

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет»

**МОЛОДАЯ НАУКА
В КЛАССИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

*Тезисы докладов научных конференций фестиваля студентов,
аспирантов и молодых ученых*

Иваново, 21–25 апреля 2014 г.

***Часть II
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ***

Иваново
Издательство «Ивановский государственный университет»
2014

ББК 66.3(2)3
М 754

Молодая наука в классическом университете : тезисы докладов научных конференций фестиваля студентов, аспирантов и молодых ученых, Иваново, 21–25 апреля 2014 г. : в 7 ч. – Иваново : Иван. гос. ун-т, 2014. – Ч. 2: Актуальные проблемы и перспективы развития экономики. – 264 с.

Представлены тезисы докладов участников научных конференций, проходивших в Ивановском государственном университете в рамках фестиваля студентов, аспирантов и молодых ученых «Молодая наука в классическом университете» по проблемам экономики.

Адресовано ученым, преподавателям, студентам и всем, кто интересуется данными проблемами.

Печатается по решению редакционно-издательского совета Ивановского государственного университета.

Редакционная коллегия:

д-р ист. наук **Д. И. Польшинный** (ответственный редактор),
д-р экон. наук **В. Н. Ерёмин**, д-р экон. наук **Е. Е. Николаева**,
д-р экон. наук **Б. Д. Бабаев**, д-р экон. наук **В. И. Куликов**,
д-р экон. наук **А. Г. Кайгородов**, д-р экон. наук **В. Н. Щуков**,
д-р экон. наук **А. Б. Берендеева**, д-р экон. наук **А. И. Новиков**,
д-р экон. наук **Н. А. Амосова**, д-р экон. наук **А. С. Лифшиц**,
д-р экон. наук **О. Ю. Гурьева**, канд. экон. наук **Д. А. Маринцев**,
канд. экон. наук **И. А. Сокова**, канд. экон. наук **Е. С. Васильчук**,
канд. техн. наук **С. М. Голяков**, канд. экон. наук **В. П. Тихомирова**,
канд. экон. наук **С. В. Данилова**,
канд. экон. наук **С. В. Симонцева** (ответственный секретарь)

Издается в авторской редакции

© ФГБОУ ВПО «Ивановский
государственный университет», 2014

Секция
**«ЭКОНОМИКА: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ
И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ»**

Н. В. БИРЮЧЕНКОВА
Ивановский государственный университет

**ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ
«ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ»**

В современных условиях все большую актуальность приобретают проблемы оптимизации процесса формирования и эффективного использования ресурсов труда, решение которых невозможно без четкого понимания сущности и основных составляющих трудового потенциала. В социально-экономической литературе отсутствует единообразие к решению этих вопросов. Например, В.Д. Егоров предлагает рассматривать трудовой потенциал комплексно, как *совокупность возможностей населения осуществлять трудовую деятельность*, включая национальные и региональные социально-экономических условия его формирования и функционирования, а также - воздействие на него развития производительных сил и производственных отношений. Такой подход к пониманию сущности трудового потенциала носит наиболее общий характер и затрагивает множество сегментов рынка труда и их взаимодействие. Г.П. Сергеева и Л.С. Чижова рассматривают трудовой потенциал как, те *ресурсы труда, которыми располагает общество*. Этот подход называют ресурсным, поскольку он касается лишь соотношения труда и его ресурсов, не учитывая влияния других факторов, что недостаточно для полной и объективной оценки состояния и использования трудового потенциала.

По мнению Р. П. Колосовой, трудовой потенциал необходимо изучать *на основе факторного метода* в качестве важнейший обобщающий показатель уровня развития возможностей созидательной активности человека. М.С. Токсанбаева указывает на то, что трудовой потенциал - это *совокупность характеристик, которые включают количественные и качественные параметры способности к труду*. Это комбинированный подход, который является следствием слияния ресурсного и факторного подходов. Исследование и сравнение различных подходов и методов показывает, что наиболее оптимальным является подход, который включает в себя различные составляющие и факторы (внешние и внутренние) трудового

потенциала с точки зрения его профессионально-квалификационных возможностей, а также его человеческий и интеллектуальный потенциал. Все эти компоненты в тесном взаимодействии и совокупности определяют трудовой потенциал как целостную систему.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Рухманова Н. А.

Е. Д. БЛИНОВА
Ивановский государственный университет

О СОСТОЯНИИ И ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ

В настоящее время во всем мире происходит массовое развитие туризма. Однако, развитие туризма в России несколько отстает от экономически развитых стран, хотя по своему туристско-рекреационному потенциалу Россия имеет все возможности стать туристической державой мирового уровня.

Несмотря на положительные тенденции в развитии туристской индустрии в России, которые можно наблюдать в 2005 – 2011 г.г. - это и рост объема потребляемых платных туристских услуг на душу населения (в 3,3 раза), и увеличение количества гостиниц – на 75% или 3594 шт., существует и немало проблем. Анализ туристских потоков показал, что российские туристы предпочитают отдыхать за рубежом – за рассматриваемый период наблюдался рост числа зарубежных поездок россиян - более чем в 2 раза. Иностранцы также предпочитают России другие страны. Туристский поток в Россию сократился за тот же период на 1,1 %.

Развитие российского внутреннего туризма сдерживается следующими факторами: недостаточное развитие туристской инфраструктуры; неудовлетворительная работа транспортных предприятий; недоступность туристских услуг для населения с низкими доходами; ограниченность рекламы российских туристских направлений за рубежом; слабая профессиональная подготовка работников индустрии туризма. Для решения проблем в сфере туризма необходимо создание современной высокоэффективной инфраструктуры и конкурентоспособной индустрии туризма, необходима эффективная стратегия по продвижению отечественного туристского продукта, сосредоточенная на ключевых направлениях

туристских рынков, что позволит сделать внутренний туризм доходной составляющей всей экономики России.

У российской туристской сферы существуют огромные потенциальные возможности, но для их реализации необходимо разработать единую государственную стратегию развития данной сферы, основанную на сотрудничестве между государственными структурами всех уровней, бизнес-сообществом и общественными организациями.

Научный руководитель – ст. преп. Успенская О. И.

Н. В. БОГДАНОВА

Ивановский государственный университет

О СОСТОЯНИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

Основные средства являются важнейшей составляющей национального богатства нашей страны. Они играют важную роль в развитии всех отраслей промышленного производства. Текстильная промышленность одна из старейших и наиболее крупных подотраслей лёгкой промышленности. Она занимает одно из важнейших мест в производстве общественного продукта и удовлетворении потребностей населения. В октябре 2013 года основные средства текстильной промышленности России оценивались в 28014 миллионов рублей. Из них 1271 миллион - в Ивановской области, что составляет 4,5% от их общей стоимости.

В настоящее время остро стоит проблема изношенности основных средств в текстильной промышленности. Причем они изношены и морально, и физически. Степень износа в среднем по отрасли достигает 50%, а на некоторых предприятиях доходит и до 70%. Пороговое значение степени износа не может превышать 50%, поэтому сложившееся положение является угрозой экономической безопасности страны. Наибольшая степень износа наблюдается в группе «машины и оборудование». Это негативное явление, поскольку данная группа непосредственно принимает участие в процессе производства.

В наиболее тяжелом положении оказались крупные текстильные предприятия. Инвесторы, как правило, предпочитают вкладывать деньги в малые предприятия. В силу сложившихся в российской экономике обстоятельств, существование крупных текстильных предприятий с

полным циклом работ от сырья до готовой продукции, скорее всего, возможно лишь при соответствующей поддержке бюджетов всех уровней.

В целом текстильную промышленность стоит рассматривать как стратегическую отрасль, в том числе, как в плане создания рабочих мест, так и сохранения моногородов. Особенно это касается Ивановской области – исторического центра текстильной промышленности России.

Научный руководитель – ст. преп. Успенская О. И.

Е. И. БУЛЬГИНА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЖИЛИЩНОГО РЫНКА ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Обеспеченность жильем, повышение уровня его благоустройства и улучшение условий жизни традиционно являются насущными вопросами практически для любой семьи. В общеэкономическом масштабе создание жилой недвижимости характеризует важнейшую стадию воспроизводства – накопление, которое обеспечивает приумножение богатства домашних хозяйств. Именно поэтому во все времена граждане стремились улучшить имеющееся жилье или приобрести новое. На современном этапе развития российского общества жилищные проблемы решаются гражданами в рамках системы рыночных отношений, конкретно – на рынке жилой недвижимости.

Формирование рыночных отношений в сфере жилой недвижимости с одной стороны предоставило возможность домашним хозяйствам самостоятельно решать вопрос обеспечения жильем, с другой – породило множество проблем. Для граждан Ивановской области главными являются: 1) низкая доступность жилья по причине его высокой стоимости в сопоставлении с недостаточными среднедушевыми доходами; 2) значительное снижение объемов нового строительства в сравнении с дореформенным периодом; 3) удаленность от центра и неразвитость инфраструктуры в районах с новым строительством;

4) незначительный удельный вес в новостройках жилья эконом-класса;

5) высокие проценты ипотечного кредитования.

Одним из направлений решения проблемы низкой обеспеченности жильем в настоящее время является развитие системы ипотечного кредитования. Так, из общего числа взятой ипотеки за 2013 год более половины, а именно 59% составляет ипотека жилых помещений. Это свидетельствует о том, что ипотечное кредитование является одним из

определяющих механизмов развития рынка жилой недвижимости Ивановской области.

Необходимо отметить также разработку и реализацию в области специальных программ по поддержке отдельных категорий населения. В их число входят: строительство жилья эконом-класса в рамках подпрограммы «Комплексное освоение и развитие территорий», «Обеспечение жильем молодых семей» и «Государственная и муниципальная поддержка граждан в сфере ипотечного жилищного кредитования», действующих до 2015 года.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Сорокина Е. В.

А. Б. ВОЗНЮК

ЦДТТ «Новация» направление «Бизнес-инкубатор»

КОРРУПЦИЯ В РОССИИ

О том, что в России нет коррупции, не говорит разве что ленивый. Так ли это на самом деле, давайте попробуем разобраться. Для начала, обратимся к определению данного термина: «коррупция - (от лат. Corruption - порча) – использование служебного положения в личных целях». Стоит отметить, что чаще всего под коррупцией подразумевают получение взяток, незаконных денежных доходов.

Коррупция оказывает большой вред для государства, который чаще всего выражается в разорение частных предпринимателей, потери части налоговых сборов, возрастании социального неравенства, снижении легитимности политической власти и доверии к ней со стороны населения. Об уровне коррупции в разных странах ежегодно публикуется список «Transparency International», в котором лидирующие позиции занимают наименее коррумпированные страны. В 2012 году Россия занимала 133-е место из 174 возможных, в 2013 же наша страна поднялась до 127 места. Лидирующее место среди сфер деятельности, где преобладает коррупция в России, по-прежнему занимает медицинские организации. На втором месте автоинспекции, на третьем – судебные органы. Также доля коррупции велика в налоговых и правоохранительных органах, в кредитных организациях, и в сфере строительства за счет бюджетных средств.

Как видно из статистики, коррупция преобладает в бюджетных организациях. Для того чтобы ее предотвратить, или хотя бы уменьшить, государству следует руководствоваться двумя основополагающими правилами:

1) государственные органы и органы местного самоуправления не должны получать доход или извлекать для себя иную выгоду из осуществления властных полномочий;

2) они также не должны осуществлять наряду с властными полномочиями какую-либо иную деятельность, направленную на извлечение для себя дохода или получение иной выгоды.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кирьянов А.Е.

Е. Л. ГРИГОРЬЕВА

Ивановский государственный университет

О СОСТОЯНИИ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ СТАНКОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РФ

Станкостроение – фондообразующая отрасль машиностроения, отражающая развитие промышленного потенциала страны. Одна из проблем российских станкостроительных предприятий – крайняя изношенность основных производственных фондов.

Отрасль обладает невысокой инвестиционной привлекательностью, т.к. требуются существенные капиталовложения при длительном сроке окупаемости. С 1990 г. инвестиции в основной капитал постоянно сокращаются, что привело к массовому устареванию основных фондов, особенно их активной части. Большая доля оборудования находится в возрасте свыше 10 лет, что практически в два раза больше срока их полезного использования. Степень износа основных фондов машиностроительных предприятий за период 2005-2012 г.г. варьируется в диапазоне 42-47%, а на некоторых предприятиях достигла 70%.

При высоком износе оборудования невозможно производить качественную и конкурентоспособную продукцию, поскольку это увеличивает издержки предприятия из-за роста расходов на ремонт. Производительность труда, точность, чистота обработки также существенно ниже, чем на предприятиях с новым, более прогрессивным оборудованием. Следует заметить, что физический износ и моральное устаревание основных фондов происходит на фоне постоянно растущих затрат на сырье и энергию. Чтобы оставаться на плаву и не закрывать производство, предприятия вынуждены осуществлять ремонт и модернизацию бывших в употреблении станков, что обходится на треть дешевле, чем покупка нового оборудования.

Реформирование отечественного машиностроения должно начинаться с обновления материально-технической базы. С целью воспроизводства основных фондов необходима эффективная воспроизводственная политика, мощная государственная поддержка, среди мер которой должно быть принятие новой программы восстановления и развития отечественного станкостроения.

Научный руководитель – ст. преп. Успенская О. И.

И. В. ДАВЫДОВА

Ивановский государственный университет

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЦФО

Малое предпринимательство - один из ведущих секторов, во многом определяющий темпы экономического роста, состояния занятости населения, структуру и качество валового национального продукта. Развитие малого бизнеса отвечает общемировым тенденциям к формированию гибкой смешанной экономики, сочетанию разных форм собственности и адекватной им модели хозяйства, в которой реализуется сложный синтез конкурентного рыночного механизма и государственного регулирования крупного, среднего и мелкого производства. И если крупный бизнес - это скелет, ось современной экономики, то все многообразие мелкого и среднего предпринимательства - мышцы, живая ткань хозяйственного организма.

По состоянию на конец 2011 года в ЦФО было зарегистрировано 545,5 тыс. малых предприятий, что на 10,3% больше, чем годом ранее. Количество малых предприятий в расчете на 10 тыс. жителей выросло на 15,4 ед. и составило 142 ед. Лидерами роста в расчете на 10 тыс. человек населения являются Ярославская (прирост 20 малых предприятий). Общий объем оборота МП в ЦФО за 2011 год составил 5701,6 млрд. рублей, что на 1006,8 млрд.руб. превышает показатель за аналогичный период прошлого года. Наиболее значительный рост показателя отмечен в Белгородской (на 14,2 млрд. руб.), Калужской (на 10,9 млрд. руб.) и Брянской (на 8,6 млрд. руб.) областях. Негативным моментов в развитии малого предпринимательства, является снижение объема инвестиций в основной капитал на малых предприятиях на 1932,0 млн. руб. по сравнению с 2010-м годом.

Масштабы развития малого предпринимательства в России и его вклад в оздоровление экономики сегодня явно не достаточный, так как государственная поддержка малого бизнеса не получает должного развития. Между тем эти предприятия, как наиболее не устойчивые

предпринимательская структура, нуждаются в разносторонней государственной поддержке.

В настоящее время потенциал малого предпринимательства реализуется пока лишь частично, а его становление тормозится многочисленными проблемами, от решения которых зависит не только судьба малого предпринимательства, но и рыночных реформ в целом. Общепринято, что степень развития малого бизнеса в стране отражает уровень развития всей экономики.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Васильчук Е. С.

Э. В. ЖДАНОВА

Ивановский государственный университет

РОЛЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ КАДРОВЫХ РИСКОВ

Персонал предприятия является его важнейшим ресурсом, от качества и эффективности использования которого зависят результаты деятельности и конкурентоспособность компании. Но кадры выступают и главным источником риска организации.

