of innovations, and, on the other hand there are additional opportunities for their development. Crisis is a good opportunity to stop and comprehend the correctness of conducted policy. Also, crisis is a beautiful motor of innovations. The enterprises stir up ingenuity for the search of alternative decisions. Crisis will not change the tendency fundamentally, but it will speed up the shifts.

It would be desirable to accent the attention on innovative management. Innovative management (an extensive spectrum of directions and practical mechanisms of creating, organizing and functioning of enterprise thinking) provides progress in innovative development of the enterprise. Innovative management helps to find right ways of the decision of the problems which arise during the crisis.

And in the conclusion, the main credo of innovations - «in changes - development, in problems - opportunities» is not advertising slogan, but the conditions of intellectual and economic evolution, gained through humanity's suffering. The conditions, which lead not to extinction, but to efficient management of life and business. [5]

References:

1. Кризис — отличное время для перемен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.strf.ru/innovation.aspx?CatalogId=223&d_no=16079, вход свободный.
2. Инновации и кризис [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spravedlivo-online.ru/content/news/doska.php?news=1421>, вход свободный.
3. Инновации и кризис [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.innovprom.ru/innovacii-i-krizis>
4. Любой кризис – это новые возможности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://isi.by/index.php?option=com_content&view=article&id=922:2009-03-03-09-22-55&catid=107:2009-02-11-15-29-23&Itemid=318, вход свободный
5. Кризис, инновации и возможности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://in-km.ru/clause/article/10/42.html>, вход свободный.

CHINESE SCHOOL OF MANAGEMENT

Сычев В. В., студент; Горенкова А. А., студент
Томский политехнический университет
E-mail: mona_liza-05@mail.ru

Научные руководители: Данков А. Г., доцент; Андреева О. В., ст. преподаватель.

It has been proved in history that long-lived and creative management theories are always born in the countries or regions characterized by fast-growing economy. The success of China's opening-up and reform has drawn more and more attention to Chinese style of management. However, what's the Chinese style of management? And why is it so popular at this moment? The main reasons are as follows:

1. More and more defects of western management theory have been recognized through theoretical study and practice. Chinese fast-growing economy benefits from these western theories. However, due to a long-term closed-door policy and admiration for western prosperity, western theories once dominated our Chinese management area. MBA courses practically duplicate western counterparts with the same textbooks, theories and methods

2. China's fast-growing economy has a demand for establishing distinct system of Chinese style of management. Chinese economy has been growing at a high speed in the past 20 years since opening-up and reform policy. GDP in 2004 is 13,651.5 billion RMB, growing by 9.5% compared to that last year [6, P. 37].

We defined Chinese style of management as follows: it is founded on "three managements" (Chinese management, western management, overseas Chinese management), and directed by oriental management theories such as "three wei" (human orientation, moral priority, and behavioral cultivation by self-discipline). The essence of Chinese style of management is what I emphasized "human orientation, morality

priority, and behavioral cultivation by self-discipline”, which is proven correct by ancient and contemporary management process and practice. “Human orientation” means that all managerial activities should be people-centered so as to achieve full human development and realization. “Human orientation” was introduced by Guanzi (600 BC) in his book. But his thought is still a tool to govern common people. The basic principle of the Chinese style of management is “people are lords” “serving people as they are lords”, which are derived from the continuing evidence throughout Chinese history.

“Morality priority” emphasizes the role of morality in management. To order team members and subordinates, leaders can depend on both authority given by the position, and personal charm and personality. Oriental management takes much count of the latter. It encourages managers to build their moral authority through self-discipline and then unintentionally influence the subordinates. At the same time, the subordinates should realize self-management to finish tasks through self-discipline.

“Behavioral cultivation by self-discipline” demands both leaders and subordinates to keep an eye on their own behavior and make necessary adjustment to render better service to others. In this way, we can establish a friendly atmosphere and good relationship with others to motivate people’s passion of self-realization. When putting “behavioral cultivation by self-discipline” into practice, it focuses on role modeling, reasonable empower and self-management [1, C. 75].

At present, there exists a misunderstanding of Chinese style of management. Some think that Chinese style of management mainly studies the management model of some successful Chinese enterprises. This kind of understanding is quite improper. For example, about 20 years after China’s reform and opening-up, China’s great macroeconomic development attracts worldwide attention. Ruling a country refers to national management. The theory of ruling a country is to discuss the managerial ideas and practical points when Chinese leaders run the whole nation since ancient days. Chinese people have witnessed the turning of dynasties and the infiltration of various foreign cultures since ancient days. Therefore, they have rich experiences in the ideas, rules and methods of running a country. As for the ideas of running a country, the most representative ones include: natural laws controlling nature, benefiting society and developing nation, combining rites and regulations with laws, doing everything for the benefits and interests of their people and so on. As for the rules of running a country, the representative ones include: running a country with virtue, combining the method of ruling a country by laws with the method of ruling a country with virtue, being vigilant in peace time, insuring people having comfortable life when running a country; proper attention on centralization and decentralization of state power; opening-up and innovating. As for the methods of running a country, the representative ones include: running a country according to the natural laws, running a country only through strict laws and regulations; running a country only with virtue and so on. Ruling a family refers to family management. This theory is to discuss the ideas and practical points of family management since ancient days. Family is not only the earliest place of individual socialization, but also the safe place for people who go out for a livelihood. A Chinese old saying goes: “If the family lives in harmony, all affairs will go well.” Chinese have a kind of special emotion to their families. Some even think Chinese culture is a family-oriented culture. Therefore, it is quite necessary to include family management into enterprises management. It is a great defect in modern management that it hasn’t included family management [5, C. 250].

China’s reforming and opening-up is a kind of innovation, and there is not much for us to copy. It is said that we can only try to do things by ourselves. For the new branch of management science, we need more experiences on how we can do about this subject and what we can supply our successor with pieces of useful advice. There are many innovations, including: firstly introduced a comparatively complete and qualified system of national economic management, making a breakthrough in the research process; combining traditional management science with modern management science, particularly studying how to improve the entire social benefits, and setting up some new branched of economy, such as economic supervision, economic decision-making, city economy and so on [4, P. 435].

This is an era of globalization, an era in which Chinese economy makes its rapid growth, and moreover, an era in which Chinese style of management goes globalizing. The growth of Chinese economy, the strengthening of Chinese enterprises and the flourish of Chinese foreign enterprises will certainly impel the worldwide communication of Chinese management.

Список используемой литературы:

1. Виноградский, Б. Менеджмент в китайской традиции / Сизов В., - из-во «Экономист», 2007. – 256 с.
2. Малявин В.В. Китай управляемый / Малявин В.В., - из-во «Европа», 2007 г. - 304 с.
3. Бай Кайфен Особенности национального менеджмента на примере Китая/ Бай Кайфен // Проблемы современной экономики. – 2009. - №1 – с.30.

4. Drucker P.F. Management: Tasks, Responsibilities, Practices. /Drucker P.F., N.-Y, 2001 – 830 с..
5. Фэн Чжэн Луй. Красный менеджмент / Фэн Чжэн Луй, - из-во «Континент», 2008.-300 с.
6. Zheng ShiQiang Chinese Management / Zheng ShiQiang, 2005. – 259 с..
7. [Электронный ресурс] – режим доступа:
8. www.ctw-congress.de/ifsam/download/track_18/pap00515.pdf.

SMALL INNOVATIVE BUSINESS

Usmanova O. S., student

Tomsk Polytechnical University

E-mail: olika125@rambler.ru

Scientific advisers: Yakimenko E. V., senior lecturer; Rakovskaya V. S., senior lecturer

The innovative way of development of any country assumes its integration into the world innovative market. The countries which have as much as possible concentrated on realization of the competitive advantages achieve success in it.

Chances still exist that economy modernization, eventually, will return Russia in number of active participants of the world market of high technologies. But they are substantially connected with carrying out of a policy of economic growth with an innovative orientation for what the intermediate term strategic competitive policy with accurately certain priorities should be generated at least.

For the Russian economy innovations already repeatedly have been defined by one of the basic levers of development, because active innovations provide competitiveness and high profitability of business.

Innovations develop modern economy. Firms which enter innovations faster competitors become leaders in the market.

An innovation is a process of transformation of knowledge and ideas in the goods or the services having consumer value.

Innovations lead to creation of consumer value and productivity increase, and, hence, to business growth. It is a spark plug which makes people and the companies move to new heights. The new goods, new services and new business models never would appear without innovations, and the companies would continue to make old things at the old ways.

Process of creation, development and distribution of innovations is called an innovative activity or innovative process.

Though scientific researches inventions are a starting point of innovations, consumer value will not be created without enterprise activity.

Two qualities of successful innovator: Innovator = Inventor × Businessman

To be innovative means to be not such as everything, deriving from this profit

An Innovator not only generates innovative ideas, but also overcoming natural resistance to all new, realizing these ideas.

An Innovator creates the business model which transforms the invention into business activity which yields a profit, and realizes it.

The enterprise creativity, which combines creative activity and initiative, is the basic quality of successful innovator.

The most effective is introduction and development of innovative technologies through small business. Its following features testify to it: the small business is the steady and long-term consumer of progressive technologies; it is extremely mobile; the risk of the costs in connection with small volumes of output caused by transition to new technologies is rather insignificant; the innovations, which realized in separate industrial links of small manufacture, do not demand large financial investments; efficiency of management of small enterprise structures helps to improve and introduce technologies quickly.

Possessing smaller safety factor, small enterprises simply can not work for a long time without profit – they adapt to external conditions or simply cease to exist. Therefore the share of unprofitable small enterprises in their general quantity is twice less, than the share of the large and average enterprises.

Experience of development of the world economy shows that the policy, which focused on rendering assistance to development of small innovative business, gives the notable balanced economic growth in the conditions of an economic crisis.

Small innovative businesses can effective function only by means of well adjusted state support.

There are basic elements of the state support of small business in innovative sphere:

1. Information structure – the major element of support of small business. The supply with information should include, probably, data about the federal and regional legislation, administrative orders in sphere of small business, conditions of its development in region, production commodity markets, competitor firms, presence of industrial premises and qualified personnel.

2. The adjusted infrastructure of a technological transfer, interaction between different sectors of a science and manufacture is necessary for small business in innovative sphere.

3. Creation of the regional centers of the innovative development, its activity should be focused, first of all, on the small and average enterprises which do not have the research divisions. For example, tehniko-vnedrencheskie zones.

4. The basic mechanism of attraction of financial resources at small business in innovative sphere should become mainly funds of assistance to development of small and average forms of the enterprises in scientific and technical sphere, funds of the technological development, creation of which should give particular attention within the limits of the state support of small business.

5. Carrying out of the state tax policy of support of small business in innovative sphere. The state should stimulate purposefully innovative activity in economy by means of introduction of various tax privileges and special conditions of managing.

6. The state financial policy of support of small business in innovative sphere. For example, financing of innovations in scientific researches at the expense of means of the federal budget.

Environment which, on the one hand, will provide the enterprises with highly-skilled personnel and, on the other hand, will generate the people which are capable to solve essentially new problems is necessary for deducing of the country from crisis. Tomsk and the Tomsk region have absolute advantage: today the intellectual resource here surpasses scale of the market of consumption.

Nowadays the city target innovative program "City of Tomsk" for 2009-2011 is developed at Tomsk [1].

Its purposes are creation of favorable conditions for a stable development of economy, growth of employment and incomes of the population of Tomsk, on the basis of its use of educational, scientific and technical and innovative potentials; development of the high technology business in sphere of housing and communal services, public health services, an accomplishment and other priority branches of ability to live of Tomsk.

Program actions are grouped in following directions:

1. Development of innovative activity in the city of Tomsk as the centre of education, a science and innovations of world level.

2. Creation of conditions for development in the city of Tomsk of starting high technology business.

3. Positioning of a city of Tomsk as territories of innovative development.

4. Preparation and attraction of young specialists in innovative sphere.

5. Integration of potential of high schools, scientific research institutes and the industrial enterprises into interests of economy of Tomsk.

6. Assistance to development of a special economic zone of tehniko-vnedrencheskogo type at a city of Tomsk.

Opening of the small innovative enterprises at high schools is effective for preparation of young specialists.

The law on creation of the small innovative enterprises at high schools has been accepted on the 2 August in 2009 by the Duma of the Russian Federation. The new law allows budgetary establishments of science and education to create economic societies for introduction of results of the researches in manufacture.

Small innovative enterprise "Cybercenter" at National research university «TPU» became the first such enterprise.

First project of it became working out of concept «the Electronic city» and realization within the limits of system of automation of city passenger transport [2].

On 01.01.2010 10 small innovative enterprises have been created at TPU. The Tomsk region is the leader on activity of creation of small enterprises at high schools among the Russian regions.

So, why in the Tomsk region, as well as in all Russia, it is necessary to be engaged seriously in development of innovative activity, innovative business? Because all reforms, including economic reforms occur simultaneously to changes in economic. These changes are characterized by high intensity and speed of practical application of the newest scientific and technological achievements. Today high technologies are

unique means which influences increase of labor productivity, provides a victory in a rigid global competition. Differently, high technologies are a key to an economic, social and political power of the modern state.

References

1. The Official site of Tomsk. Mode of access: <http://www.admin.tomsk.ru>
2. The Official site of NRU «TPU». Mode of access: <http://www.tpu.ru>

PRINCIPAL VIEWS OF THE ACCOUNTING REPORTING

Vinogradova Y. S., student

Tomsk polytechnical university

E-mail: vin-yelena@yandex.ru

The supervisor of studies: Jakimenko E. V., the senior teacher.

One of the most important problems in the field of book keeping in Russia is reduction of existing system of the reporting in conformity with requirements of market economy and the international standards nowadays. Therefore the great value has studying of the international standards of the account and the reporting.

Among the international standards of the reporting the Standard registration principles (GAAP), developed by experts of council in standards of the financial account of the USA have the greatest distribution. Standards GAAP are is international recognised and completely compatible to the International standards of book keeping (IAS). In comparison with IAS, GAAP is more detailed, and they can be considered as more detailed statement of the international registration standards.