В экономической литературе до сих отсутствуют единые, общепринятые подходы к классификации кадровых рисков. Это связано с тем, что кадровые риски относятся к сложным по содержанию и составу рискам, что и предопределяет различие подходов к их классификации. Например, И.И. Цветкова, выделяет типы кадровых рисков в зависимости от их *сущности*: должностной риск, квалификационно-образовательный риск, риск злоупотреблений и риск неприятия сотрудниками нововведений. Н.В. Капустина разделяет риски в работе с персоналом в зависимости от *стадии движения кадров*: риски, которые могут возникнуть при найме работника в организацию; риски, которые проявляются в процессе трудовой деятельности работника; риски, которые могут возникнуть на предприятии после увольнения работника. Б. Мазо уделяет особое внимание *информационным рискам персонала*, которые могут быть представлены рисками потери информации и рисками замедления бизнес-процессов, например, при увольнении сотрудников или уходе их в отпуск. Л.М. Забирова выделяет HR-риски, которые связаны *собственно с самим персоналом* (смерть, нетрудоспособность, выход на пенсию, увольнение, профнепригодность, некомпетентность, безнравственность), и риски, вызванные *поведением персонала* (ошибки, аварии, травматизм, утечка информации, должностные преступления, подрыв деловой репутации).

В зарубежной практике кадровые риски классифицируются на две группы: кадровые риски *количественного характера*, связанные с недостатком или избытком трудовых ресурсов у конкретной организации, и кадровые риски *качественного характера*, связанные с несоответствием фактических характеристик имеющегося у организации персонала предъявляемым к нему требованиям. Приведенные классификации кадровых рисков могут служить основой для формирования программы по управлению и минимизации рисков в управлении персоналом с целью успешного выполнения предприятием задач увеличения доли рынка, а также повышения его прибыльности и конкурентоспособности.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Рухманова Н. А.

В. П. ЖУРАВЕЛЬ

Ивановский государственный университет

КРУПНЫЙ БИЗНЕС И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ

В экономической системе любой страны существуют предприятия и частная собственность разных уровней.

Большие объединения (корпорации, особенно транснациональные) – это и инвестиции, и новейшие технологии, и инновационная деятельность. Крупные многонациональные компании сосредоточены в основном в секторах, испытывающих глобальную конкуренцию, и всегда играют ключевую роль в периоды экономического подъема. Составляя всего 1% численности компаний частного сектора, крупные корпорации генерируют в среднем 60% всех продаж, аккумулируют три четверти фонда заработной платы и более 60% активов.

Вклад крупных многонациональных компаний в рост производительности и занятости различен в разных отраслях экономики. Особая их концентрация отмечена в семи секторах: обрабатывающей промышленности, информационно-технологическом секторе, профессиональных услугах, торговле, добывающей промышленности, финансах, коммунальных услугах.

Интересно отметить, что они же являются главными драйверами экономического роста. С 2000 по 2010 г. эти отрасли обеспечили почти весь прирост производительности труда в США и почти 70% прироста ВВП страны.

Что касается инвестиций в НИОКР, в 2007 г. на крупный бизнес приходилось 74% всех затрат на НИОКР США. Причем уровень этих затрат в данном сегменте в четыре раза превышал средний уровень затрат частного сектора. Особое внимание крупный бизнес уделяет управленческим, профессиональным и техническим кадрам. Здесь их заработная плата в среднем на 37% выше, чем в среднем и малом бизнесе.

Крупные компании, в том числе государственные, играют исключительно важную роль в экономическом росте и в процессе инноваций. Именно этим объясняется активность многих государств, направленная на поддержку этого бизнеса и привлечение ТНК на свою территорию. Это обеспечивает в конечном итоге победу в обостряющейся глобальной конкуренции, создание необходимых рабочих мест и повышение производительности труда.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кирьянов А. Е.

О. И. ЗАПАРА

Ивановский государственный университет

РЕСУРСОБЕРЕЖЕНИЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИКИ

Важнейшей проблемой экономики в современном мире является ограниченность ресурсов и проблема выбора. Общество должно выбирать, каким образом ему эффективнее использовать ресурсы, чтобы получить максимальную отдачу и удовлетворить свои потребности. Оценка потребности в тех или иных видах экономических ресурсов осуществляется, в основном, исходя из внутренних характеристик социально-экономических систем, параметров и масштабов хозяйственной деятельности, политики управления запасами, стратегическими целями и т.д. Но в любом случае рациональное использование ресурсов путем ресурсосбережения является важнейшим фактором повышения эффективности национальной экономики и повышения конкурентоспособности национального производства. Ресурсосбережение может и должно осуществляться на отраслевом и региональном уровнях, в рамках промышленных кластеров, а также государства в целом, в том числе и за счет эффективного использования бюджетных средств.

Российская экономика, исходя из наличия у нее больших запасов природных ресурсов (природный газ, нефть, уголь, руда, лес и т.п.) в меньшей степени долгие годы ориентировалась на ресурсосбережение, и соответственно, имеет недопустимо низкий уровень развития перерабатывающей промышленности практически по всем видам природных ресурсов, является высоко ресурсоемкой. Например, средняя глубина переработки нефти на российских заводах составляет около 70%, а выход светлых нефтепродуктов (бензина, дизтоплива, авиакеросина и т.д.) в России, по оценкам экспертов, примерно в полтора раза ниже, чем в развитых странах. И если за последние 15 лет США снизили «нефтеемкость» ВВП почти на 20 процентов, то в России она возросла на треть.

Основными задачами современной ресурсной политики России должно быть не только увеличение текущей ресурсоотдачи (хотя в долгосрочной перспективе это важнейшая задача), но и комплексное использование всего ресурсного потенциала страны. В Стратегии экономического развития РФ до 2020 г. планируется снизить уровень энергоемкости ВВП на 40%.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Васильчук Е. С.

А. А. КОРОВИНА

Ивановский государственный университет

ОЦЕНКА УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Важнейшей составляющей экономической безопасности региона является финансовая безопасность. Именно от состояния финансовой сферы зависит уровень развития и безопасности реального сектора экономики. Финансы определяют возможности региона. Финансовая безопасность имеет свой собственный механизм реализации, показывает самодостаточность региона, степень независимости от федерального центра.

Для анализа финансовой безопасности региона в российской экономической литературе определены следующие индикаторы:

- отношение объема безвозмездных перечислений из федерального бюджета к ВРП. В Ивановской области за период 2000-2011гг. оно было самым высоким по сравнению с соседними областями и имело большой отрыв от них и среднего значения по

ЦФО. В 2011 году значение этого показателя в Ивановской области составило 10,8% (при пороговом значении 15%).

- отношение бюджетного дефицита к ВРП. По данному показателю Ивановская область за 2000-2011 гг. стоит на втором месте после Владимирской области, далее идут Ярославская и Костромская области. Однако в 2011 году данный показатель в Ивановской области составил 1,4%, что является наихудшим показателем по сравнению с соседними областями.

- отношение среднедушевого дохода территориального бюджета к среднероссийскому значению показателя. По данному показателю Ивановская область вместе с Владимирской и Костромской областями имеет практически одинаково низкое значение и большой отрыв от среднего значения по ЦФО и порогового уровня. В 2012 году значение данного показателя в Ивановской области составило 20,3% (при пороговом уровне 60%). Ярославская область по данному показателю занимает первое место среди представленных регионов.

Из анализа финансовой безопасности региона следует вывод, что Ивановская область финансово зависимый от центра регион. Поэтому региональным властям необходимо искать новые источники для пополнения региональной казны.

Научный руководитель – ст. преп. Успенская О. И.

Ю. В. КОТЛЯРОВА

Ивановский государственный университет

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДИК ОЦЕНКИ УРОВНЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Инновационный путь в современных условиях рассматривается как магистральный путь развития российской экономики. Поэтому важное значение имеет объективная оценка достигнутого уровня и перспектив инновационного развития регионов. В российских методиках в качестве базисной характеристики обычно используют показатель «индекс инновационности», в основу которого положены факторы, отбираемые по тем или иным критериям и, с точки зрения авторов, объективно характеризующие инновации, инновационные процессы.

Так, исследователи Н. Шibaева и Д. Королева предлагают оценивать инновационность региона только по показателям инновационности развития промышленности. Данный подход представляется поверхностным, поскольку

для характеристики инновационной ситуации требуется комплексная оценка положения региона в целом, основанная на оценке уровня его инновационности по всем видам деятельности. В исследовании М. Поликарповой уровень инновационной активности связывается в первую очередь с уровнем интеграционной активности, что дает возможность оценить развитие интеграционных процессов в регионе и его инновационной сферы, получить дополнительную информацию при принятии инвестиционных решений в интеграционной деятельности. Наиболее обоснованной представляется методика Анисимовой Г.В., которая учитывает не только показатели результативности хозяйственной деятельности, производственной, технологической «инноватики», но и в первую очередь, показатели, характеризующие гуманитарный аспект инновационного развития, определяемый уровнем эффективности реализации интеллектуального потенциала, степенью его интеграции в инновационный процесс. При этом выбранные показатели рассчитываются на основе официальной статистики. Но использование слишком большого количества статистических показателей может снизить объективность оценок из-за возникающей в этом случае взаимообусловленности значений факторных показателей.

Как показывает анализ научной литературы, методология и методика оценки уровня инновационного развития регионов находится еще в стадии разработки. В настоящий момент при всем своем многообразии существующие методики не могут отразить возникающую новую реальность российских регионов.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Рухманова Н. А.

А. С. КОТОВА

Ивановский государственный университет

РЫНОК ТРУДА И БЕЗРАБОТИЦА В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Проблемы занятости и безработицы, тесно связанные с проблемами труда и трудовых отношений, являются ключевыми вопросами в рыночной экономике, не решив которые, нельзя построить экономически сильный регион. Но эти проблемы сложны и противоречивы. Здесь проявляются как общие закономерности, характерные для страны в целом, так и специфические особенности конкретного региона.

В Ивановской области в последние годы наблюдается положительная динамика безработицы. Однако ситуация на региональном рынке труда может существенно измениться в зависимости от динамики развития экономики

региона, поскольку в 2013 году появились признаки замедления роста российской экономики. Отрицательной стороной рынка труда нашего региона является то, что в муниципальных районах уровень безработицы существенно превышает средний показатель по области. Это объясняется тем, что треть безработного населения нашей области проживает в сельской местности, где наблюдается острая нехватка рабочих мест. В частности, в п. Петровский на начало 2014 года на 1 вакансию претендовали 24 человека. Кроме этого, среди зарегистрированных безработных Ивановской области значительной остается категория граждан, испытывающих сложности при поиске работы: инвалиды, мамы, воспитывающие несовершеннолетних детей, длительно неработающее граждане. Так, 26% безработных – длительно неработающие граждане, многие из которых уже и не хотят работать, их вполне устраивает нынешняя жизнь. За последнее время несколько увеличилась доля граждан предпенсионного возраста.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что необходимо проводить активную политику региона и государства по борьбе с безработицей и содействию занятости. Самыми эффективными мерами являются повышение квалификации и переквалификации безработных граждан, мероприятия по оборудованию рабочих мест для инвалидов, по организации производственной практики для выпускников профессиональных учебных заведений, а также помощь в содействии самозанятости и предпринимательстве для того, чтобы люди могли сами создавать рабочие места для себя и других. Необходимо также привлекать в регион инновационные проекты, которые смогли бы увеличить производительность труда и обеспечить населению достойную заработную плату.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Рухманова Н. А.

А. М. КУБАЕВА

ЦДТТ «Новация» направление «Бизнес-инкубатор»

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ СЕГОДНЯ

Сфера малого предпринимательства в России развивается при недостаточной поддержке со стороны государства. Введенная упрощенная система налогообложения льготой может считаться лишь условно. Также, лишь небольшое число субъектов малого бизнеса пользуется правом льготной аренды помещений и оборудования. Основное содержание нынешней

федеральной политики поддержки малого предпринимательства в России сводится к дальнейшему наращиванию числа государственных организаций.

Считаем, что одной из главных проблем предпринимательства является пристальный контроль государства в лице многочисленных надзорных органов, в числе которых налоговая инспекция, инспекция по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей, трудовая инспекция и др. Штрафы, накладываемые ими, достигают непосильных для предпринимателя размеров и наносят вред существованию фирмы. Избежать всех нарушений, выполняя положения множества инструкций и правил, в реальной жизни крайне сложно. Именно поэтому, в наше время предприниматель должен быть юридически подкован, знать свои права и обязанности, знать какие органы и комитеты имеют право его проверять.

Еще один важным недостатком, на наш взгляд, является отсутствие эффективной инфраструктуры. Сюда можно отнести учебные центры, маркетинговые и юридические подразделения, физическую инфраструктуру. Не у всех компаний есть возможность содержать собственные отделы маркетинга, учебные центры и др. Для этого существует, так называемая, инфраструктура поддержки. Но данная отрасль требует от государства еще больших вложений, т. к. является малоприбыльной.

Одной из важных проблем, так же является проблема теневого бизнеса. В ходе регулярно проводимых исследований более половины субъектов малого предпринимательства в качестве важнейшей меры выхода из тени указывают снижение налогов. Но при снижении налогов, стоит помнить, что для предпринимателя любые налоги являются лишними, важно поднимать имущественный статус предприятий, так как именно он способствуют стремлению предпринимателя работать в «белой» экономике.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кирьянов А. Е.

К. Н. КУРНАЕВА

Ивановский государственный университет

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ

Инвестиции являются важнейшим источником развития регионов РФ. Поэтому активизация инвестиционного потенциала и повышение инвестиционной привлекательности являются наиболее действенным механизмом для социально-экономических преобразований.

Инвестиционная привлекательность – это интегральная характеристика регионов страны с позиции инвестиционного климата, возможностей привлечения инвестиционных ресурсов, уровня развития инвестиционной инфраструктуры, которые существенно влияют на степень доходности инвестиций и инвестиционных рисков.

К наиболее известным методам оценки инвестиционной привлекательности регионов РФ относят: рейтинг по условиям инвестирования, составляемый консалтинговым агентством “Эксперт-Регион”; рейтинг инвестиционной привлекательности регионов, разработанный Экономическим департаментом Банка Австрии; методика, основанная на расчете и интеграции системы взаимосвязанных индикаторов.

Первыми двумя методами пользуются в основном рейтинговые агентства. Очевидной трудностью при их использовании является подбор и обоснование эффективности использования конкретного набора критериев оценки. Известную сложность представляет также интерпретация результатов. Достоинством этих методик является построение интегрального показателя надежности инвестиционного климата.

Существует также подход, определяющий инвестиционную привлекательность регионов как совокупность не только социально-экономических и природно-хозяйственных, но и общественно-политических и психологических характеристик. Широкое распространение получила и методика оценки инвестиционной привлекательности региона на основе инвестиционного потенциала и определенных типов риска. Преимуществом данного подхода является всесторонняя характеристика инвестиционного климата на основе применения минимально необходимого набора индикаторов. Но широкое применение экспертных оценок повышает вероятность субъективизма и неточности получаемых оценок. Каждый из рассмотренных подходов и методов оценки инвестиционной привлекательности имеет свои преимущества и недостатки. Поэтому необходимы дальнейшие исследования по их совершенствованию.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Рухманова Н. А.

И. Р. ЛИКСОНОВ

ЦДТТ «Новация» направление «Бизнеса-инкубатор»

МОНОПОЛИИ В РОССИИ И ФАС

Все мы знаем, что такое монополия, но при всей очевидности значения данного термина, все же встречаются его различные интерпретации. Приведем определение данного термина, которого будем придерживаться в данной статье. Монополия — это фирма, действующая в условиях отсутствия значимых конкурентов.

В России за соблюдением антимонопольного законодательства и законодательства в сфере деятельности субъектов естественных монополий следит Федеральная антимонопольная служба (ФАС). Однако не все решения ФАС по вопросам кто является монополистом в России, а кто нет, согласуются с определением, данным нами выше.

Для примера рассмотрим случай, который произошел в Белгороде с владельцем небольшого продуктового магазина. Размер магазина – 30 квадратных метров, в нем продавались совершенно обычные продукты: молоко, хлеб, пиво, соки, рыба и др. Иными словами все продукты, кроме крепкой алкогольной продукции. Выручка в день в среднем составляла 20 тысяч рублей. Магазин стоит на остановке, и является далеко не самым крупным в городе. Сложно представить, но данный магазин был оштрафован ФАС, в подозрении на демпинг и монополию. Хотя цены были так же средними, и, как заверяет владелец, совсем не заниженными.

ФАС обвинила магазин в сговоре с крупной торговой продуктовой сетью, в которой магазин закупал сок для перепродажи.

Случай с магазином не единственный. В похожей ситуации в нашей стране оказалась владелица батута для детей в Горно-Алтайске, у которой был конкурент с аналогичными ценами; распространитель сахара в Новочебоксарске, при условии, что на его рынке также было как минимум три крупных конкурента; газета для объявлений в «Рязане» и другие.

Как видно из описания, все, рассмотренные нами компании, являются представителями малого бизнеса, у каждого из предпринимателей имелся, хотя бы один конкурент на рынке, и зачастую, конкуренты превышали объемы продаж самих фирм. Ввиду этого, не всегда понятна причина штрафов со стороны ФАС и объявление таких компаний «монополиями».

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кирьянов А. Е.

Е. Н. СМИРНОВА
Ивановский государственный университет

СОСТОЯНИЕ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Создание на территории региона современного конкурентоспособного туристского комплекса, способного удовлетворить самые широкие потребности не только отечественного, но и иностранного туриста, является первоочередной задачей политики Правительства Ивановской области в данной сфере.

Показатели внутреннего туристического потока говорят о тенденции роста популярности отдыха на территории Ивановской области. По данным с 2008 до 2011 года внутренний поток туристов увеличился на треть (35%). Прежде всего, это посетители из экономически более развитых соседних регионов – из г. Москвы (21%), Московской (17%) и Нижегородской (17%) областей. Однако объем оказанных туристских услуг за этот же период резко снизился в 2009 году, а в 2010 и 2011 увеличился, но незначительно, так и не достигнув предкризисного уровня 2008 года.

Систематически растет количество иностранных туристов, посещающих Ивановский регион. В общем, за период с 2008-2011 гг. численность въехавших иностранцев увеличилась на 9%. Процент роста этого показателя увеличивается каждый год. Из стран Ближнего зарубежья область посещают в первую очередь жители стран Прибалтики: Латвии (25%), Эстонии (25%), Литвы (20%), а также Азербайджана (20%), Украины (10%). Из стран Дальнего зарубежья - приезжие из Германии (65%), США (14%) и Великобритании (10%).

Жители Ивановской области в свою очередь не очень активны в посещении иностранных государств. Ежегодно около 25 тысяч жителей региона выезжает за рубеж с туристическими целями, что составляет чуть больше 2-х % от общего количества проживающих здесь людей. Причем каждый год этот показатель увеличивается незначительно.

Потенциал области в развитии туристских услуг велик и не реализован в полной мере. В этой сфере определенно наблюдаются положительные тенденции. Однако в сравнении с другими регионами страны Ивановская область имеет невысокие показатели роста.

Научный руководитель – д-р. экон. наук, профессор Ибрагимова Р. С.

С. В. СМИРНОВ

ЦДТТ «Новация» направление «Бизнес-инкубатор»

ПРОБЛЕМЫ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ

В России интерес к франчайзингу возродился в 90-х годах прошлого века. Однако чрезмерные надежды на развитие франчайзинга не оправдались. Сегодня имеет смысл проанализировать возникшие проблемы и причины, которые привели к их возникновению. Основные проблемы сдерживания развития франчайзинга в нашей стране можно классифицировать по причинам их возникновения.

Экономические проблемы. К данным проблемам можно отнести: нестабильность развития экономики России. Франчайзинговые схемы требуют стабильности и предсказуемости экономики; отсутствие у большинства предпринимателей – потенциальных франчайзи – необходимого стартового капитала для вхождения во франчайзинговую систему; сложность получения кредитов для создания стартового капитала.

Организационно-правовые проблемы, то есть связанные с практически полным отсутствием правового обеспечения франчайзинга в России.

Социально-психологические проблемы: отсутствие отечественного опыта и боязнь провала у субъектов франчайзинговой системы – франчайзера и франчайзи; отсутствие должного уважения к интеллектуальной собственности; боязнь франчайзи потерять самостоятельность и собственное “лицо” предпринимателя и менеджера.

Для развития франчайзинга в России имеются достаточно широкие возможности. Для реализации этих возможностей необходимо создать определенные условия. Необходима законодательная инициатива по разработке закона о франчайзинге и внесения изменений в нормативные акты, включение в правительственную программу поддержки малого бизнеса системы развития франчайзинга. Важно создание системы налоговых льгот для франчайзи, особенно на начальном этапе развития. Требуется создание сети учебно-консультационных центров по франчайзингу, не только в центре, но и по всей России.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кирьянов А. Е.

Д. И. УСОВА
Ивановский государственный университет

РОЛЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РОССИИ

В Российской Федерации сектору малого предпринимательства уделяется повышенное внимание. Однако, несмотря на растущий вклад в национальную экономику, сектор малого предпринимательства сталкивается с целым рядом проблем, снижающих потенциал предпринимательской среды и его вклад в национальную экономику.

По данным 2012 года число малых предприятий в России достигает 238,1 тысяч. Но необходимо отметить, что в нашей стране занятость в секторе малого и среднего предпринимательства очень мала, по сравнению с другими странами и составляет всего 27%, что почти в 3 раза меньше, чем в Китае и Италии, где занятость достигает достаточно высоких значений (80%). Сектор малого и среднего предпринимательства ЕС обеспечивает рабочими местами 67,4% занятого населения Европы, что почти в 3 раза больше, чем в России.

Вклад сектора малого и среднего предпринимательства в ВВП в большинстве развитых стран колеблется от 50% до 60%: Япония и Китай-60%, Франция-56%, США-50% и т.д. В России такие предприятия обеспечивают лишь 21% ВВП, что в 4 раза меньше, чем в Италии, которая занимает первое место.

Безусловно, без поддержки государства и без собственного взаимодействия малый бизнес не всегда способен успешно отстаивать свои интересы, поэтому государство должно стимулировать его развитие, активно участвовать в реализации мер по поддержке малого предпринимательства и рассматривать новые инициативы и предложения по улучшению инфраструктуры создания и функционирования предприятий малого бизнеса.

Малый бизнес на своем пути сталкивается с большим количеством проблем. И наиболее существенная из них - множество административных барьеров для выхода новых предприятий на рынок и развития их деятельности. Причем многие из них создаются искусственно недобросовестными чиновниками на местах и зачастую противоречат федеральному законодательству. Максимальному устранению административных барьеров в последние годы уделяется особое внимание, так как их устранение не требует значительных материальных и финансовых затрат, а результативность предпринимательской деятельности существенно возрастает.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Васильчук Е. С.

Е. О. ФУРАЕВА
Ивановский государственный университет

К ВОПРОСУ ОПРЕДЕЛЕНИЯ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА ПРЕДПРИЯТИЕ

Оптимально построенная налоговая система должна, с одной стороны, обеспечивать финансовыми ресурсами потребности государства, а с другой стороны, не только не снижать стимулы налогоплательщика к предпринимательской деятельности, но и обязывать его к постоянному поиску путей повышения эффективности хозяйствования. Поэтому показатель налогового бремени или (налоговой нагрузки) на налогоплательщика является достаточно серьезным измерителем качества налоговой системы страны.

Термин «налоговое бремя» широко распространен в международной практике. Он подразумевает под собой совокупность налогов и сборов с учетом их структуры и абсолютного значения для каждого налогоплательщика. Однако в России он не нашел широкого распространения среди законодателей, определяющих налоговую политику.

Можно утверждать, что в настоящее время единого подхода в отношении методологии определения налоговой нагрузки на микроуровне не существует. Предприятия в таком случае выбирают одну из существующих схем, наиболее подходящую для них. Каждая из них не идеальна, имеет некоторые ограничения и не может быть использована в качестве единой методики для различных субъектов хозяйствования.

Общепринятая методика могла бы позволить предприятиям самостоятельно рассчитывать и оценивать уровень налоговой нагрузки, обосновывать управленческие решения, а также прогнозировать эту нагрузку на перспективу. Предприятия могли бы оптимизировать нагрузку путем применения различных законных методов.

Научный руководитель – ст. преп. Успенская О. И.

А. А. ХОРШУНОВА

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ СОЦИАЛЬНО–ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНДИКАТОРОВ РФ

Развитие экономики любой страны, в том числе и России, должно быть направлено на рост уровня жизни населения страны. Поэтому необходимо проводить мониторинг основных экономических и социальных индикаторов, дающих представление, как о состоянии экономики страны, так и социальной сферы.

Что касается экономических индикаторов, то за период с 2006 г. по 2012 г. ВВП России вырос на 30%, что с учетом довольно высокого уровня инфляции является неплохим результатом. К сожалению, Россия уступает многим развитым странам по уровню ВВП на душу населения, несмотря на все производственные возможности и запасы ресурсов.

Анализируя динамику сельского хозяйства, можно заметить, что оно развивалось невысокими темпами, за рассматриваемый период реальный рост составил лишь 8%. Можно сделать вывод о том, что Россия, имея огромный сельскохозяйственный потенциал, не реализует его в полной мере. Ввод в действие общей площади жилых домов вырос на 30% за период. Грузооборот транспорта вырос за данный период на 6 % и составил в 2012 году - 5,1 трлн. т. км.

Анализ распределения населения по величине среднедушевых денежных доходов показал, что большую часть населения составляет средний класс с доходами от 10 до 45 тыс. руб. – почти 60%. Очень велика доля населения, находящаяся за чертой бедности – 10,9 %. Дефицит денежного дохода составил в 2012 году – 376,4 млрд. руб. Средний размер назначенных пенсий в 2012 г. составил лишь 9041 руб. Численность безработных в 2012 г. сократилась на 20 % по сравнению с 2006 г. и составила 4,1 млн. чел., что является очень высоким показателем.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в социальной сфере России существует немало проблем, которые необходимо решать как можно скорее. Для этого необходимо развивать экономику страны на новой инновационной основе, проводить ее глобальную модернизацию.

Научный руководитель – ст. преп. Успенская О. И.

ИНВЕСТИЦИИ В НЕДВИЖИМОСТЬ

Инвестиции в недвижимость – это долгосрочный проект. Низкая ликвидность, длительное оформление сделки, большие затраты на изменение варианта использования препятствуют быстрому извлечению прибыли на вложенные средства.

Однако недвижимость остается одним из наиболее привлекательных объектов инвестирования. Это связано с быстрым обесцениванием денежных средств, ненадежностью финансовых учреждений, несоответствием банковской ставки уровню инфляции и другими факторами. В этих условиях вложения в недвижимость позволяют не только сохранить свой капитал, но и получить некоторую выгоду.

Наиболее интересными в инвестиционном отношении являются жилые объекты. Высокий и постоянный спрос, доступность этого вида инвестирования, а также четкое определение юридических прав на жилье обеспечивают достаточную ликвидность данных вложений.

На инвестиции в недвижимое имущество также существенное влияние оказывает инфляция. Это влияние неоднозначно. С одной стороны, недвижимость является достаточно надежным объектом для инвестиций, который позволяет не только сохранить средства, но и получать постоянный доход. С другой стороны, растущие темпы инфляции стимулируют вложения средств в такие сферы, как рынок ценных бумаг и другие финансовые институты, обеспечивающие более высокую норму прибыли. При этом для любого направления инвестирования возникает проблема оценки соотношения «доходность-риск», а также определения прогнозируемой эффективности вложений.

Несмотря на все вышесказанное, рынок недвижимости остается привлекательным для инвестиций. Во-первых, он позволяет сохранить контроль над вкладываемыми средствами и осуществлять вложения напрямую, в отличие, например, от фондов прямых инвестиций. Во-вторых, инвестиции в недвижимость – одни из немногих, которые основаны на праве собственности, являющемся гарантией полного комплекса прав в отношении имущества. В-третьих, вложения в недвижимость позволяют с высокой степенью надежности защитить средства от инфляции. В-четвертых, высокий риск длительной не востребованности в данном случае уравновешивается высокой доходностью сделок.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Сорокина Е. В.

А. М. ШИЛОВА

Ивановский государственный университет

О СОСТОЯНИИ И ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СТАНКОСТРОЕНИЯ РФ

Станкостроение относится к числу базовых отраслей машиностроения, от технического состояния которого во многом зависит уровень развития всей российской экономики, поэтому получение прибыли в станкостроении - неперенное условие и цель любого предприятия данной отрасли.

В настоящее время ситуация в станкостроении сложная. Если СССР занимал второе место в мировом рейтинге стран — лидеров в области станкостроения, то Россия занимает место лишь во втором десятке. Это связано с тем, что доставшийся России в наследство от СССР индустриальный задел к настоящему времени сильно обветшал, усилилась конкуренция со стороны зарубежных фирм. На сегодняшний день отрасли необходима мощная поддержка государства, чтобы отечественное станкостроение смогло подняться из руин, особенно после вступления в ВТО.

Усугубил положение кризис 2008г., количество убыточных предприятий, производящих машины и оборудование увеличилось. В 2008г. убыточных предприятий было 24%, а в 2009г. их количество увеличилось практически в 1,5 раза и достигло 34,8%. В 2010г. ситуация стала улучшаться, доля убыточных предприятий снизилась до 28,6%, а в 2011г. до 27,1%. Однако, несмотря на сокращение доли убыточных предприятий, сумма убытка продолжала расти и в 2011г. составила 31 785 млн. руб., что в 1,5 раза больше, чем в 2010г. и лишь в 2012г. ситуация стабилизировалась.

Особенностью станкостроения во всем мире является его низкая рентабельность, а, следовательно, и малая привлекательность для инвесторов. Поддержкой станкостроения в развитых странах занимается государство, оно заинтересовано в развитии высоконаучных отраслей, обеспечении технологической независимости.

В 2011г. в РФ была принята федеральная государственная программа "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности", которая должна способствовать притоку инвестиций, в том числе и в станкостроение, а следовательно, и улучшению положения предприятий.

Научный руководитель – ст. преп. Успенская О. И.

М. Г. ЩАМХАЛОВА

ЦДТТ «Новация» направление «Бизнес-инкубатор»

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Перед тем, как бороться с кризисом, нужно понять, в чем причины его возникновения. Как правило, кризис предприятия вызывается несоответствием его финансово-хозяйственных параметров параметрам окружающей среды. В глубинных причинах разразившегося кризиса лежит много различных факторов. Данные факторы можно разделить на две основные группы: внешние (не зависящие от деятельности предприятия) и внутренние (зависящие от деятельности предприятия).

К внешним факторам возникновения кризиса можно отнести социально-экономические факторы общего развития страны, рост инфляции, нестабильность налоговой системы, нестабильность регулирующего законодательства, рост безработицы, усиление монополизма на рынке, нестабильность валютного рынка.

К внутренним же факторам возникновения кризиса можно отнести: управленческие, высокий уровень коммерческого риска, недостаточное знание конъюнктуры рынка, неэффективный финансовый менеджмент, плохое управление издержками производства, недостаточно качественная система бухгалтерского учета и отчетности, необеспеченность единства предприятия как имущественного комплекса, устаревшие и изношенные основные фонды, низкая производительность труда, высокие энергозатраты.