From the commercial structures of our country receiving financing from the western investors and creditors, the last, as a rule, request representation of the accounting reporting in format GAAP. Therefore Russian the bookkeeper are compelled to keep account under double standards.

Rapprochement of the Russian national accounting standards (RNAS) and the reporting with international became the direction of the state economic policy creating conditions for fuller integration of the Russian economy in the world economy.

However book keeping and the reporting in Russia have the specificity which is connected with an origin from book keeping in the conditions of a planned economy. It is recognised, that the Russian enterprises using existing system of the financial information, obviously lose in the international market. It is possible to allocate lacks RNS:

The financial reporting made on RNAS, is directed till now on satisfaction of information requirements of tax and other regulating bodies, instead of investors.

Practice RNAS does not allow a management (the administrative personnel) to use the judgements at decision-making. Usually it conducts to increase in balance cost of actives in comparison with their fair market cost, overestimates term of useful use of actives and so forth

Form RNAS prevails over the maintenance, the companies not always follow a method of charges or a principle of conservatism concerning possible losses. In PCBY these factors unite and overestimate real profitableness and business cost.

RNAS it is not focused on granting of an authentic and objective picture of a financial position and results of activity of the enterprise. The companies have got used to manipulate the financial reporting in the interests.

RNAS does not consider change of purchasing capacity of rouble that does impossible to compare results of activity for some years in the conditions of high inflation.

In Russia drawing up of the accounting reporting is obligatory for all enterprises. The form and structure of this reporting is defined by the state, it, in the name of the bodies, is one of the basic consumers of the information of this reporting. Audit report reception is required not for all organisations giving the reporting, but for essential большей shares of the enterprises, than in the USA. In the USA practically always when the firm is obliged to give финансовую the reporting, it is obliged to receive an audit report about this reporting, but representation of the financial reporting is obligatory and is regulated only for the limited number of the organisations, first of all the joint-stock companies which actions are quoted at stock exchange, and enterprises of adjustable branches. In the USA auditor check is carried out by such companies, as Ernst and Young, Deloitte and Touche, PricewaterhouseCoopers or KPMG.

The standard complete set of the reporting of the Russian enterprises consists of following documents:

- Balance Sheet - the form № 1;
- The report on financial results - the form № 2;
- The report on capital movement - the form № 3;
- Cash Flow Statement - the form № 4;
- The appendix to accounting balance - the form № 5;
- An explanatory note;
- A total part of the audit report which has been given out by results of obligatory under the legislation - the Russian Federation of audit of the accounting reporting;
- The other forms, which drawing up it is required according to point 30 «Positions about book keeping and the reporting in the Russian Federation» and other statutory acts of the Russian Federation.

The financial reporting according to GAAP includes three basic reports:

- Balance Sheet
 - Income Statement
 - Cash Flow Statement
 - Statement of retained earnings
 - Statement of stockholder's equity.
- Details and the additional information to these reports are given by the notes which volume makes to 80 % of the financial reporting. The basic and major form of the accounting reporting is the accounting balance. In balance the information on resources, obligations of the company and the property of its owners contains.

The reporting according to IASC includes:

- Balance Sheet
- The-report on results of financial and economic activity,
- Cash Flow Statement,
- The-report on changes in own capital,
- As all disclosures which are required on МСБУ for preparation of an explanatory note.

The balance represents a basis of other reporting round which all other accounting reports are grouped. In all forms of the reporting the indicators characterising this or that aspect of activity of the company are reflected, and in balance the condition of all means of the organisation is presented. The balance represents a basis for the financial analysis, and gives representation about an enterprise financial position for certain date.

Key condition for the companies, wishing to get on foreign stock exchanges or to find foreign investors, preparation of the authentic financial reporting under the international standards (IAS) for the last years is.

The problem of discrepancy of models of book keeping has global character. All over the world in the course of work of composers and users of financial reports there is a problem of unification of book keeping. The International Accounting Standards Committee, (IAS) is engaged in it, developing and publishing the International Accounting Standards (IAS). The essence of this approach consists in working out of the unified set of standards, applicable in any situation in any country. As to introduction of uniform standards it should achieve not legislative, and by the voluntary agreement of the professional organisations of the countries. Necessity of uniform international standards consists in the following:

- Investors search for objects for investment all over the world;
- The companies wish to receive the credit with the least percent in any country;
- Association of the enterprises which are in neighbouring countries;
- Differences in book keeping systems can confuse comparison of indicators of the financial reporting completely.

There are certain advantages of application IASC:

- Preservation of means for working out and the coordination of national standards;
- High level of trust to financial reports in the market;
- Possibility of attraction of investors;
- An exchange of ideas;
- Creation of the base to national standards.

Let's consider positive and negative lines of the IAS. Advantages of it are:

- The accurate economic logic;
- Generalisation of the best modern world practice in the field of the account;

- Simplicity of perception for users of the financial information all over the world.
- Disadvantages of IASC are:
- The generalised character of standards providing big enough variety of methods of the account;
 - Absence of detailed interpretations and examples of the appendix of standards to concrete situations.

Having summed up, it is possible to tell about rigid necessity of transformation RNAS to IAS for expansion of possibilities of national firms and strengthening of influence in the foreign markets, than the government assiduously is engaged in the last some years.

THE STATE BUDGET AS AN EFFECTIVE MEANS OF REPAYMENT OF EXTERNAL DEBT.

Vorobyova Y. S., a student; Desyatova A. S., a student.

Tomsk Polytechnic University

E-mail: charleika@mail.ru

The supervisor: Zhdanova A. B., docent. Language advisor: Chayka Y. A.

One of the most pressing problems of today is the regulation of payment of foreign debt in terms of prospects for achieving national economic growth and maintenance country position in the world economic system.

The first loan was made during the reign of Catherine II in 1769 from Holland. During the collapse of the USSR foreign debt increased significantly from \$ 29 billion (50% of exports) in 1985 to 119 billion dollars (260% of exports) in 1994 and in 1995 - 130 billion dollars (265%). Russia has taken the obligations of the former Soviet Union and has not paid the full amount of debt till now.

The Great Dictionary of Economics by Borisov A. B. gives the following definition of foreign debt: Foreign debt is total liabilities of the country, expressed by a sum of money to be returned to foreign creditors on a certain date, that is, the total debt of the country's external loans and unpaid interest on it. The external public debt is the total debt of the State to international banks, other governments, private foreign banks. There is a current external debt of the year, which is to be returned in the current year and the total (accumulated) public external debt, which is to be returned in the current year and in subsequent years. The external debt usually consists of debts, payments for which are made in foreign currency or in goods and services and which affect the balance of payments of the country [1].

To visualize the structure of the external debt of Russia better, we present data of the Ministry of Finance. [6]

As the table shows, the debt size under Eurobonds (26 239.6 million) is 69.7%. Eurobonds are placed simultaneously on the markets of several countries, with the currency Eurobond loan is not necessarily a national, as for the lender and so for the borrower. The first edition (1996) of the RF Government Eurobonds was made in the amount of \$ 1 billion and was placed simultaneously in 15 foreign countries.