Как видно из перечисления, причин для возникновения кризисных ситуаций на фирме большое множество. В условиях рыночной экономики, вступления РФ в ВТО, изменения ряда бизнес-процессов из-за ситуации на Украине и иных политических ситуаций, предпринимателю сегодня просто необходимо быть мобильным, способным предвидеть возможный исход принимаемого им решения, а главное научиться грамотно управлять своим предприятием и сотрудниками.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кирьянов А. Е.

Секция
**«АКТУАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
И МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
РЫНКОВ И ПРЕДПРИЯТИЙ»**

А. Н. АМИРХАНЯН

Ивановский государственный университет

ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА РОМАНСКИХ СТРАН

На современном этапе развития мировой экономики около 40% товаров и услуг производятся международными компаниями. Наряду с интеграционными процессами в экономике и политике сохраняется социокультурная дифференциация по странам и группам стран. Данным аспектам в настоящее время уделяется всё большее внимание ввиду интенсивных международных отношений.

В практическом плане проблема оказывается особенно важной, т.к. от правильной организации взаимоотношений между зарубежными контрагентами зависит успех внешнеэкономических проектов. Кроме того для России вопрос особенно актуальный в силу того, что у большинства российских менеджеров отсутствует опыта работы с представителями других культур, а западная модель делового поведения не отличается высокой эффективностью при работе с восточными партнёрами, т.к. не учитывает особенностей менталитета. Один из главных практических вопросов в организации международных контактов компании состоит в том, чтобы систему управления деловыми отношениями зарубежных контрагентов выстроить исходя из особенностей культурной среды стран-партнёров, но используя типологию культур, что позволяет выделить главные «строительные блоки» эффективных взаимоотношений, не углубляясь в детали истории и культуры другого государства.

Наиболее широко в практике международной работы применяется типология культур, предложенная Г.Хофстеде (Нидерланды), в соответствии с которой выделены четыре главных параметра национальной деловой культуры: соотношение индивидуализма и коллективизма, дистанция власти, избежание неопределенности, соотношение мужественности и женственности.

Данная типология выполнена по репрезентативной выборке, а именно охватывает исследование по 40 странам и опрос более чем 100 тыс. специалистов в области международного менеджмента. В соответствии с выделенными критериями можно быстро

идентифицировать специфику делового поведения партнёров, что упрощает проведение подготовительной работы по переговорам.

Так романские страны отличаются индивидуализмом, средней дистанцией во власти, высоким уровнем избегания состояния неопределённости, высокой степенью мужественности в деловом стиле.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Денисова Т. А.

К. В. АННЕНКОВА

Ивановский государственный университет

ВАЖНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

За последние несколько лет интернет коренным образом изменил поведение покупателей в способах поиска товаров и услуг. Согласно статистике 2013 года, уже более 83% потребителей используют интернет как основное справочное средство. Это связано в первую очередь с тем, что поисковые системы дают возможность за очень короткое время сравнить цены, условия доставки, отзывы о фирмах, чтобы человек смог принять решение: у кого ему покупать. Это изменение в потребительском поведении и психологии представляет огромные возможности для компаний малого бизнеса.

Интернет-маркетинг для малого бизнеса включает в себя такие направления как создание интернет сайта, привлечение клиентов на него с помощью маркетинга в поисковых системах (SEM), поисковой оптимизации (SEO), применение прогрессивных техник продажи (upselling, кросс-продажи, клубные льготы), ге-маркетинг. Координация и правильная стратегия в этих направлениях и позволит малому бизнесу увеличить объем продаж и повысить прибыль.

Основным преимуществом интернет-маркетинга перед классическим маркетингом является то, что интернет-маркетинг относительно просто автоматизировать и систематизировать. Вначале необходимо инвестировать определенные средства и потратить немалое время для того, чтобы создать маркетинговую систему. Однако после ее создания она способна работать почти как автомат, продолжая приносить новых клиентов «на автопилоте».

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кирьянов А. Е.

А. В. БАРАШКОВА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТЕКСТИЛЬНЫХ И ШВЕЙНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Проблема конкурентоспособности предприятия становится все более актуальной. Это ее значение возрастает вместе с ужесточением глобальной конкурентной среды.

Конкурентоспособность предприятия – это способность производить высококачественные товары и услуги, эффективно их распределять и продавать как на внешнем, так и на внутреннем рынках, а также разумно использовать свои преимущества в конкурентной борьбе.

В Ивановской области сосредоточено около 60% российских производств, выпускающих хлопчатобумажные ткани и большое число швейных фабрик. Предприятия в год выпускают почти 80 тысяч тонн пряжи – это 40% всего выпуска пряжи в России. Поэтому именно текстильные и швейные предприятия Ивановской области заслуживают особого внимания.

К основным проблемам конкурентоспособности Ивановских предприятий текстильной отрасли можно отнести следующие:

- недостаток оборотных средств предприятий;
- высокий износ оборудования. Около 75% оборудования предприятий отрасли находится в эксплуатации больше 10 лет;
- низкий уровень инновационной и инвестиционной деятельности предприятий отрасли;
- высокая зависимость от импортного сырья;
- дефицит высококвалифицированных кадров;
- низкий уровень освоения в промышленности результатов научных разработок.

В связи с этим, Правительством Российской Федерации и Ивановской области принимаются меры по повышению конкурентоспособности предприятий отрасли.

В «Стратегии развития легкой промышленности России» описываются пилотные инвестиционные проекты по модернизации текстильных и швейных производств и внедрению прогрессивных технологий. Предполагается привлечение инвестиций инвесторов, институтов развития Российской Федерации с участием ОАО «Россельхозбанк» и государственной корпорации «Внешэкономбанк», использование механизма частно-государственного партнерства.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Езерская С. Г.

Д. И. БЕСШАПОШНИКОВА
Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ

Рынок продовольственных товаров имеет большое значение для населения, так как обеспечивает физиологические потребности людей в продуктах питания, укреплении здоровья и активной жизнедеятельности. Поэтому для любого региона важно эффективное его функционирование и развитие здоровой конкуренции.

Среди трех основных неблагоприятных факторов, препятствующих развитию рынка, специалисты отмечают обострение конкуренции, давление розничных сетей и нестабильное законодательство. Естественно, что формирование и развитие рынка продовольствия должно быть основано, прежде всего, на развитии сельскохозяйственном производстве и пищевой промышленности. В пищевой промышленности большой проблемой остается убыточность организаций, высокая степень износа основных фондов и как следствие снижение конкурентоспособности местных товаропроизводителей и их уход с рынка.

Следует отметить, что в условиях чрезмерной открытости отечественной экономики российский рынок продовольственных товаров оказался в сфере активного раздела иностранных аграрных производителей, что негативно сказывается на местных товаропроизводителях. На сегодняшний день удельный вес импорта в общем объеме ресурсов продовольственных товаров по Российской Федерации составляет порядка 30%. При этом наибольший удельный вес импорта приходится на мясо и птицу (47%), а также масло животное (более 50%).

По мнению аналитиков, в перспективе рынок продуктов питания и напитков ждет консолидация, концентрация и снижение темпов роста в основных сегментах. В будущем органический рост, возможно, не сможет обеспечить достижение поставленных акционерами целей по росту, что приведет к усилению внимания к слияниям и поглощениям. Наиболее привлекательными с точки зрения инвестиций будут рынки молочной продукции, напитков и соленых закусок, поскольку они по-прежнему обладают наиболее высоким потенциалом дальнейшего роста и предлагают большие возможности для дальнейшей консолидации и разработки новых видов продуктов.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Васильчук Е. С.

Н. В. БОГДАНОВА, Е. О. ФУРАЕВА
Ивановский государственный университет

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СТИЛЯ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

Интенсивное развитие компаний, ориентированных в своей деятельности на концепцию глобального маркетинга, приводит к тому, что особенности национальных традиций в ведении деловых переговоров становятся более актуальными вопросами практической деятельности в организации эффективного общения между зарубежными контрагентами. Национальный стиль ведения переговоров является весьма консервативной характеристикой деловой среды, т.к. отражает обычаи, традиции, этические стандарты, религиозные убеждения и ряд других факторов. Для представителей культур «высокого контекста» много информации передается невербальной коммуникацией – иерархией, статусом, внешним видом человека, манерами его поведения, условиями проживания и т.д. Также используется много подтекста, и ряд выводов по итогам переговоров считаются очевидными из определённого делового поведения партнёров. В странах с культурой «низкого контекста» основу отношений составляет официальная информация и официальные договорённости. Деловая культура западных стран устроена так, что бизнесмены обращают внимание на каждое слово делового контракта, опираются в разработке деловых соглашений на точные данные и факты. При этом можно обратить внимание на специфику подачи информации в ходе переговорного процесса. Так отмечается, что в Южной Америке деловые люди предпочитают информацию, представленную в форме графиков, таблиц и других наглядных форм представления данных, а не в виде доклада. Существуют и весьма очевидные различия в уровне иерархии лица, принимающего решения. В странах Азии обычно решение принимает главный и самый уважаемый человек. Японцы принимают решения согласованно. Отличия можно выявить и во временных характеристиках подготовительной работы к заключению делового контракта. Китайский стиль ведения деловых переговоров характеризуется четким разграничением отдельных этапов: первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительный этап. В Германии, прежде чем бизнесмен придет к определенному решению, может пройти достаточно много времени, так как немцы тщательно и скрупулезно анализируют всю информацию. Взаимопонимание сторон, достигается легче, если каждая из сторон будет заранее изучать особенности деловой культуры другой страны и принимать во внимание национальные особенности ведения переговоров своих коллег.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Денисова Т. А.

Е. А. ВОРОНИНА

Ивановский государственный университет

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Во многих странах мира сегодня значительная часть информационной деятельности вовлечена в рыночные отношения. С одной стороны, она выступает в качестве одного из важнейших элементов рыночной инфраструктуры по обслуживанию, реализации и развитию подобных отношений, а с другой стороны, как самостоятельный специализированный сектор рынка, на котором предлагаются особые продукты и услуги.

Основными целями исследования являлись: анализ потребностей в использовании электронных систем отчетности; определение направлений совершенствования работы специалистов на рынке информационных услуг, а так же предоставление результатов исследования контролирующим органам, для повышения эффективности реализации документооборота между контролирующими органами и организациями.

В результате маркетингового исследования удалось выяснить, что в настоящее время большинство (порядка 83%) организаций и индивидуальных предпринимателей отчитываются в контролирующие органы с помощью программ электронной отчетности.

По мнению опрошенных респондентов, спрос на программы электронной отчетности всегда высокий, что связано с популяризацией этой формы отчетности и увеличившимся количеством отчетов, которые необходимо сдавать в контролирующие органы.

Порядка 61% респондентов готовы приобретать электронные программы отчетности на сумму, составляющую до 2000 рублей. Это можно объяснить тем, что уровень доходов в Ивановской области и г.Иваново достаточно низкий по стране, поэтому организации вероятнее всего стараются экономить денежные средства. Однако так же необходимо отметить, что порядка 3% готовы платить за покупку программы свыше 5000 тысяч рублей. Это объясняется тем, что данные респонденты ведут в одной программе сразу несколько организаций. Кроме того удалось выявить, что потребители программ при выборе программы, в основном, руководствуются ценой, и только потом определенными характеристиками программ.

Из всех возможностей предлагаемых программами отчетности, наибольшее внимание респондентов заслужила возможность отчитываться во все контролирующие органы, а так же возможность отчитываться в другие регионы России.

Что касается автоматизации электронного документооборота между организациями и контролирующими органами, то порядка 77% позитивно относятся к этой форме документооборота. Но что касается обязательного подключения к таким программам, то большинство респондентов затрудняется ответить на этот вопрос. Это можно аргументировать нежеланием со стороны налогоплательщиков нести дополнительные расходы.

В результате исследования рынка электронного документооборота можно сделать вывод о том, что большинство организаций используют программы электронной отчетности и позитивно к этому относятся, однако цена является важным фактором при покупке такой программы, нежели ее технические составляющие.

А. И. ГАЙНУТДИНОВА
Ивановский государственный университет

ПРОГРАММА ПРОДВИЖЕНИЯ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В настоящее время законы рынка действуют одинаково и на коммерческие организации и на некоммерческие, преследующие высокие социальные цели, поэтому для успешного функционирования на рынке, таким организациям очень важно разрабатывать свою маркетинговую политику.

Под продвижением некоммерческой организации понимается привлечение к ней внимания общества, создание благоприятного имиджа, повышение ее авторитета в обществе, тем самым привлечение всех необходимых ресурсов для реализации наибольшего количества проектов. Для продвижения некоммерческих организаций целесообразно использовать такой инструмент маркетинга как связи с общественностью или PR (public relations). Данный вид продвижения характеризуется невысокими затратами, что очень важно в условиях ограниченности ресурсов в некоммерческих организациях.

Среди основных инструментов PR можно выделить:

1) Мероприятия - выставки, презентации, конкурсы, конференции, которые направлены не только на целевые аудитории, но и на широкую общественность.

2) Выступления представителей организации перед общественностью с пропагандой своих идей и проектов.

3) Новости. Перед специалистами PR стоит задача сформулировать благоприятную информацию о деятельности и перспективах развития предприятия. Составить пресс-релизы, которые затем публикуются в бесплатных печатных изданиях.

4) Публикации – статьи, брошюры, с помощью которых организация передает интересные сообщения целевой аудитории.

Таким образом, используя инструменты маркетинга в своей деятельности, руководитель некоммерческого учреждения получает возможность решать долгосрочные стратегические задачи, осваивать новые направления деятельности, адаптироваться к социально-экономическим условиям.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кирьянов А. Е.

Е. Л. ГРИГОРЬЕВА, А. М. ШИЛОВА
Ивановский государственный университет

ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРЕГОВОРОВ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ДОГОВОРНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Переговоры являются одной из важных форм делового общения и межкультурного взаимодействия в политике, бизнесе, культурном сотрудничестве. В современную эпоху они являются основным средством решения многих актуальных проблем.

Несмотря на самобытность культуры различных стран, под воздействием глобализации международные контакты становятся все более тесными, а практика международных переговоров – все более интенсивной. Успешность деловых переговоров порой во многом зависит от обстановки их проведения, правильного позиционирования себя сторонами, достойной организации переговоров, в том числе их неофициального продолжения, способствующее развитию деловых отношений. Поэтому все большую актуальность приобретают вопросы, касающиеся не только официальной части переговоров, но и основных составляющих неофициальной встречи.

Международный опыт показывает, что эффективность переговоров зачастую зависит от подготовительной стадии. При подготовке переговоров необходимо акцентировать внимание не только на содержании проекта контракта и профессиональных вопросах, но и на вопросах, обеспечивающих условия для лучшего понимания между партнёрами разных стран. В деловой сфере существуют как общие правила этикета, присущие всем странам без исключения, так и специфические, отражающие особенности отдельной страны. У них могут быть разные ожидания в отношении таких вопросов как где можно проводить переговоры, какая обстановка наиболее уместна, какие темы можно затрагивать при разговоре, что следует подавать к столу, что подарить хозяйке дома, если получили приглашение. Так, культурная среда Запада и Востока имеет существенные отличия. Особенности этих типов деловых культур имеют исторические, религиозные и общекультурные предпосылки.

Следовательно, успех будущих переговоров во многом зависит от знания особенностей культуры, традиций страны партнера, поэтому все участники будущих переговоров должны быть хорошо подготовлены к ним, что поможет расположить партнера к сотрудничеству, произвести на него положительное впечатление.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Денисова Т. А.

Д. С. ГОЛОВКИН

Ивановский государственный университет

НЕОБХОДИМОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ВИДОВ РЕКЛАМЫ

В нашем исследовании рассматривается актуальность и необходимость использования альтернативной рекламы. Следует отметить, что у традиционной рекламы есть некоторые минусы. Во-первых, реклама на ТВ, радио и в печати очень дорогая. Во-вторых, многие товары имеют узкий круг покупателей, и, используя традиционные каналы продвижения, мы распыляем ресурсы, зачастую не достигая целевой аудитории. Кроме того, большая часть информации пропускается мимо глаз и не воспринимается современным потребителем, ведь на него обрушивается шквал из рекламных обращений.

Сейчас нужно более эффективно воздействовать на потребителя, что можно сделать посредством использования нестандартной рекламы. Хотя в нашей стране этот вид рекламы появился сравнительно недавно, порядка 10-15 лет назад, за рубежом он используется более 100 лет, и уже сформировалась классификация альтернативной рекламы.

Нестандартную рекламу можно сгруппировать по различным признакам. Во-первых, по месту встречи с потребителем: реклама в общественном месте, в транспорте, на улице, в магазине, на отдыхе, дома, в месте учебы, работы и т.д. Во-вторых, по средствам передачи: реклама на транспорте, реклама на зданиях, реклама на теле человека, в прессе, в Интернете, флэш-мобы. Эта классификация не окончательна, ведь сейчас постоянно появляются новые идеи по размещению нестандартной рекламы.

Применение нестандартной рекламы также связано с несколькими ограничениями. Во-первых, ее использование требует тщательного планирования и разработки как самого рекламного сообщения, так и места размещения рекламы, времени, средств передачи. Во-вторых, у такой рекламы узкая область применения, т.к. ее можно использовать не во всех сферах деятельности и не во всех отраслях экономики. Ее эффективное действие ограничивается товарами широкого потребления и услугами для населения, а также ее действенность неоспорима в социальной рекламе, в рекламе территорий, различных мест.

Научный руководитель – д-р. экон. наук, профессор Ибрагимова Р. С.

А. В. ЕГОРОВА

Ивановский государственный университет

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ РЕГИОНА

В процессе развития рыночных отношений важное место стал занимать покупатель, а не производитель. В связи с этим появилась необходимость изучения поведения покупателей, степени вовлеченности отдельных групп потребителей в принятие решений о покупке, а также понимание самого механизма принятия решения о покупке и тех факторов, которые могут оказывать на него влияние.

В последнее время активно продвигается культ здорового образа жизни, правильного питания, что также нашло отражение в

изменении поведения покупателей. Так, например, потребление овощей и бахчевых к 2012 году выросло на 2,1 кг на человека в месяц, фруктов и ягод – на 1,5 кг, рыбных продуктов – на 0,2 кг. В тоже время снизилось потребление сахара и кондитерских изделий – на 0,3 кг и масла растительного – на 0,3кг на человека в месяц.

На выбор тех или иных продуктов питания при совершении покупки влияет такой фактор как уровень дохода потребителя. Потребительские расходы в среднем на члена ДХ с 2008 года постепенно увеличиваются, при этом следует отметить, что чем выше уровень доходов у населения, тем более быстрыми темпами растут их расходы на товары. Например, темпы роста расходов на продукты питания ДХ, входящих в 1 дециль и 10 дециль за период с 2008 по 2012 годы, в первой группе прирост составил 62%, а во второй - 88%.

Однако, как показал анализ расходов на покупку продуктов, объем потребления напрямую не влияет на общую сумму затрат при приобретении данных продуктов питания. Так, например в 2012 году ДХ 10-го дециля израсходовали 770,5 рублей в месяц на покупку хлеба при потреблении 7,3 кг на человека, а ДХ 1-го дециля истратили 335,4 рублей при потреблении – 7,8 кг на человека.

Данный факт говорит о том, что потребители с высоким уровнем доходов склонны покупать более дорогостоящие товары, которые, по их мнению, являются более качественными. Таким образом, выявленные тенденции и закономерности на рынке потребительских товаров Ивановской области могут быть полезны при разработке продуктовой политики фирмы, определению направлений ее деятельности и лучшему удовлетворению потребностей покупателей.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Васильчук Е. С.

Ю. А. ЕГОРОВА
Ивановский государственный университет

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Розничная торговля определяется как один из видов деятельности в предпринимательстве, основанный на продаже или перепродаже товаров населению для личного потребления или использования в домашнем хозяйстве.

Розничная торговля занимает одно из лидирующих мест в экономике, так на ее долю приходится наибольшая численность занятых в экономике - 18,2 %, ее оборот растет из года в год и в 2013 году составил 23 трлн. 668,4 млрд. руб., рост на 3,9%. Она также является одной из самых эффективных отраслей по таким показателям как основные фонды, инвестиции, занятость и рентабельность.

Динамика оборота розничной торговли Ивановской области за имеет стабильно устойчивую тенденцию к росту, и в 2013 году он составил 131997,4 млрд. руб., это объясняется увеличением пенсионных выплат и притоком денежных средств из соседних регионов, жители которых приезжают в крупные торговые центры. Обеспеченность населения области торговыми площадями увеличилась с 480 м² на 1000 жителей (в 2008 г.) до 701 м² (в 2013 г.) при нормативе обеспеченности 413 м², эта ситуация характерна и для близлежащих областей. Сейчас на российском рынке розничной торговли наблюдается высокая конкуренция между торговыми сетями. Это объясняется следующим: экономия на масштабах; узнаваемость бренда; унификация бизнес процессов. Минусы: сложная система управления и слабая способность к изменениям, неудача на отдельном объекте сказывается на работе всей сети.

На территории Ивановской области действует 5046 магазинов розничной торговли из них 1520 магазинов (30%) являются сетевыми и их оборот составляет 21,6%, от всего розничного оборота, в рейтинге регионов область занимает 34 место. На рынке представлены местные сети (64%) - "Купец", "Экстра", "Как Раз" и др., а так же федеральные и региональные "Магнит", "Пятерочка", "Перекресток", "Бимарт" и др.

Отметим, что в структуре товарооборота в 2013 году наметилась негативная тенденция - замедление темпов роста непродовольственных товаров (48,9%), т.к. инфляционные ожидания сдерживают потребительскую активность населения.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Езерская С. Г.

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕГОВОРНОГО ПРОЦЕССА ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ ДОГОВОРАМ НА БЛИЖНЕМ ВОСТОКЕ И ЕВРОПЕ

В связи с расширением международных связей российских фирм с партнёрами европейских стран и желанием многих российских компаний освоить зарубежные рынки на Ближнем Востоке и Европе, завоевать лидерские позиции на этих рынках, важно учесть в переговорном процессе специфику деловой этики стран различных социокультурных регионов.

При установлении деловых контактов с арабскими партнёрами обязательно следует учитывать то, что их этические нормы во многом отличны от европейских. В связи с этим возникает необходимость особого внимания к вопросам эффективной организации переговорного процесса.

Сопоставление национальных особенностей Европейских и Ближневосточных стран позволило в рамках проведённого исследования выявить ряд особенностей, определяющих явные различия в стиле ведения деловых переговоров. Первый аспект различий между двумя культурами состоит в отношении ко времени, как к ограниченному ресурсу: в арабских странах в порядке вещей, если люди ожидают делового партнера в течение часа и более, что порой раздражает представителей западной культуры.

Второй аспект, заключается в отношении к личной свободе: арабы предпочитают выражать коллективную точку зрения, а представители европейских стран, напротив, переговоры с собеседником ведут индивидуально или в составе небольших групп.

Третий аспект, заключается в отношении доверия к партнёру: арабский стиль ведения коммерческих переговоров предполагает установление большего доверия между партнерами, чем принято у европейцев. Четвёртый аспект, состоит в отношении открытости: гостеприимство считается одной из основных черт жителей арабских стран, а в европейских странах, напротив, быть приглашённым на ужин своим деловым партнёром считается исключительной честью.

В соответствии с традициями, существующими в арабской деловой культуре, здесь можно добиться успеха только, проявляя искренний интерес к ним и их близким, используя похвалу и комплименты, уважая их национальные и религиозные чувства.

Научный руководитель – канд. экон. наук., доцент Денисова Т. А.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТЕКСТИЛЬНОГО И ШВЕЙНОГО ПРОИЗВОДСТВА ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Опыт экономически развитых стран современного мира со всей очевидностью доказывает необходимость наличия в любой национальной экономике высокоразвитого и эффективного сектора легкой промышленности, который является той движущей силой, которая ведет за собой экономическое и социальное развитие. Экономическая целесообразность, налаженные технологии производства, быстрая территориальная мобильность и транспортировка, потребительский спрос делают легкую промышленность необходимой в современном постиндустриальном обществе. Приведенные характеристики в полной мере соответствуют также текстильному и швейному производству, на долю которых приходится более 25 % ВРП Ивановской области, а общие налоговые поступления в бюджетную систему Российской Федерации от предприятий текстильного и швейного производств составляют примерно 15% от платежей всех промышленных предприятий области.

При всей значимости данных видов деятельности для экономики региона к настоящему времени выделяется ряд проблем, решение которых позволит использовать в полном объеме отраслевые преимущества и обеспечит положительную экономическую динамику. Наиболее серьезной проблемой является сырьевое обеспечение текстильной промышленности.

В настоящее время для производства ткани в Ивановской области и за рубежом используются разнообразные виды волокон, а именно: натуральные волокна (хлопок, лен, шелк, шерсть, вискоза); разные типы синтетических волокон. Поэтому целесообразно выделить два направления решения проблемы сырьевого обеспечения производства.

Перспективным направлением развития является изменение структуры производства текстильной промышленности, уменьшение доли хлопчатобумажной и повышение доли льняной продукции.

Второе направление – развитие рынка синтетики. Строительство на территории Российской Федерации (в идеале на территории Ивановской области) завода по производству химических волокон для текстильной промышленности, решает проблему сырьевого обеспечения предприятий области.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Сорокина Е. В.

ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ С ЯПОНЦАМИ

Япония – ближайший сосед России, с которым обсуждаются не только вопросы торгового сотрудничества, но и острые политические проблемы. Для продуктивного диалога с Японией необходимо изучить специфику ведения переговоров с представителями данной страны. Проведенное исследование позволило выявить некоторые важные особенности. Переговорная тактика японцев и их деловое общение основаны на предельной точности и обязательности. Уровень иерархии в принятии решений является высоким, а степень индивидуализма – низкой. Японцы чтят свою культуру, ценят в партнерах стремление изучать японский язык, традиции. Также надо иметь в виду, что женщина-бизнесмен не воспринимается серьезным деловым партнером. Кроме того, нужно помнить о том, что существует три "нет" японской деловой этики: нельзя приходить на встречу без визитных карточек, нельзя не иметь материалов о своей компании и своем предложении, нельзя отклоняться от протокола в одежде и внешнем виде. Процесс переговоров с японскими партнёрами должен соответствовать некоторым «неписаным правилам». Так, японцы придают большое значение и тому, чтобы переговоры велись между людьми, имеющими равное положение в политическом и деловом мире, поэтому еще до начала переговоров тщательно выясняют уровни представительства их участников. Диалог с представителями данной нации проходит в медленном темпе. Японцы никогда не начинают переговоры с обсуждения главного вопроса повестки дня: к нему они подходят постепенно. При неофициальной встрече не стоит дарить цветы, т.к. их, как правило, дарят больным. Также подарок не должен быть рекламой вашей фирмы. Стиль одежды в японском деловом мире весьма консервативен. Стремление к унификации, желание не выделяться в одежде здесь очень ощутимы. Поэтому к встрече с японскими партнёрами следует обстоятельно подготовить подробные деловые отчеты, максимум возможной информации о компании, в ходе встречи строго соблюдать деловой этикет, точность формулировок и высказываний. И кроме того важно соответствовать тем добродетелям, которые особенно ценятся в японской деловой среде: дисциплинированность, обязательность, умение работать в команде, вежливость, аккуратность, самообладание, адекватная коммуникабельность, верность своей фирме, почитание традиций и др.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Денисова Т. А.

А. М. ЗАХАРОВ

ЦДТТ «Новация» направление «Бизнеса-инкубатор»

РОЛЬ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Понятие «Конкурентная разведка» широко используется в работе финансистов и экономистов.

Считается, что это работа по сбору средств информации конкурента, будь это фирма, или конкретный человек. В широком смысле «конкурентная разведка» понимается как особый вид информационно-аналитической работы, позволяющий собирать обширнейшую информацию о юридических и физических лицах без применения специфических методов оперативно-розыскной деятельности, являющихся исключительной прерогативой государственных правоохранительных органов и спецслужб.

Результаты конкурентной разведки выражаются в первую очередь в финансовых показателях. Рассмотрим несколько примеров, когда конкурентная разведка может сыграть ключевую роль в жизни предприятия:

1. Опережение конкурентов в тендерах.
2. Оценка потенциальных рисков и благоприятных возможностей при инвестициях.
3. Опережение шагов конкурентов в рамках маркетинговых кампаний с помощью продуманных упреждающих действий, выработанных на основе данных, предоставленных конкурентной разведкой.
4. Получение выгод от слияний и поглощений. Как правило, возможности слияний и поглощений выявляются конкурентной разведкой и, если бы не её работа, они могли бы остаться незамеченными. Это особенно важно в высокотехнологичных отраслях.
5. Раннее предупреждение о появлении нового конкурента, новой технологии, нового канала сбыта.
6. Выявление «как выглядит компания со стороны» (например с точки зрения клиентов, конкурентов, госорганов).
7. Выявление каналов утечки информации.
8. Оказание влияния на информационное поле вокруг компании.

Важно отметить также, что при постоянной работе конкурентной разведки фирма может получить гораздо больше выгоды и преимущества в различных областях бизнеса.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кирьянов А. Е.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОСЧЕТЫ ОАО «ПСК», СДЕРЖИВАЮЩИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ РЫНКЕ ЭКСКАВАТОРОВ

Как известно, доля строительства в ВВП РФ составляет 5,58% на 31.01.2014 (3722,9 млрд. руб.). Оценивая тенденции последних лет, его доля с каждым годом растет, что вызывает потребность экономики РФ в строительных мощностях: как инструментов, так и техники. На конец 2012г. емкость отечественного рынка гусеничных экскаваторов составила 4373 единицы техники, из которых 98% - иностранные экскаваторы. Этот показатель по сравнению с предыдущим годом вырос на 2 п.п., что является свидетельством крайне низкой производительности наших заводов, слабой государственной защите данной отрасли. Наряду с низкими показателями производительности следует отметить слабую маркетинговую компанию продукции российских производителей. Экскаваторы марок Hyundai, Hitachi, Liebherr гораздо более известны, чем продукция компаний ОАО «ПСК» (КРАНЕКС) или ОАО «Тверской экскаватор». Это свидетельствует об информационной неосведомленности, которая и возникает ввиду слабой маркетинговой стратегии. Есть несколько причин подобного развития событий: 1) нехватка финансирования маркетинговой деятельности (так на 2013 год ОАО «ПСК» на осуществление маркетинговой и рекламной деятельности было выделено 2 млн. руб, в то время как компания Hyundai тратит на маркетинг одной лишь ветки тяжелой техники несколько миллионов евро); 2) недостаточное взаимодействие с государственными структурами. Большая доля гос. заказов направлена на зарубежную технику; 3) недостаточное внимание к маркетингу со стороны руководства заводов, чье внимание, в основном, направлено на продукт, а не на конечного потребителя. 4) Нацеленность одновременно на зарубежный и отечественный рынок, что не позволяет проводить эффективную маркетинговую кампанию ни на том, ни на другом рынках.