Debts under bonds of an internal state currency loan make small relative density (1775,3 million dollars) - 4,7 %. The appearance of the first internal currency bonds was associated with the restructuring of funds blocked in the foreign exchange accounts of residents of Russia at the Bank for Foreign Economic Affairs of the USSR (Vnesheconombank) in 1991. The difference between ISCB and Eurobonds in accordance with Russian legislation is that exporting them from the Russian Federation in the form of separate forms (documents) is prohibited. Depositary functions are prohibited for non-residents.

Table 1. The structure of public external debt of the Russian Federation * as of 01 January 2010.

The category of debt	Million dollars	Million euro**	As % of total debt
External national debt of the Russian Federation (including the obligations of the former USSR, adopted by the Russian Federation)	37 641,0	26 238,0	100
Debt to official creditors - the Paris Club, was not subject to restructuring	999,8	696,9	2,8
Debt to official creditors - not Paris Club members	1 820,4	1 268,9	4,9
Debt to official creditors - the former CMEA ***	1 300,1	906,2	3,5
Commercial debt of the former USSR ****	830,5	578,9	3,2

Debt to international financial organizations	3 793,9	2 644,6	10,1
Outstanding Eurobonds loans	26 239,6	18 290,5	69,2
external bond issue in 2010	328,2	228,7	0,9
external bond issue in 2030	19 945,1	13 902,9	52,6
external bond issue in 2018	3 466,4	2 416,3	9,1
external bond issue in 2028	2 499,9	1 742,6	6,6
Government internal currency bonds	1 775,3	1 237,5	4,7
including:			
Government internal currency bonds VII series	1 750,0	1 219,9	4,6
Arrears on guarantees of the Russian Federation in foreign currency	881,4	614,4	1,6

* According to Article 6 of the Budget Code of the Russian Federation foreign debt are liabilities arising in foreign currencies;

** The volume of public external debt of the Russian Federation in the euro based on the ratio of dollar / euro exchange rate of the Bank of Russia on the last day of the month before the balance sheet date.

*** The Council for Mutual Economic Assistance.

**** Unresolved commercial debt of the former USSR.

The debt to former CMEA countries is 3,4%. CMEA - general economic intergovernmental organization of socialist countries - was established by representatives of Bulgaria, Hungary, Poland, Romania, USSR, Czechoslovakia at the International Economic Conference, held in Moscow in January, 1949. Subsequently, Albania, East Germany, Mongolia, Cuba, Vietnam also became members of the CMEA. Russia assumed the obligation to settle the debt of the former Soviet Union and to the former socialist countries. The Soviet debt to CMEA countries was formed in its dissolution (1991) as a result of settlements between the members of the organization's balance of foreign trade operations and mutual long-term target interstate credit. At the beginning of 1994 the debt was 24.06 billion dollars, and by the early 2010 the debt to the CMEA fell by 18.5 times (1,3 billion dollars) [3].

Also it is necessary to point out the debt to official creditors - the Paris Club, which is only 2,8% of the total debt. The club was founded in 1956, and Russia joined it in 1997, thus the position of Russia in the Paris Club is rather ambivalent. It serves both as the debtor and the borrower for a sufficiently large number of countries outside the Paris Club.

One of the sources of timely repayment of the debt is the state budget, which is formed by taxes and the issuance of various governmental bonds. One of the main objectives of public bond issue in Russia today is a refinancing of previous loans. This means that to the amount of debt that must be repaid in a given year, the issue of new loans is made. Growth in state spendings leads to the increase in loans and debts, so the internal debt is closely related to the state budget as the fact of its origin. Leading methods of financing the public debt are monetary issue and the issue of government loans. It should be noted that the bond issue generates an increase in domestic debt. Consequently it can be concluded that the reduction of external debt is partly dependent on the growth of internal debt. In this regard, it is necessary to undertake an analysis of data on changes in these two indicators and to identify exactly how the dependence is made [6].

Table 2. Dynamics of change of internal and external debt of the country over the past 10 years.

At	The amount of domestic debt, bln. roubles	The amount of external debt, bln. roubles*
01.01.2000	578,23	4669,62
01.01.2001	557,42	4228,26
01.01.2002	533,51	3928,13
01.01.2003	679,91	3698,62
01.01.2004	682,02	3580,92
01.01.2005	778,47	3357,30
01.01.2006	875,43	2250,95
01.01.2007	1064,88	1530,06
01.01.2008	1301,15	1321,15
01.01.2009	1499,82	1194,62
01.01.2010	2094,73	1106,35

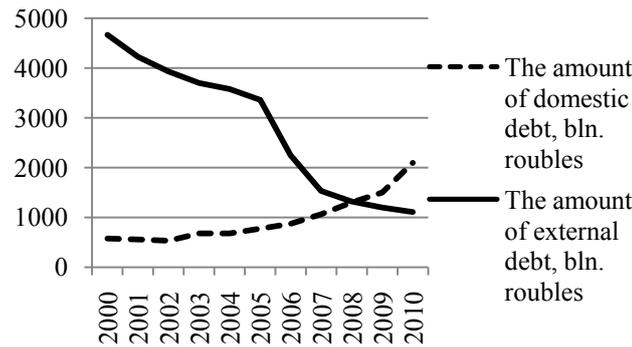


Fig. 1 Dynamics in change of internal and external debt of Russia.

* The public external debt of the Russian Federation in rubles. based on the ratio of dollars / rubles. at the rate of the Bank of Russia 17.03.2010g. (29.4242 rubles = 1 \$).

Over the past 10 years, external debt has declined. 76.3% of the amount of debt had been paid by 1 January 2000. And domestic debt has risen particularly in the period from 01.01.2009 to 01.01.2010 (40%). In general, for the period from 01.01.2000 to 01.01.2010 debt to residents of the RF has increased by 28,4%. "Debt content is made of different currency", Kudrin said. According to him, 65% is in euros, about 22% is in dollars, other charges are in other currencies. [5]

During the period from 2000 to 2005 there was a slow repayment of external debt. This is due to the lack of funds in the state budget. And during the period from 2005 to 2006, there was a sharp reduction in the amount of debt, as \$ 15 billion were paid in advance, of which 6.5 billion dollars was paid to Germany. It should be noted that during this period the country experienced a budget surplus, as well as going depreciation of the dollar against the ruble, which proved to be beneficial for Russia.

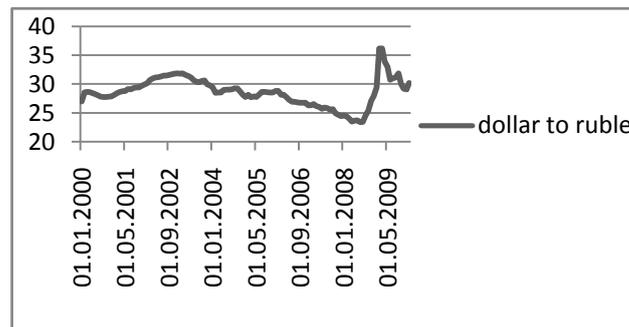


Fig. 2. Dynamics in change of dollar. [4]

According to the President of the Russian Financial Corporation Professor Andrei Nechaev government took money from their fellow citizens to "... partly replace the external debt to domestic one". Simultaneously with the expansion of issue ruble-denominated debt securities, the government is trying to make an early repayment of its debts to the Paris Club of creditors. Technically this policy is motivated by the high cost of external debt service ... "However, the real motive of the debt replacement, says A. Nechaev, is that for the Finance Ministry it is more profitable to be the debtor of Russian creditors, as most of them are represented by state-owned banks and by the public pension fund. [7]

Also, the positive side of the debt replacement is the reducing of the potential currency risk. In our opinion, the substitution of the external debt by the domestic one has better effect on the economy, as Russia becomes more independent and can decide exactly how to use financial resources.

Despite the fact that Russia had been paying off debts steadily for a long period to foreign creditors, it was decided in 2010 to take from abroad 17 billion dollars. Thus, the duty of Russia will be 10% of GDP. According to Finance Minister Alexei Kudrin, Russia will be confident in the area of borrowing in "the next 5-7 years, i.e. Russia will continue to borrow further.

References

1. Borisov AB Great Dictionary of Economics. - M.: Book World, 2003. - 895 p.
2. Sumarkov VN Public finance in the system of macroeconomic regulation. – M.: Finance and Statistics, 1996. - P. 58-80.
3. Tonusyan GA State management in finance and credit in Russia. - M.: Case, 1997. - P. 73-79.
4. Historical Exchange Rates Central Bank of Russia // finmarket.ru
5. Domestic Debt of Russia Has Increased Over the Year by Almost a Third // www.rg.ru/2010/01/14/golg-anons.html
6. Public debt // www1.minfin.ru/ru/public_debt /
7. Nechaev A. Changing the external debt to domestic one // www.rg.ru/2005/01/20/dolgi.html

THE TASK OF THE CHOICE OF PRIOR INVESTMENT PROJECTS

Voshev A. S., graduate student

Kuban state university

E-mail: voshev@mail.ru

Scientific adviser: Filippov J. V., professor

The optimization prior to the beginning of realization of the investment program is the most important component of a control system of investments. It provides the efficiency of the program. The decision of the problem of the optimization of investment programs requires the preliminary decision of some methodical questions:

- Formulation of principles of optimization;
- Statement of problems of optimization and the choice of the most expedient of them;
- Definition of the purposes and criteria of optimization;
- Analysis of conditions of the realization of investment programs
- Development of the system of restrictions in a task of optimization.

The Analysis available in literature and methodical materials on approaches to the optimization of target complex programs of the subjects of the Russian Federation enables to formulate the following main principles of optimization:

Preservation of balance of interests of separate investors, on the one hand, and of region – on the other;

- Preservation of balance of interests in the economic system of higher order (national economy);
- Maintenance of the greatest possible efficiency of optimization at all levels of united economic system of the country;
- Information sufficiency of optimization.

Using such principles of optimization will allow increasing the efficiency of the realization of investment programs of the subjects of the Russian Federation, which in this case will not demand updating in connection with changing conditions in an environment.

The formation and realization of such programs is based on certain and constant external conditions and known volumes of the financing of each of the investment projects entering the program. However, these conditions in real processes cannot be completely executed. Besides, there is a set of variants of the combination of these parameters.

In this connection, there is a necessity for the development of a toolkit allowing optimizing the system of the financing of programs in an operative mode when external conditions and internal parameters of programs change.

For the decision of this problem, it is expedient to use methods of mathematical modeling.

When constructing the mathematical model of the optimization of the investment program, it is necessary to consider the following conditions:

1. With the set of investment projects being known, we shall designate it as:

$$Z = (Z_1, Z_2, \dots, Z_n)$$

Where n is the total of the investment projects included in the investment program.

2. Expenses (volumes of financing) on each of investment projects are known, i.e. the set is known

$$C = (C_1, C_2, \dots, C_n)$$

3. The scheduled period of realization of the investment program - p (the number of the settlement periods - years, quarters, etc.) then the period of possible realization of j -th investment project should be located in $I = 0, 1 \dots, p-1$ is known.

4. The total amount of the financing of the investment program for the settlement period is known:

$$F = (F_0, F_1, \dots, F_{p-1})$$

Let us enter the binary variable X_{ji} , where I is the settlement period, and j is the investment project. This variable accepts values 0 and 1.

$$X_{ji} = \begin{cases} 0, & \text{j-th project does not begin in i-th period} \\ 1, & \text{otherwise} \end{cases}$$

The criterion function of optimization is the maximization of social, economic, and commercial effect of investment politics. For its realization, it is necessary to generate the corresponding investment program, i.e. to define such a subset of investment projects from the available set, included in the investment program at which the maximal aggregate effect is provided.

The requirement for financing the investment program for i -th settlement period is defined by the ratio:

$$F_i = \sum_{j=1}^n C_{j,i} \cdot X_{j,i}, \quad (1)$$

Where F_i is the necessary volume of financing the investment program in the i -th settlement period. Then the condition of the feasibility of the investment program can be written down in the following view:

$$\sum_{j=1}^n C_{j,i} \cdot X_{j,i} \leq B_i \quad (2)$$

Besides, for each investment project there should be observed the condition:

$$\sum_{i=0}^{p-1} X_{j,i} \leq 1, \quad j = 1, 2, \dots, n. \quad (3)$$

The second stage of the decision of the task of optimization is the definition of the maximal value of social and economic efficiency (V) with all investment programs, and the set conditions of their realization.

The parameter of social and economic efficiency (V) is defined under the following formula:

$$V = \sum_{j=0}^n \sum_{s=0}^q \alpha_s \cdot f(j), \quad (4)$$

Where $f(j)$ - the parameters of efficiency formulated so that more preferable on each parameter investment project it was characterized by its great value;

α_j - Factors of importance of individual criteria.

Thus, the model of optimization of financing of the investment program of region by criterion of maximization of social and economic effect can be written down in a following view:

$$\left\{ \begin{array}{l} \sum_{j=0}^n \sum_{i=0}^{p-1} V_{j,i} \cdot X_{j,i} \rightarrow \max; \\ \sum_{j=0}^n \sum_{i=0}^{p-1} C_j \cdot X_{j,i} \leq B_i \\ \sum_{i=0}^{p-1} X_{j,i} \leq 1; \\ X_{ji} = 0, 1; \quad i = 0, 1, \dots, p-1; \quad j = 1, 2, \dots, n \end{array} \right. , \quad (5)$$

The formulated task of the optimization of financing the investment program of the subject of Russian Federation is related to a class of tasks of linear programming, and can be solved by means of standard software packages of the realization of tasks of a corresponding class (Maple, MathCAD, Math Lab, Mathematica, etc.).

The result of the decision of the regarded task is the subset Π^o of investment projects providing the maximal aggregate effect (social, economic, commercial) from the realization of the investment program.

References:

1. Preparing for the Project Management Professional (PMP) Certification Exam. Michael W. Newell. Amacom, 2001.
2. Simon H.A. The new science of management decision. Englewood Cliffs, N.J., Prentice – Hall Inc., 1975.
3. Yu P.L. Multiple Criteria Decision Making: Concepts, Techniques, and Extensions. -Plenum Press, N.Y.-London, 1985.

STATE REGULATION OF AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX IN RUSSIA

Yakushenko T. S., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: yakushenko_tanya@mail.ru

Scientific advisor: Chigoryaev K. N., Matalasova E. Y.