Главным недостатком отечественных производителей является то, что они не придают должного внимания маркетинговой деятельности, хотя именно от нее зависит увеличение объемов продаж техники и получению шансов для дальнейшего развития предприятия. На данный момент выходом из данной ситуации является ориентация российских предприятий строго на внутренний рынок и внутреннего потребителя при защите производителя государством путем введения квот на поставки зарубежной техники. Но начинать стоит с пересмотра внутренней маркетинговой политики внутри каждого предприятия.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Смирнова Л. А.

М. В. КАЛАЙЧЕВ

Ивановский государственный университет

ПОЛЬЗА ОТ СПОНСОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «МЕГАФОН»

Немаловажную роль в лидерстве любой компании играет позитивное отношение к ней клиентов. Обратимся к опыту спонсорской деятельности компании МегаФон.

Мы нашли много примеров подтверждающих, что МегаФон реализует множество крупных спонсорских проектов. Самый яркий за последнее время - поддержка олимпийских игр в Сочи.

Другой пример, который стоило бы отметить, это спонсорство четырёх национальных сборных России в трёх видах спорта в футболе, хоккее, биатлоне.

В современном мире становятся крупнее не только компании, но и их бюджеты. Следовательно, компании могут позволить себе траты на нужды общества. Понятно, что при этом общество получает реальную пользу. Современные руководители компаний всё чаще делают вывод, что главная цель современной компании заключается не только в достижении высоких финансовых показателей. Например, руководство МегаФона считает, что компания должна осознавать свою ответственность перед обществом. МегаФон стремится приносить пользу людям, делать их счастливее.

У спонсорской деятельности есть и другая сторона, связанная с ростом прибыли компании. Спонсорские вклады, особенно в популярные среди целевой аудитории проекты повышает имидж компании. В свою очередь имидж воздействует на покупателей, в момент совершения покупки, и увеличивает спрос на продукцию. Следовательно, с увеличением спроса растёт и прибыль компании.

Таким образом, правильно построенная спонсорская деятельность приносит выгоду компании и пользу всему обществу.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кирьянов А. Е.

А. Е. КИРЬЯНОВ

Ивановский государственный университет

ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА И КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

На сегодняшний день написано много книг, статей, научных работ по маркетинговым дисциплинам. Маркетинг стал целой научной отраслью со своими школами и подходами. И, как любая наука, маркетинг начал отдаляться от реальной жизни.

Выходя из вуза, маркетолог сталкивается с тем, что те основы, приемы, методы и инструменты, которые он изучил, не то что «устарели», а уже активно используются конкурентами. В маркетинге, как известно, если ты не уникален, то тебе сложнее позиционировать продукт. Вместе с тем, тот инструментарий, который находится в руках выпускника, легко «читается» специалистами фирм-конкурентов, что позволяет прогнозировать действия его и его компании.

Бесспорно, изучать основы маркетинга, его основные методы, приемы и инструментарий необходимо. В популярном афоризме говорится «Сначала научитесь играть по правилам. Затем играйте не по правилам. Затем создавайте свои правила». Следуя этой логике, не стоит отталкивать изученное, следует придумывать свое, адаптируя интересные техники и инструменты для своего бизнеса.

Выше сказанное особенно актуально для малого и среднего бизнеса, который не обладает огромными рекламными и маркетинговыми бюджетами, но желает получать полезную информацию, проводить результативную коммуникационную политику.

Если фирма будет действовать креативно, непредсказуемо для конкурентов, то она, возможно, станет лидером в той нише, которую выбрала для себя.

Оптимально работа маркетолога в фирме должна соответствовать следующему принципу: «Не следуй трендам, создавай тренд!».

НЕОБХОДИМОСТЬ ИЗМЕРЕНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПОДХОДЫ К ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКЕ

В эпоху экономики знаний нематериальные капитал – навыки персонала, интеллектуальная собственность, репутация, бренд, бизнес-процессы, деловые связи и инновационный потенциал – составляют значительную часть стоимости любой фирмы. Однако большинство руководителей, оценивая стоимость бизнеса, продолжают ориентироваться на оценку одних только материальных активов. При всей важности такой оценки она не может дать полного представления о бизнесе, так как на долю материальных активов приходится лишь 30% стоимости большинства компаний.

Ограниченность такого подхода особенно очевидна в отношении тех современных компаний, которые превратились в настоящие “фабрики знаний”. Руководители большинства фирм, однако, не только не отдают себе отчета в том, какими нематериальными активами они обладают, но даже не представляют, что входит в состав таких активов.

Совет по международным стандартам оценки все методы измерения нематериального капитала относят к одному из трех фундаментальных подходов к оценке, которые в той или иной мере опираются на рыночную информацию:

- сравнительный подход;
- доходный подход;
- затратный подход.

Выбор подхода зависит от целей и базы оценки.

Оценка нематериального капитала необходима для различных целей, в частности следующих:

- 1) слияние, поглощение и приобретение компаний или долей в них;
- 2) приобретение или продажа нематериальных активов;
- 3) составление отчетности для налоговых органов;
- 4) судебные разбирательства;
- 5) подготовка финансовой отчетности;
- 6) привлечение инвестиций.

Целесообразным вариантом может быть рассмотрение более чем одного подходов к оценке, внутри которых также могут использоваться различные методы.

Т. О. МАРКОВА

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ МУЖСКИХ КОСТЮМОВ В ГОРОДЕ ИВАНОВЕ

В данном исследовании рассматривались основные конкуренты на рынке мужских костюмов в городе Иваново: «AIVENGO», «VALENTI», «LANCELOT» и «LEXMER». Источниками информации служили опросы реальных и потенциальных покупателей (мужчин в возрасте примерно от 18 до 50 лет в тц «Евролэнд», «Серебряный город» и «Тополь»), работников компаний. Анализ конкуренции происходил по этапам, на первом из которых кратко рассматривалось каждое швейное предприятие.

На втором этапе были определены основные цели компаний. «AIVENGO» - увеличение прибыли, повышение качества продукции и расширение ассортимента. Цель «VALENTI» - стать лидером российского рынка мужских костюмов в эконо-сегменте. «LANCELOT» - занять в отрасли лидирующее положение. «LEXMER» - развитие производства продукции стабильно высокого качества.

На третьем этапе была произведена оценка текущих стратегий конкурентов. Исходя из двух оценочных таблиц, в которых была систематизирована информация, полученная на основе наблюдений, сильные стороны «AIVENGO» - качество продукции, широкий ассортимент, слабые - кадровая политика и уровень цен. «VALENTI» лидирует по уровню цен и кадровой политике, но занимает малую долю рынка и уступает по качеству продукции. «LANCELOT» имеет узкий ассортимент, но обладает преимуществом в областях кадровой политики и качества продукции. Лидер по системе скидок – компания «LEXMER», хотя отстает по числу торговых марок и уровню цен.

Четвертый этап представлен в виде оценочной таблицы возможностей швейных предприятий. Лидирует «LEXMER».

На пятом этапе представлен прогноз будущих стратегий данных конкурентов. В результате можно сделать вывод, что техническая вооруженность всех предприятий-конкурентов в краткосрочном периоде, скорее всего, не изменится, а в долгосрочном подобное явление будет наблюдаться с большей вероятностью у компании «LANCELOT».

Таким образом, проведенный анализ позволил грамотно оценить положение основных конкурентов на рынке мужских костюмов, выявил их сильные и слабые стороны и возможности развития.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Езерская С. Г.

Е. И. МОРОЗОВА
Ивановский государственный университет

ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА КАК САМЫЙ ПОПУЛЯРНЫЙ СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

В 21 веке технологии развиваются быстрыми темпами, и уже почти все пользуются интернетом у себя дома, в местах, где есть Wi-Fi, мобильным интернетом и т.д. И даже то поколение, которое жило раньше без интернета, начинают пользоваться этими услугами. Пользователей становится все больше, а интернет-реклама все популярнее. Ежедневно мы «встречаем» всевозможные баннеры, которые сообщают нам об интересных предложениях фирм (например, используется онлайн-магазином «ASOS» в социальной сети «ВКонтакте» или российскими авиалиниями «Аэрофлот»). Этот вид рекламы является даже дешевле, чем, например, наружная реклама в городе.

Также сейчас становятся популярными интернет-магазины, через которые можно заказать продукты, одежду, обувь, технику и т.д., и данному виду торговли особенно помогает интернет-реклама, которая позволяет не только проинформировать потенциальных покупателей об акциях, новых предложениях, но и перейти на сайт компании, что увеличивает прямые продажи.

Выше сказанное дает повод думать, что в ближайшем будущем интернет-реклама станет основным способом продвижения товара, т. к. все большее количество людей проводят свободное время в интернете, а, не читая газеты или смотря телевизор, всю информацию находят в этой глобальной сети.

В качестве рекомендации можно добавить, что фирмам следует больше обращать внимание на данный вид продвижения для увеличения продаж.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кирьянов А. Е.

Е. С. НИКИТИНА
Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РФ

Сегодня потребительское кредитование физических лиц является наиболее прибыльным сегментом розничного бизнеса, а для клиента – наиболее доступным. Спрос на кэш-кредиты будет увеличиваться, но в недавнем времени ситуация начала меняться, рост рынка снижается, некоторые аналитики прогнозируют отрицательную динамику развития в будущем. Одной из основных проблем кредитования всегда будет проблема невозврата полученного кредита, связанная с просчетами человека в своих возможностях при возврате кредита, нарастанию процентов по просрочке или преднамеренно, когда кредит не планировался выплачиваться. Для того, чтобы покрыть риски невозврата кредитов, банки повышают процентные ставки по кредитам, и в наступившем году они будут увеличиваться.

В более длительной перспективе проценты по кредитам начнут снижаться. Этому будет способствовать рост количества постоянных клиентов. Им доверяют банки, следовательно, могут выдавать им кредиты под проценты без учета дополнительных рисков. На основе 2013 года финансисты сделали вывод, что у потребительских кредитов есть перспективы. За минувший год 30 процентов населения страны оформили кредиты.

Для снижения рисков всей системы банков Центробанк РФ нацелен сократить рост потребительских кредитов примерно на 20 процентов. Так как при неограниченном росте необеспеченных кредитов, значительно увеличивается и процент задолженности. Центробанк планирует ввести следующие меры: изменение требований к формированию резервов по вероятным потерям; сделать более строгий расчет капитала. Перечисленные меры довольно результативны, это доказал уже 2013 год. Согласно поправкам к закону «О потребительском кредитовании», Центробанк России вправе считать средние ставки по займам, а также определять возможное отклонение в 30%. Важным критерием, влияющим на процентную ставку, является прослеживание четкой закономерности между качеством оформляемых кредитов и процентной ставкой по потребительскому кредитованию. Чтобы уменьшить процентную ставку, необходимо совершенствовать систему контроля и проверки добросовестности клиентов, которым выдаются потребительские кредиты.

Научный руководитель: ст. преп. М. С. Куранов

ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К БЕЗАЛКОГОЛЬНЫМ ГАЗИРОВАННЫМ НАПИТКАМ В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Сегмент безалкогольных напитков составляет третью часть общемирового рынка напитков. Но в последние годы темпы роста продаж газированных безалкогольных напитков заметно отстают от аналогичных показателей в других категориях безалкогольных напитков, в частности соков или минеральной и питьевой воды. Категория газированных напитков включает безалкогольные напитки, содержащие углекислый газ, подслащенные и/или с добавлением консервантов напитки на основе колы, лимонады и фруктовые газированные напитки, спортивные напитки, а также квасы. На всем рынке безалкогольных напитков сегмент сладких газированных напитков является наиболее емким. При этом, несмотря на хорошие продажи на рынке газированных безалкогольных напитков по-прежнему наблюдается очень низкая доля канала on-trade (то есть продажи продукции через предприятия HoReCa). По этим причинам компания ООО «ИвТрансБалт» решила провести маркетинговое исследование. Его результаты позволили сделать следующие выводы:

1. 77% опрошенных потребителей употребляют газированные безалкогольные напитки. Это индикатор достаточно высокого спроса на эти напитки, учитывая тот факт, что многие потребители воспринимают безалкогольные газированные напитки как напитки типа Coca-Cola и Pepsi и не учитывают при этом квас и минеральную воду.

2. Рынок безалкогольных газированных напитков не насыщен. 33% респондентов ответили, что до сих пор не нашли идеально подходящий для них напиток. Значит, есть возможность вывести на рынок новый товар, который мог бы найти своего покупателя.

3. При этом наиболее важной характеристикой при выборе напитка является состав из натуральных компонентов, на втором месте – бренд, на третьем – удобный объем упаковки.

4. Главными недостатками безалкогольных газированных напитков потребители считают наличие красителей и консервантов, изменение со временем вкусовых качеств, редкость проведения акций.

Результаты исследования свидетельствуют, что рынок безалкогольных газированных напитков в ближайшие годы останется стабильным, поэтому можно с уверенностью выводить новый продукт на рынок, учитывая потребности респондентов.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Рухманова Н. А.

А. С. РЕШЕТИЛОВА
Ивановский государственный университет

ВЫБОР СОСТАВЛЯЮЩИХ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ НОВОЙ ТОРГОВОЙ ФИРМЫ

Выбор комбинации способов продвижения фирмы на рынке полностью зависит от целей, задач и специфики компании. В литературе представлено много различных взглядов на составляющие комплекса маркетинговых коммуникаций.

В самый узкий спектр составляющих представлен рекламой и стимулированием сбыта, а наиболее широкий включает еще и связи с общественностью, личные продажи, спонсорство, прямой маркетинг, продукт-плейсмент и выставочные мероприятия.

Рассмотрев все многообразие элементов системы маркетинговых коммуникаций, следует отметить, что каждый из них направлен на решение конкретных задач побуждения к определенному маркетинговому выбору или отражающий уже состоявшийся выбор субъекта или группы субъектов маркетинговых решений. Поэтому, выбирая, какие составляющие комплекса маркетинговых коммуникаций следует применять при выходе новой торговой фирмы на рынок, следует уделить особое внимание рассмотрению следующих элементов:

1. Реклама – это любая платная форма неличного представления организации, товара, услуги или идеи от имени конкретного спонсора.
2. Связи с общественностью (PR – от англ. Public Relations) – это элемент маркетинговых, призванный оказывать влияние на мнение потребителей, потенциальных клиентов, акционеров, поставщиков, сотрудников и других заинтересованных групп о компании и ее товарах и услугах.
3. Стимулирование сбыта – это краткосрочные меры поощрения покупки товара или услуги.
4. Личная продажа – это двусторонний поток коммуникации между покупателем и продавцом, призванный повлиять на решение о покупке, принимаемое отдельным человеком или группой лиц.

Однако следует сказать, что коммуникации не ограничиваются только этими конкретными инструментами. Расположение магазина, стиль его оформления, ценовая политика – все это несет определенную информацию о предлагаемых им товарах и услугах для покупателя.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Ибрагимова Р. С.

К. И. СИМБИРЦЕВА
Ивановский государственный университет

ЛИЧНЫЕ ПРОДАЖИ КАК ЭЛЕМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

В последнее время в России наблюдается рост внимания к личным продажам. Данный факт довольно очевиден, так как именно продажи способны обеспечить устойчивое развитие предприятия, а так же обеспечить его конкурентоспособность.

Личной продажей является любая активная деятельность, которая направлена на вовлечение в коммуникацию возможных и реальных покупателей товара, а так же на получение обратной связи и информации с ориентацией на долговременные отношения.

На данный момент времени, для России характерна ситуация, когда личные продажи воспринимаются, как необходимость общения с покупателем. Но ведь ключом коммуникации, взаимодействия, продажи должно быть все, что окружает человека. И как раз именно продавцу под силу образовать подобную обстановку.

Эффективность продаж зависит, в первую очередь, от торгового агента. Таким образом, для увеличения объема продаж, совершенствуя процесс личной продажи, необходимо уделить должное внимание отбору и обучению торговых агентов.