Agrarian sector is a major component of country's economy. Its priority is defined by irreplaceable and essential role of food provision in a state financial system, functional value of agriculture- one of the most vital, system-creating branches.

The short-sighted policy concerning agriculture, the opinion that there is absolutely no necessity to develop agriculture in Russia have led to its stagnation. The following data can testify to it: the volume of all agro production in Russia has been reduced to 40 %, the number of cattle at the agro enterprises has fallen almost three times, pigs — four times, milk and meat production reduced by the same three-four times, more than 30 million hectares of soil are not cultivated and does not yield harvest. Today Russians consume only 63 percent of biological norm of nutrition. Russia which has 55 percent of planet humus is compelled to import provision from abroad for 16. 3 billion dollars approximately.

Without the law «About agriculture development» it is impossible to develop the country. When the president addressed to the nation and named the agriculture among priorities, all fame workers crossed themselves and said: «Well, thank God, at last country leaders gained the willpower».

The basic tools of state regulation in the countries with the developed agriculture are basic laws which regulate measures of the state agrarian policy and also define parameters of this policy for medium term prospect.

As the vice-chairman of Committee of the State Duma on agrarian questions V.N.Plotnikov noted, the government should make a step forward to create the legislative base for development of agrarian and industrial complexes which involves elaborating and approve of government program for agriculture development.

Thus, on January 11th, 2007 the federal law of the Russian Federation on December 29th, 2006 N 264-FZ «About agriculture development» was published. It came into force from the moment of publication.

The law defines the basic directions of the state support in sphere of agriculture development. It provides the availability of credit resources for agricultural producers, support of development of system of risks insurance in agriculture, livestock breeding industries and elite seed-growing, provision of production of animal produce, making long-term plantings and care of them, updating the basic means of agricultural producers, actions to increase soil fertility.

Real degree of the state support of agriculture is difficult enough to estimate. Direct financing of agriculture from the federal budget in Russia is lower, than in the USA or EU countries, however, support in those countries is not limited to budgetary injections. For example, in Russia the preferential system of taxation is in force — agricultural manufacturers almost do not pay for the land (for comparison: in Europe the payment for using the land makes about 20 % of the production cost).

Over the last few years large-scale programs have appeared in Russia. In 2003 the federal target program «Social development of village till 2010» was approved. It includes two issues — development of actually social sphere as well as improvement of engineering infrastructure of rural municipal unions. Thus, the program reflected understanding that the agriculture is not only the branch of economy, but also the way of life of a certain part of the population.

Such social problems as improvement of health of villagers, attraction and settling young families and experts in countryside are difficult to solve. It is even more difficult to achieve labour market expansion in village and increase the prestige of residing there. Not all issues can be managed by means of economic tools. The program does not consider objective demographic processes at all. For example, the fact that agricultural population outflow in cities will last. But the main thing that programme absolutely ignores is the huge geographical differences of the country: what is good in one place, is not suitable for another. Therefore in many respects the program makes an impression of the wishful thinking far from a real life, especially in depressed areas.

The national project «Development of agro - industrial complex» approved in autumn of 2005 became a new stage in a state policy. The project includes three main directions:

- «Accelerated development of livestock farming»;
- «Stimulation of development of small forms of management»;
- «Providing inexpensive accommodation for young experts (or their families) in villages».

Realization of the first direction of the National project will allow to raise profitability of livestock farming, modernize operating cattle-breeding complexes (farms) and place new capacities in operation.

The second direction of the National project is directed to increase livestock farming, volumes of realized produce made by country (farmer) economy and citizens, running personal farms.

Realization of the third direction will allow to provide young experts (or their families) with accessible accommodation in villages, will create conditions for formation of effective personnel potential for agriculture.

But the given project also has some shortcomings. The most obvious of them are as following:

First, serious subsidies without which rural manufacture remains unprofitable are not provided: for example, for fertilizers. Second, lack of measures to struggle against speculators standing between consumers of agricultural products and producer and their appropriating the lion's share of the income of transactions.

Third, the project pays not enough attention to the agrarian question whereas now there is a buying up of arable lands in progress, small producers are superseded from the areas.

And, at last, fourth, crediting of small rural businessmen and personal farms is not provided. Besides, the project is not counted for work «from scratch» though such a variant is most demanded in modern conditions.

In 2007 the State program of agricultural development and regulation of markets for agricultural products, raw materials and food provision for 2008-2012 was approved which defined the main priorities for agricultural development. Half of 76 billion rubles in 2008 and 130 billion in 2012 are intended to the achievement of financial sustainability of agriculture, but simply to continue subsidizing the interest rate on loans.

The program depicts successes of the future in details: increasing production and cattle livestock. However, the mechanism of this growth remains unknown. The main social risks of agriculture development in deeply depopulated areas in non fertile regions and current outflow of the population from Siberia are ignored as before. Moreover, in a counterbalance to real tendencies of territorial labour division in agricul-

ture, the program plans expansion of crop production in the Far North, renewal of labour-consuming manufacture of flax and a hemp in places where almost none agricultural population left.

Despite the global financial crisis, the Government of the Russian Federation increased the volume of budget support of the agricultural sector this year by over 1.5 times – to 182 bln RUR (5.39 bln USD), including contributions to the authorized capital stock of Rosselkhozbank and Rosagroleasing.

The Government funds 17 bln RUR (509.49 mln USD) for financing credit interest rates, including 7 bln RUR with 100% subsidizing for development of dairy and meat cattle breeding and 10 bln RUR for credit subsidizing other enterprises of agro-industrial complex. The authorized capital stock of Rosselkhozbank received 45 bln RUR (1.35 bln USD) for providing grain for buyers and crediting agricultural organizations. Rosagroleasing received 25 bln RUR (749.25 mln USD) for agricultural technical equipment supplies without advance payment. And the leasing term was prolonged to 15 years.

The well-timed conducting of spring field works became one of the priority tasks for Russia. To date, all agricultural economies of the country are completely provided with seed material, fertilizers, technical equipment and other resources. Moreover, the minister signed the decree concerning the creation of the governmental register of agricultural producers that would receive government support. Such steps will allow increasing the effectiveness of budget resources usage.

Of course, agriculture is not rescued by well-considered government support alone, but mostly thanks to other industries, especially food industry. Even modern Russian agriculture (except for beef production, which is unprofitable in all regions of the country) is profitable when reasonably managed. There is a demand for its produce, the return on investment is quick especially in the plant growing (few industries can get the profit in autumn having invested in spring). Small farms of sheep and poultry are relatively quick repaid. Therefore, many companies, processing agricultural raw materials started to invest in agro production, that is, to strengthen its own raw materials base.

References:

1. Problems of the Russian Agroproma [Electronic resource]. - Mode of access:
2. <http://www.optifood.ru/analytics/article/145/3967.php>, free.
3. Federal Law of the Russian Federation of December 29, 2006 N 264-FZ On the development of agriculture [electronic resource]. - Mode of access: <http://www.rg.ru/printable/2007/01/11/selhoz-dok.html>, free.
4. The emergence of Russia. Economy. Analysis. Technology. Problems. Investments. Prospects \ Ed. YP Alexeyeva - F, 2006 – 240 p.
5. Budget support agro-industrial complex of Russia. [Electronic resource]. - Mode of access: <tp://www.agrimarket.info/showart.php?id=73071>, free.
6. Agribusiness is expanding in Russia. [Electronic resource]. - Mode of access: tp://www.russiablog.org/2008/11/agricultural_business_russia_expanding.php, free.
7. Agri-business in Russia [Electronic resource]. - Mode of access: <http://www.aebrus.ru/application/views/FCKEditor/files//Agri-business%20in%20Russia.pdf>, free.
8. Russian Agribusiness Survey [Electronic resource]. - Mode of access: [http://www.ifc.org/ifcext/eca.nsf/AttachmentsBy-Title/Russian_Agribusiness_Survey_2003/\\$FILE/Summary_RussianAgribusinessSurvey.pdf](http://www.ifc.org/ifcext/eca.nsf/AttachmentsBy-Title/Russian_Agribusiness_Survey_2003/$FILE/Summary_RussianAgribusinessSurvey.pdf), free.

UNEMPLOYMENT IN RUSSIA

Yashkina E. D., student

Tomsk polytechnic university

E-mail: jashkina@sibmail.com

Scientific adviser: Rakovskaya V. S., senior teacher. Language adviser: Yakimenko E. V., senior teacher

All the fear of unemployment - it frightens the authorities and citizens. But unemployment - only one of many indicators of the labor market. Acute social problems are possible with low unemployment, and likely the opposite situation. Another thing is that we are not institutionally or politically were not ready for unemployment. But the chief problem of the labor market is that our economy does not create jobs, and in fat years and is not going to do it in thin.

Unemployment - unemployment of the economically active population in economic activities. According to the International Labor Organization, a man aged 10-72 years(18-72 years of Russia) recognizes the unemployed, if they are in survey week simultaneously:

- Did not work
- Search for job
- A ready to work

Economists distinguish between various types of unemployment, including cyclical unemployment, frictional unemployment, structural unemployment and classical unemployment. Some additional types of unemployment that are occasionally mentioned are seasonal unemployment and hidden unemployment. Real-world unemployment may combine different types. The magnitude of each of these is difficult to measure, partly because they overlap.

Though there have been several definitions of voluntary and involuntary unemployment in the economics literature, a simple distinction is often applied. Voluntary unemployment is attributed to the individual's decisions, whereas involuntary unemployment exists because of the socio-economic environment (including the market structure, government intervention, and the level of aggregate demand) in which individuals operate. In these terms, much or most of frictional unemployment is voluntary, since it reflects individual search behavior.

On the other hand, cyclical unemployment, structural unemployment, and classical unemployment, are largely involuntary in nature. However, the existence of structural unemployment may reflect choices made by the unemployed in the past, while classical (natural) unemployment may result from the legislative and economic choices made by labor unions and/or political parties. So in practice, the distinction between voluntary and involuntary unemployment is hard to draw. The clearest cases of involuntary unemployment are those where there are fewer job vacancies than unemployed workers even when wages are allowed to adjust, so that even if all vacancies were to be filled, there would be unemployed workers. This is the case of cyclical unemployment, for which macroeconomic forces lead to microeconomic unemployment.

Statistics operates two main indicators of unemployment: 1) the overall unemployment fixed by the special quarterly survey on employment (LFS), constructed on the basis of the ILO methodology, 2) the registered unemployment rate, determined on the basis of citizens' employment services.

The number of officially registered jobless in Russia has reached 2.2 million.

Employment issues and struggle with unemployment was in focus.

The situation in this sphere is not a simple one, and not only in our country, but the world over, and this is very alarming. The parameters of registered unemployment had expected toward the end of the year are already here. Nearly 2.2 million jobless have been registered and the real unemployment is growing at a high pace.

According to the methodology of the International Labor Organization, joblessness over the past six months has been up by 3 percentage points to 8.5 percent of the economically active population.

Fears that unemployment and falling living standards could trigger social unrest in the country, which has seen a decade of resurgence on the back of a strong economic boom, is the worst nightmare for the Kremlin at a time of global crisis.

Either we start modernizing Russia at once from economy to politics or we plunge into a crisis from which there is no way out within the existing constitution.

Russia, which accumulated over \$500 billion in reserves during the boom, is investing heavily to keep afloat key enterprises and help ease jobless figures.

We are not facing the problem of unemployment now. It is needed to talk about how to handle employment issues when we emerge from the crisis.

The total number of unemployed people in Russia grew to 6.1 million in January, up 5.2% on December, while only 1.7 million were officially registered as jobless.

Russia, which is heavily dependent on oil and gas exports, has been hard hit by the current financial crisis, which has dampened worldwide demand and sent energy prices down. Businesses, struggling to repay their loans, have been closing down or laying off employees en masse.

State employment agencies have registered 1.7 million people, and 1.4 million of them are receiving unemployment benefits.

However, according to figures calculated to International Labor Organization (ILO) standards, 6.1 million people, or 8.1% of Russia's workforce, were jobless as of late January.

In December 2008, 5.8 million people, or 7.7% of "the economically active population," were unemployed, according to ILO standards.

Analysts expect unemployment in Russia to grow as the global economic crisis continues.

Registered unemployment rate in Tomsk remained unchanged and even decreased. Currently it has in the area are unemployed 17880 people. The Bank Job is more than seven thousand new jobs, but the problem is that almost all of it – temporary (six month) jobs.

Consequences of unemployment:

- Lower income: Unemployment normally results in a loss of income. Majority of the unemployed experience a decline in their living standards and are worse off out of work.
- Problems with the psychological health: For example, there is a relationship with crime and social dislocation including increased divorce rates, worsening health and lower life expectancy.
- Loss of skills
- Economic impact(loss of GDP): If some people choose to leave the labour market permanently because they have lost the motivation to search for work, this can have a negative effect on long run aggregate supply and thereby damage the economy's growth potential. When unemployment is high there will be an increase in spare capacity - in other words the output gap will become negative and this can have powerful deflationary forces on prices, profits and output.
- The deteriorating crime situation

Then, next problem is Problems of unemployment of young people.

Most of young people in Russia nowadays get higher education chiefly because it is in prestigious now. They all go to institutes or universities and even academies. But the quality of education nowadays leaves much to be desired. As a result the country will have a lot of specialists especially doctors, managers and lowers. But their quality will be very low. It is one problem. The other problem is that of finding working places for such a great number of specialists. The Federal Government should do something about this problem. Creating those places for young people is the burning question now. There must be a lot of new plants, factories, hospitals and other enterprises to give jobs to all the graduates. But there is one more problem when people who leave one or institutions are not satisfied with the working conditions and work as other specialists. As a result they have only their diplomas but they do not work according to their professions. And it is also very bad. The government should provide good working conditions for some spheres, which are not popular (for example give more money and so on). In Russia young people are still a little suppressed, they have complexes but abroad the life is quite different. Young people begin to work very early from the point of view of age, get more and more experience out of their work and have more possibilities to realize themselves.

Anyone who has been unemployed should be aware that this is nothing more than a temporary situation. And what is his chance to change lives for the better - to change the profession, learn new skills or increase their skills through training, finally, to spend time with his family. And gain strength to reach new heights.