Предлагается проводить отбор торговых агентов в несколько этапов:

1. Сбор – резюме.
2. Блиц – знакомство.
3. Имитация продаж.
4. Полевые испытания.

Прохождение каждого из отборочных этапов включает выполнение определенного набора заданий.

После проведенного отбора торгового агента компании, необходимо провести обучение новых представителей. Для этого целесообразно составить план обучения для новых менеджеров.

Кроме того, повысить эффективность личных продаж компании, может прохождение различных тренингов. Например, тренинг по продажам. Задача которого сводится к тому, чтобы отработать навык оказываемого воздействия на клиента до такой степени, чтобы они захотели и смогли перенести новое поведение из «класса» на «рабочее место».

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кирьянов А. Е.

АНАЛИЗ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РОЗНИЧНОГО РЫНКА НЕФТЕПРОДУКТОВ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Использование нефти и нефтепродуктов в качестве сырья для химической промышленности неуклонно растет, что, как известно, экономически более оправдано и эффективно по сравнению с прямым энергетическим использованием углеводородов.

С начала 90-х годов, ситуация на российском рынке нефтепродуктов во многом определяется деятельностью крупных вертикально-интегрированных нефтяных компаний (ВИНК). Устойчиво формируется тенденция создания олигопольных рынков, где основную долю на рынке занимают две-три нефтяные компании, что негативно отражается на независимых конкурентах и потребителях.

С целью выявления и изучения предпочтений потребителей ГСМ, установления средних норм потребления ГСМ, перспектив и направлений развития безналичных систем обслуживания, а также сравнение качества и уровня обслуживания в Ивановской области с соседними областями было проведено маркетинговое исследование потребителей ГСМ Ивановской области. Исследование было только письменное. Основными респондентами оказались служащие банков, индивидуальные предприниматели, студенты ВУЗов вечернего обучения, руководители среднего звена государственных организаций.

Опрос показал, что в целом уровень потребления моторного топлива в Ивановской области в основном зависит от места проживания, типа автомобиля владельца (легковой или грузовой) и от цен на моторное топливо непосредственно.

Уровень обслуживания, а также качество моторного топлива в Ивановской области, по мнению большей доли респондентов, ничем не отличается от соседних областей. По анкетным данным можно сделать вывод, что реклама моторного топлива и других новинок нефтепродуктов осуществляется очень вяло, так как более 90% опрошенных предпочитают привычный продукт. Однако нельзя утверждать, что Ивановский рынок нефтепродуктов является ненасыщенным – более 60% считает розничный выбор ГСМ Ивановской области более чем достаточным.

Основную долю респондентов составляют служащие и специалисты с уровнем доходов до 20 тыс. руб., этим можно объяснить тот факт, что только 41% участников опроса не изменят своего уровня потребления моторного топлива при повышении цены на него в 2 раза. Это же объясняет предпочтение автовладельцев покупать моторное топливо вида АИ-92 (53%) в виду относительно низкой цены.

Как показал анализ анкетирования, система безналичного обслуживания пока не удовлетворительная в Ивановской области, а также предлагается не на всех АЗС. Основным критерием при выборе СБО является наличие скидок, а скорость и качество обслуживания отметили незначительное количество респондентов.

Д. Е. СОБАКИНСКИХ
Ивановский государственный университет

ЛОКАЛИЗАЦИЯ РЕКЛАМЫ

Локализация рекламы на отечественном рынке крупными иностранными компаниями подразумевает то, что даже самый хороший товар на зарубежном рынке нуждается в рекламе, которая бы учитывала традиции, культуру, религию и социальные предпочтения местного населения.

Например, американская компания Соса-Сола при продвижении товара в Санкт-Петербурге, сделала упор на ценность традиций, и умело использовала местные достопримечательности на этикетках своих напитков. Это произвело поразительный эффект как на самих жителей города, так и на туристов из разных стран, которые увидели привычный напиток в новом изысканном обличии, что позволило им почувствовать себя по-настоящему в новой культурной среде.

Другим примером, но уже неправильной локализации рекламы, является реклама немецкой компании MediaMarkt, которая использовала образ поросенка для продвижения товаров в своих магазинах. Возможно, на немецкоговорящих жителей других стран, эта реклама и произвела бы ожидаемый эффект, так как в немецком языке популярно выражение «Das nennt man Schwein», но вот у русскоговорящих потребителей эта реклама позитивных ассоциаций и эмоций не вызвала. В дословном переводе выражение означало «Это называется свиньей» (немецкий смысл - "Вот и счастье привалило"). Если бы Media Markt учла культурные тонкости и языковые нюансы

русских потребителей, она бы не допустила подобную ошибку, которая очень дорого обошлась компании.

Исследованные нами примеры показывают то, как важно учитывать культурные особенности зарубежных стран при локализации рекламы крупными компаниями, которые стремятся осваивать новые рынки сбыта и успешно позиционировать свои фирмы за рубежом. Очевидно, что не смотря на некоторые затраты, правильная локализация рекламы вполне окупается в среднесрочной и долгосрочной перспективе, а главное, позволяет компании соблюдать не только принцип максимизации прибыли, но и принцип социальной ответственности, что для престижа и положительного образа компании не менее важно.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кирьянов А. Е.

К. С. СТУПИНА

Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ ЮВЕЛИРНОГО РИТЕЙЛА В г. ИВАНОВЕ

Ювелирные изделия не теряют своей ценности еще с древних времен. Улучшая качество и процесс изготовления, ведя грамотную торговую политику, компании-производители научились изготавливать ювелирные украшения даже для потребителя с доходами ниже среднего.

На ювелирном рынке Ивановской области присутствует немало крупных фирм по продаже ювелирных изделий. Этому способствуют:

- природная среда: область занимает центральное положение;
- демографическая среда: большую часть населения занимает средний класс, так же в центральном регионе численность женщин превышает над численностью мужчин;
- экономическая ситуация: спрос на золото в последнее время носит инвестиционный характер, цена на золото растет, спрос тоже, так же в городе размещено немало торговых центров;
- политическая ситуация: остается недоработанной по сей день;
- социо-культурная среда, которая представлена склонностью потребителей совершать выгодные и дорогие покупки.

Практически все факторы, безусловно, положительно сказываются на размещении в городе торговых точек ювелирного ритейла.

Можно выделить несколько крупных предприятий, занимающих лидирующие позиции в ювелирном ритейле России, представленных в городе Иваново: «Ювелирная сеть 585», «Яшма Золото», «Алмаз-Холдинг», «Адамас», «МЮЗ». Большинство из них имеют собственное производство, некоторые филиалы появились в Иваново совсем недавно. Их продукция весьма дифференцирована, качественная, маркетинговая политика продуманная, что позволяет компаниям оставаться конкурентоспособными уже длительное время. Закономерно предполагать, что при неизменной ситуации в городе компаниям придется затрачивать намного больше усилий в борьбе за покупателя.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Езерская С. Г.

А. А. ТОКУНОВ

Ивановский государственный университет

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ С ИНОСТРАННЫМИ ПАРТНЕРАМИ

Успех бизнеса в условиях глобальной экономики зависит не только от управленческого таланта бизнесмена, но и от его способности корректно позиционировать себя в различных деловых кругах, в том числе и за рубежом. В этом случае особого внимания заслуживает такой фактор делового этикета, как правильная невербальная коммуникация, основными компонентами которой являются мимика, внешний вид, интонация, жесты и т.п.

На практике внимание к невербальной коммуникации зачастую ограничивается вопросом внешнего вида представителя компании на встрече с зарубежным контрагентом, так как от вашего вида более чем на 60% зависит первое впечатление партнеров. На основании проведенного нами исследования по 19 странам, наиболее жестко стиль одежды регламентируется в Западной Европе, скандинавских странах, Японии и Южной Корее. Однако среди западноевропейских стран можно выделить Францию, Италию и Испанию, где уместен будет не только строгий, элегантный и отвечающий моде костюм, но и в отличие от вышеназванных стран, дополненный дорогими и яркими аксессуарами. Менее требовательны к внешнему виду партнеры из Америки и с Ближнего Востока. Классический костюм здесь может иметь легкие вариации. Наиболее лояльны к внешнему

виду контрагенты из Израиля и Китая. Прийти на встречу здесь можно даже без пиджака и галстука.

Иные аспекты невербальной коммуникации касаются подготовки к стилю ведения переговоров с зарубежным партнером. При этом, необходимо учесть, что наиболее интенсивно проходят переговоры с представителями Израиля, США, Швейцарии и Южной Кореи. Здесь от вас требуется быстрое принятие решений. Наиболее эмоционально и непоследовательно пройдет встреча с испанцами, французами, арабами и бразильцами. Не в традиции этих стран в разговоре придерживаться строгого регламента, а потому ваше общение может растянуться на длительный срок. Помимо всего, вам необходимо знать, какие жесты следует осторожно употреблять при общении с представителями разных стран. Например, на Ближнем Востоке подарок воспрещается дарить левой рукой, так как собеседник будет этим оскорблен. Если ваш немецкий партнер часто поднимает брови, то он выражает восхищение высказанным предложением, англичанин же таким образом выражает свой скептицизм.

Таким образом, современный бизнес нуждается в продуманной системе неформализованных регламентов личного общения. Внимание к невербальной коммуникации возрастает во всех странах. От учета невербальных аспектов коммуникации с иностранными партнерами будет зависеть и результативность обсуждения деловых вопросов и их долгосрочность.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Денисова Т. А.

Ю. А. ТУНДИНА

Ивановский государственный университет

МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КАК СРЕДСТВО СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ

В связи с развитием торговли и конкуренции на различных рынках, увеличивается значение такого инструмента маркетинга как стимулирование продаж.

В ходе различных исследований было выяснено, что 2/3 покупателей принимают решение о покупке, стоя перед прилавком, это выделяет мерчендайзинг как один из наиболее важных методов стимулирования продаж. В наиболее общем понятии, мерчендайзинг это способ создания условий для контакта потребителя и

продвигаемого товара, с целью вызвать у потребителя желание купить этот товар.

Применяя мерчендайзинг в местах продаж, необходимо использовать различные правила, которые дадут возможность сделать эту работу наиболее эффективной.

Концепция мерчендайзинга для любой точки продаж формируется на основе трех основных законов:

1. Запас. На полках необходимо представить те товары, которые покупатели ожидают найти в данном магазине. Производитель указывает в своей мерчендайзинговой стратегии набор марок и упаковок, который он будет продвигать в каждой торговой точке

2. Расположение. При расположении товаров в торговом зале учитываются различные факторы, такие как: размещение торгового оборудования, оптимальное использование пространства торгового зала, расположение основных и дополнительных точек продажи, оптимальное расположение товаров и товарных групп и другие.

3. Представление товара производится после того, как уже выполнены первые два условия - запас и расположение.

Учитывая эти законы каждый предприниматель применяет различные инструменты в зависимости от особенностей товара и точки продажи. Например, дизайн магазина, планирование магазина, цветовые акценты, упаковка и другие. Для того чтобы мерчендайзинг стал действительно эффективным методом стимулирования продаж необходимо соблюдать все его принципы и правила, а для этого предприятие должно иметь квалифицированные кадры в области мерчендайзинга. На данный момент это является проблемой так как мерчендайзинг используется сравнительно недавно в розничной торговле России.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Езерская С. Г.

Е. В. ШМИГЕЛЬСКАЯ

Ивановский государственный университет

ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЯ КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА СБЫТА ТОВАРА

Появление и развитие интернета привело к возникновению большого количества самых разнообразных сервисов и сайтов. Раньше люди только просматривали каталоги товаров в сети, а затем шли в

магазин, чтобы приобрести его. Сейчас же появилась возможность заказать необходимый товар через интернет. К тому же, качество товаров одинаковое, однако, приобретая их в интернет-магазине, можно немало сэкономить. Кроме этого, не нужно тратить время на поездки по рынкам и торговым центрам. Все можно выбрать и заказать в сети.

Самыми популярными сервисами являются Amazon, eBay, ТаоБао. Товар приходит из-за границы, а оплата производится кредитными картами.

Наиболее востребованными товарами на протяжении долгого времени остаются: ювелирные украшения и часы, парфюмерия и косметика, одежда и обувь, мебель, товары для детей, а также книги и журналы.

Тормозом развития такой торговли являются люди, которые пока не доверяют торговле онлайн, считая, что интернет-магазин продаст им некачественный товар неподходящего размера и исчезнет с их деньгами. Есть и те, которые привыкли ходить по магазинам, долго присматривать к товарам, а многие жители небольших населенных пунктов вообще не имеют представления о существовании такого способа приобретения продукции.

Несмотря на это, количество пользователей интернет-магазинов растет, а в сети каждый день появляются все новые компании по продаже товаров.

Но и магазины не отстают, они активно работают над предоставлением все большего количества услуг: разрабатывают собственные сайты, на которых представляют широкий ассортимент своей продукции, и стараются сделать их более удобными, чем у конкурентов, привлекая для обслуживания звонков call-центры. Такое следование тенденциям дает возможность магазинам укрепить позиции и даже увеличить свою долю на рынке.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Езерская С. Г.

Г. А. БОЛЬШОВА
Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

Мотивация персонала является основным средством обеспечения оптимального использования ресурсов и мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Чтобы эффективно двигаться навстречу цели, руководитель призван координировать работу и побуждать людей выполнять её.

В теории и практике управления выделяют две группы теорий мотивации. Содержательные теории мотивации основываются на идентификации внутренних побуждений (называемых потребностями) и заставляют людей действовать так, а не иначе. Во вторую группу входят более современные, процессуальные теории мотивации, которые основываются в первую очередь на том, как ведут себя люди с учетом их восприятия и познания. Наиболее актуальными и распространенными в управленческой практике являются теории Маслоу и МакКлеланда.

Выделяют два варианта стимулирования персонала: материальное и нематериальное. Для построения эффективной системы стимулирования персонала нужно учитывать современные особенности взаимоотношения между работодателем и сотрудниками. В настоящее время, основным мотивирующим фактором работников является желание иметь гарантированную заработную плату, хорошие условия труда и полный социальный пакет.

Например, если раньше, работников выбирали из достаточно большого числа кандидатов, то в настоящее время, всё совсем наоборот. Работники сами выбирают себе место, наиболее подходящее лично для них. Также, они выбирают организации с тем уклоном, чтобы как можно больше удовлетворить свои эмоциональные потребности. Но, чем выше социальный статус человека, тем больше он обращает внимания на их удовлетворение.

Очень важно создавать условия для мотивации, то есть, чтобы факторов, которые вызывают негативные чувства, становилось меньше, а факторов, вызывающих позитивные эмоции,

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Ситникова Т. В.

СИСТЕМА ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

Обучение персонала является одним из актуальных вопросов в области управления персоналом, стоящих перед руководством независимо от того, на какой стадии существования находится предприятие.

Система обучения персонала в современном менеджменте должна быть планируемым и ориентированным на цели предприятия процессом и нести системный характер.

Системная программа обучения персонала позволяет получить длительный эффект от обучения, в отличие от разового обучения. Эффект от разовых обучений длится в среднем от 3 до 6 месяцев. Системный программа к развитию персонала рассчитана на определенный период и индивидуальный подход для каждого сотрудника.

Система обучения персонала должна быть направлена на решение следующих основных задач: подготовка персонала к выполнению новых производственных задач; систематическое обновление знаний работников; повышение профессиональной культуры персонала; подготовка сотрудников к карьерному росту.

Многие ученые в зависимости от уровня обучения выделяют профессиональную подготовку кадров, повышение квалификации кадров и профессиональную переподготовку кадров.

В настоящее время существует множество форм обучения персонала на предприятии: лекции, презентации, тренинги, деловые игры, стажировка, учебные курсы, интерактивное обучение и т.д.