References

1. Borvihhin V.N. Porohovshikov V.G. Socio-economic aspects of employment in Russia. - M., 2007. - P. 102.
2. Bynkina M. K.Economics. - M., 2008. - P. 272.
3. Lipsic I.V. Economy. - M., 2006. - P. 304.
4. Nikiforova A.A. The labor market, employment and unemployment. - M. , 2007. - P. 280.
5. Sidorovich V. A. Course of economic theory. - M., 2007. - P. 345.
6. Economics: Textbook / Edited V.I. Vidypina. - M., 2006. - P.447.
7. rbc.ru
8. enc.fxeuroclub.ru/67

SENSORY BRANDING

Zaharenko A. V., student; Prokhorenko V. D., student

Tomsk Polytechnic University

E-mail: nefirtitti@mail.ru

Supervisor: L. G. Averkieva

You can see that the sensory marketing is not so effective nowadays. Falls which happen when new products are launched into the market, has awful character. Advertising companies mostly don't form any unique points of product or services in consumer's mind. Most products which is appear on the market are just consumers trash but not branded goods. What is the matter?

Actually, famous brands like Coca-Cola, Harley-Davidson, Apple Computer and BMW still have strong positions on the market. These corporations can support consumer's perception interest in their prod-

ucts. Certainly, every brand must have even one unique advantage. If the brand does not have this advantage, none of the attempts to give good look to the product can help you. Every of the given brands has unique advantages which separates them from others.

However, presence of unique advantage is not all what you need for saving brand's positions on the market. Having understood that the old brand's instruments have become less effective specialists have created new idea - Sensory Branding conception. Which implies using all person's senses (sight, hearing, smell, touch and taste) for delivering the information about the brand.

The conception present the way of new brand opportunities.

Unlike other 'innovative' business- ideas which were created and became insolvent quickly, the sensory branding is performing and wining. There are two reasons for it. The first is that this conception was promoted by Martin Lindstrom who is a legendary theorist of branding. He also has Phillip Cotler's support. The second reason is hidden in the main point of the conception. Sensory branding is a new and famous idea but we cannot call it the sensation. A lot of successful companies attempted to use the influence on consumers' senses but the attempts were of mostly intuitive character. Thanks to Martin Lindstrom, branding specialists have exact compass, and the first who will use are sure to become better than others.

Every brand must have points which are creating a new sensitive and emotional consumers' communication experience with brand. You cannot do it only visual. When advertisement is created also sounds image of the product or words and symbols should be used. Combination of consumers' visual and sound stimulation makes "2+2=5" effect. If you want to have the best results it makes sense to use smell and touch. It is extremely important to form colorful consumers' brand sense. You should present them the opportunity to have experience of interaction with brand using all persons' senses.

The time of unconditionally trust in advertising is gone. If you want to have new consumers, you must become a "good friend" for all their senses. Welcome to sixth sense's work sphere – "brand sense".

According to the research about 'changes in consumers' behavior and motivation in crisis in February 2009' most consumers tried to maintain their lives' level. Every product or service category has famous, 'untwisted' trade mark which became an important part of consumers' life and image. Crisis influenced the finance but people don't want their lives' level to become lower. It means that brand has more attractiveness for consumers than price.

But it would not continue for a long time. The research showed that the crisis would be long time and consumers' behavior would change according to the follow pattern:

On the first stage consumes change shopping places (where usual goods have lower prices)

Next they start buying usual goods less

In the end they start change usual brands (buying cheap products and services)

At the first crisis stage previous motives are still actual but in future consumers will lose interest to the usual promoting. Changes in consumers' behavior showed that the less money consumers have the more probable when consumers will change usual brands and buy other which are cheaper. Consequently, the most reliable the situation is way out strengthening brand loyalty. There is most effective way for escape – strengthening trust to brand.

In times before crisis nobody seriously deal with the problem of consumers' brand loyalty and creating strong brands. It happened because there was enough money supply on the market and consumption went on itself. Business wanted to have more quantity than quality. It is worth mentioning excessive budgets of the advertising campaigns. Priority was given to the quantitative capture of a market share. Quantity of the advertising contacts and making impulsive purchases were important.

The brand loyalty nowadays is on the first place and is of vital important for brand survival on the market. Old promoting technologies are not actual today. 'Sensory branding' technology is a new innovative way for creating brand image. It provides a controlled impact on all five consumers' senses and forms a new one – "brand sense".

Our nearest future will have a new consumer who will be learned by the new value system to return and make the purchase again. Quality of contact between consumers and brands has become the key characteristic which should be developed. Can you improve this index if you use only usual advertise or PR? Definitely you cannot. It is not enough for successful business nowadays. Brand should be positively perceived by a consumer at a real contact.

We can take a banking card which is experiencing distrust. Banks now do not trust people while people do not trust banks and as a result, clients feel their money is not secure. Have you ever felt comfortable in the bank? The most vivid example is Sberbank. It is funny when a consumer gives his money to an organization and experiences a lot of unpleasant feelings. There are sullen and irritable bank employees instead of having good services. As stand in long queues, instead of sitting on a comfortable sofa while wait-

ing. There are the USSR's "communication windows", instead of open counters. On the whole these small details have a big negative effect.

Now there is the time of branding agencies of a new generation. They will develop contact between consumers and brand. They will understand consumers' position, make the "sense audit" and find mistakes.

E-mail, phone call or visit card can say a lot about you before meeting. Materials on the armchair in a waiting room, a contract form, the shape of the "communication windows" are contact points between consumers and brands. These details contribute much to creating good friendship with consumers.

For saving this relationship companies should make "sense optimization" of working processes. Agencies dealing with "sense optimization" should penetrate inside clients business and fix the mistakes in contact with consumers. They should help company managers to build working processes better and as a result consumers will become good friends for a long time. It happens because brands will have a positive, controlled and planned image.

Literature:

1. Martin Lindstrom "Brand sense", М., "Эксмо". 2006
2. (электронный ресурс).- режим доступа <http://www.reclama.su/viewtopic.php?t=1780>
3. (электронный ресурс).- режим доступа <http://www.sostav.ru/columns/trandinmarketing>

Научное издание

ЭНЕРГИЯ МОЛОДЫХ – ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Сборник научных трудов
XI Международной научно-практической
конференции студентов и молодых ученых

Часть 2

ENERGY OF YOUTH FOR RUSSIAN ECONOMY

11th International conference

**Отпечатано в Издательстве ТПУ в полном соответствии
с качеством предоставленного оригинал-макета**

Подписано к печати 28.10.2010. Формат 60x84/8. Бумага «Снегурочка».
Печать XEROX. Усл. печ. л. 53,97. Уч.-изд. л. 48,81.
Заказ 1778-10. Тираж 48 экз.



Национальный исследовательский Томский политехнический университет
Система менеджмента качества
Томского политехнического университета сертифицирована
NATIONAL QUALITY ASSURANCE по стандарту ISO 9001:2008



ИЗДАТЕЛЬСТВО



ТПУ. 634050, г. Томск, пр. Ленина, 30
Тел./факс: 8(3822)56-35-35, www.tpu.ru