Проанализировав систему обучения персонала на предприятии ООО «Верхневолжский Сервисный Металло-Центр», можно выделить три основных этапа процесса обучения. Во-первых, необходимо выявить потребности в обучении персонала предприятия, во-вторых, разработать план обучения персонала: составить программы обучения, выбрать тренерский состав и разработать методы и формы обучения, в-третьих, разработать критерии оценки эффективности системы обучения.

Грамотно спланированная и четко организованная работа по обучению персонала — залог достижения компанией стратегических целей, ее конкурентоспособности, а также готовности к проведению организационных изменений.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Роднина А. Ю.

Д. Ю. МАКОВА
Ивановский государственный университет

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПАБЛИК РЕЛЕЙШНЗ

В нашем исследовании рассматриваются вопросы формирования эффективных взаимоотношений фирмы с общественностью, целью которых является формирование положительного общественного мнения и привлечение интереса общества к деятельности фирмы с целью создания позитивного имиджа организации в глазах общественности.

Проведенное исследование позволяет сделать ряд выводов. Прежде всего, на сегодняшний момент нет единого определения PR-деятельности. При этом связь с общественностью рассматривается многими специалистами во-первых, как искусство, во-вторых, как сфера деятельности, в-третьих, как система и, в-четвертых, как функция управления коммуникациями. Важное значение имеет разработка принципов деятельности специалистов в этой области. Эти принципы позволяют найти компетентным специалистам оптимальное решение возникшей проблемы. Установление и поддержание взаимосвязей организации с ее общественностью должны осуществляться по определенным общим правилам, например, таким как, гибкость, настойчивость, инициативность, профессионализм в работе и прочие.

Важное значение в PR-деятельности имеет выбор организацией того или иного метода связи с общественностью в конкретной ситуации. Среди выбранных методов могут быть: контакт со СМИ, использование печатной продукции, кино- и фотоматериалов, рекламы и т. д. Вся общественность фирмы делится на 2 группы: внешняя (контакты фирмы во внешней среде) и внутренняя (работники предприятия).

Что касается служб по связям с общественностью, то каждая фирма, учитывая многие факторы своей работы, принимает для себя решение либо о создании собственного PR-подразделения, либо об обращении в специализированные службы и тем самым передавая функцию связи с общественностью в «третьи руки».

Оценить эффективность PR-деятельности сложно. Для этого используются различные подходы, которые помогают фирме оценить как экономическую, так и качественную составляющую PR.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Ситникова Т. В.

Т. А. СУРИКОВА
Ивановский государственный университет

АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ (НА ПРИМЕРЕ ОАО МК «КРАНЭКС»)

Поведение потребителей - область знаний, выходящая за рамки сугубо маркетинговой сферы деятельности. Она актуальна для каждого, кто стремится прочно и успешно вписаться в рыночную стихию и преуспеть в ней, используя широкую гамму профессиональных методов управления потребительским поведением. Поведение потребителей - это деятельность, непосредственно вовлеченная в обретение, потребление и избавление от продуктов, услуг, идей, включая процессы решений, предшествующие этой деятельности и следующие за ней.

Потребительский рынок - это отдельные лица, приобретающие товары и услуги для личного пользования. Потребители резко отличаются друг от друга возрастом, уровнем доходов и образования, вкусами и т.д. Исходя из характеристик, деятели рынка выделяют различные группы потребителей и создают товары и услуги, рассчитанные для каждой из них. Существует большое количество признаков, по которым классифицируют потребителей.

Рассматривая потребителей предприятия ОАО МК «Кранэкс» можно провести их следующую классификацию:

1. По классу потребителей:
 - а) легкие; б) средние; в) тяжелые.
2. По объему потребления:
 - а) предпочтительные;
 - б) обычные.
3. По лояльности:
 - а) действующие;
 - б) потерянные.
4. В зависимости от типа собственности:
 - а) государственные;
 - б) коммерческие

В соответствии с данной классификацией ОАО МК «Кранэкс» разрабатывает индивидуальную методику работы с каждой из категорий потребителей, так как ориентации на потребителя – это важнейший признак маркетинга.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Роднина А. Ю.

А. Ю. УШАКОВА
Ивановский государственный университет

ВЛИЯНИЕ ЛИЧНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ НА ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ХБК "НАВТЕКС"»)

Процесс принятия управленческих решений характеризуется своей сложностью и многоэтапностью и, в стремительно меняющемся мире, требует наличие определенных знаний, навыков и опыта в сфере текстильной промышленности, а также личностных качеств у руководителей предприятия ООО «ХБК «Навтекс».

На комбинате важнейшие решения, определяющие перспективные интересы компании, принимаются, как правило, единолично генеральным директором. В частности, к числу таких можно отнести важнейшее решение относительно запуска нового цеха по отбелке марли медицинской. Это решение поспособствовало выходу предприятия на новые рынки сбыта и их освоению.

Генеральный директор независим и последователен при принятии решений. Руководство осуществляется на единоличном властвовании и централизации полномочий. Решением вопросов, которые важнейшим образом касаются деятельности ООО «ХБК «Навтекс»» он предпочитает заниматься самостоятельно, опираясь на собственный опыт и знания. Данное решение было очень важным для него, поскольку результат от него мог сказаться на устойчивом финансовом положении предприятия.

Руководители среднего звена участвуют в принятии решений оперативного и тактического характера. Примером можно считать правильное и обоснованное решение начальника цеха относительно закупки в цеха новейших дорогостоящих ткацких станков, СТБ-2-330, АТПР-100-4 отечественного производства, чехословацких станков П-105 и итальянских станков «Somet». Данное решение способствовало увеличению объемов выпускаемой продукции, повышению ее качества, снижению процента брака, а также сокращению затрат времени на производство.

С уверенностью можно сказать, что настоящий успешный руководитель - это всегда личность.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Ситникова Т. В.

Т. Н. ШИКИНА
Ивановский государственный университет

ВЛИЯНИЕ ЛИЧНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ НА ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Принятия управленческих решений занимает центральное, иерархически главное место в структуре управленческой деятельности. Управленческие решения, принимаемые руководителями в процессе своей работы, напрямую зависят от индивидуальных особенностей характера. Для менеджера принятие решений - постоянная и ответственная работа.

Выполняя функции управления, руководитель постоянно принимает решения, связанные с организационной, производственной, финансовой деятельностью.

В итоге управленческое решение представляется как результат управленческой деятельности.

Управленческое решение рассматривают как основной вид управленческого труда, совокупность взаимосвязанных, целенаправленных и логически последовательных управленческих действий, обеспечивающих реализацию управленческих задач.

Эффективность управления понимается как результативность управления деятельностью предприятия, которая является следствием способности менеджеров разрабатывать эффективные управленческие решения и добиваться достижения поставленных целей. При оценке эффективности управленческих решений необходимо обеспечить синтез экономических и социальных аспектов управления.

Менеджеры должны обладать определенными навыками, знаниями, личными качествами, они должны представлять и соблюдать определенные этические нормы.

Можно представить основные требования, предъявляемые ко всем менеджерам. Это социально-демографические характеристики, профессиональные, организаторские и личностные.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Ситникова Т. В.

С. А. ЮЗЕФОВИЧ
Ивановский государственный университет

КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА БУДУЩЕГО

Контент-маркетинг - совокупность маркетинговых приёмов, основанных на создании и/или распространении полезной для потребителя информации с целью завоевания доверия и привлечения потенциальных клиентов.

Основным инструментом контент-маркетинга является информация. Но только качественно подготовленная информация будет эффективно действовать на потенциальных покупателей. Главная цель контент маркетинга – не собственно продажа товаров, а формирование доверительных отношений с клиентом.

Можно выделить основные виды контента: текстовая информация; видеоролики; аудиоподкасты; интерактивные игры.

Важным элементом стратегии контент-маркетинга является выбор каналов размещения информации. Самые главные из них – Social Media, Директ-мейл, профильные статьи и блогосфера.

Мотивация тех, кто запускает кампанию контент-маркетинга, состоит в информировании потенциальных клиентов, в непринуждённом ознакомлении их с собственными предложениями, в создании имиджа компании, лидирующей в данном сегменте рынка, в которой работают хорошо подготовленные эксперты, знакомые с проблемами потребителей и способами их разрешения. Контент-маркетинг сейчас используют как гигантские транснациональные корпорации, так и мелкие фирмы. Примером успешного внедрения контент-маркетинга является компания Связной. На сайте компании размещены качественные описания товаров и сверхинформативные обзоры новинок, а также внедрена система отзывов потребителей. Именно поэтому посещаемость сайта сегодня – 240 тыс. человек в день.

Таким образом, контент-маркетинг является мощным и эффективным инструментом маркетинга будущего. Он вряд ли подойдет для резкого увеличения продаж. Но вот повысить доверие и зарекомендовать себя на рынке, как лучшую компанию в отрасли, и планомерно наращивать долю рынка с помощью контент-маркетинга вполне реально и возможно.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Роднина А. Ю.

Секция
«ПРОБЛЕМЫ
ПРОИЗВОДСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА»

А. Ю. АНТОНОВА
Ивановский государственный университет

ОЦЕНКА И АТТЕСТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА

Система аттестации и оценки персонала - важный элемент управления человеческими ресурсами.

Аттестация - это процедура определения соответствия сотрудников своей должности. На Западе такого понятия как «аттестация» не существует, а есть понятие оценки.

Оценка персонала - это процесс определения эффективности деятельности сотрудников в ходе реализации задач организации, позволяющий получить информацию для принятия дальнейших управленческих решений.

На сегодняшний день очень часто возникает вопрос: обязательны ли оценка и аттестация персонала? В ряде отраслей, например в образовании, государственном секторе или на производстве, проведение аттестации персонала обязательно. Но для большинства частных компаний аттестация — дело добровольное и проводится по инициативе руководства. При этом подобные мероприятия требуют наличия официальных распорядительных документов. Что же до оценки персонала, то она-то как раз и не является обязательной и проводится по желанию руководителя.

Проведение аттестации — более формализованный процесс, чем оценка персонала. На предприятиях, для которых аттестация не предписана законодательством, она, как правило, проводится при реорганизации структуры, при необходимости определения и повышения квалификации работников, при изменении системы оплаты труда. Создание системы оценки в компании необходимо для решения иных задач, таких, например, как оценка результативности работы сотрудника, контроль выполнения поставленных задач.

Рассмотрев систему оценки и аттестации персонала на предприятии ООО «Верхневолжский Сервисный Металло-Центр», можно сделать вывод, что оценка и аттестация очень важны при решении кадровых вопросов. Оценка персонала позволяет выявить профессиональные навыки и умения и позволяет руководителю принять решение о повышении сотрудника. Руководство данного

предприятия проводит аттестацию персонала один раз в три года, а оценка проводится раз в год.

Принципиальным условием эффективной работы системы оценки является ее комплексный характер.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент. Роднина А. Ю.

М. Т. АШРАФИ

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ КАНАЛАМИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях острой конкуренции на рынке в период финансового кризиса любому предприятию необходимо использовать активное продвижение своей продукции. Продвижение подразумевает комплекс мероприятий стимулирующих продажи товаров. Это позволяет увеличивать объем реализации и соответственно, получать больше прибыли, а также повысить узнаваемость торговой марки.

Максимально эффективное продвижение осуществляется через комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций: рекламу, стимулирование сбыта, пропаганду и личную продажу.

При рассмотрении теоретических аспектов продвижения продукции производственного предприятия ООО «Минеральная вода Кристалл» и в ходе практического анализа его конкурентоспособности, мы выяснили что на рынке Афганистана на фирму оказывают давление три основных конкурента: ООО «Минеральная вода Ранчшир», г. Ранчшир; ООО «Минеральная вода Рагман », г. Кабул и ООО «Минеральная вода Карга», г. Кабул.

Для повышения прибыли предприятия, можно порекомендовать поддерживать собственный сайт, где с минимальными затратами и эффективно будут позиционироваться все товары, способы их применения, цены и информация о скидках.

Эффективным ходом также является производство в большем объеме той продукции, для которой конкурентная среда не является слишком агрессивной. Кроме того, необходимо повысить информированность покупателей о продукции и услугах предприятия. Самым прогрессивным методом информирования является организация промо-акций через сеть Интернет. Покупатель, попадая на сайт производителя, может оценить предполагаемый уровень

качества, цен, информацию о скидках в определенные периоды. Необходимо также отметить, что для проведения мощного стимулирования продаж нужно увеличить затраты предприятия, направленные на продвижение продукции.

Научный руководитель -канд. экон. наук, доцент Роднина А. Ю.

Н. Н. БУРСИКОВА

Ивановский государственный университет

ЛИДЕРСТВО В ОРГАНИЗАЦИИ: ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ

Гендер – совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола. Быть в обществе мужчиной или женщиной – не просто обладать физиологическими особенностями, а выполнять предписанные нам гендерные роли. Таким образом, гендер – это социальное измерение пола.

В управленческой практике гендерные подходы охватывают особенности различных подходов к руководству коллективом и личностью, особенности межличностных отношений с учетом мужской и женской психики и характерных черт интеллекта.

В современном обществе женщины формально имеют равные права с мужчинами, но несмотря на это существуют различные гендерные стереотипы. Наиболее распространенные из них: женщина в силу своих психофизиологических особенностей не может быть руководителем, а наиболее частое в сознании людей представление эффективного лидера – мужчина средних лет.

Различные исследования по сравнению деловых и психологических качеств мужчины и женщины показали, что по ряду анализируемых параметров у них есть определенные отличия. Вместе с тем в серьезных научных экспериментах не нашли подтверждения некоторые мнения о различиях в умственных возможностях, способностях к обучению, качествах характера и темперамента у представителей обоих полов.

В результате были обоснованы выводы, что женщины обладают качествами, которые определяют весьма благоприятные возможности для эффективной управленческой деятельности. В связи с таким делением некоторые исследователи выделяют мужской и женский стили управления.

Хотя в настоящее время существует множество примеров эффективного женского лидерства, гендерные стереотипы и убеждения не

скоро исчезнут из общественного сознания. Отсутствие научно-статистической обоснованности данных предубеждений говорит о том, что навязываемые обществом гендерные роли являются скорее данью сложившихся исторически традиций и обычаев, формально или неформально закрепленных в практике и сознании людей, чем реальным отсутствием или наличием каких-либо качеств личности, связанных с половой принадлежностью.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Роднина А. Ю.

Е. Д. ДАНИЛОВА

Ивановский государственный университет

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

В настоящее время для того, чтобы достичь успеха в управлении фирмой, необходимо осознать тот факт, что вся ее деятельность должна гарантировать выпуск конкурентоспособных товаров и услуг, пользующихся устойчивым спросом и учитывающих нужды и запросы потребителей в данный момент времени и в перспективе. Возрастающие изменения в окружающей среде, появление новых запросов покупателей, усиление конкуренции, открытия в научно-технической сфере - все это требует организации эффективной системы управления деятельностью предприятия, позволяющей гибко реагировать на все рыночные изменения. Одним из главных путей решения этой непростой задачи является разработка программы продвижения товара.

Основой программы продвижения товара является выявление реальных потребностей конкретного человека или сообщества людей, эластичное приспособление ресурсов фирмы к внешним рыночным условиям. Поэтому для успешной реализации товарной политики необходимо наличие на фирме стратегии производственно-сбытовой деятельности с определением миссии фирмы, хорошее знание рынка, и, наконец, ясное представление о своих возможностях и угрозах.

Под продвижением понимается целенаправленная, проводимая в интересах фирмы деятельность по информированию потребителя о фирме и ее продукции, о движении информации. В своей программе коммуникаций фирма может использовать один или сочетание четырех основных видов продвижения: рекламу, публик рилейшнз, персональные продажи и стимулирование сбыта

Таким образом, правильно и рационально проводимая товарная политика позволяет фирме заработать положительный имидж, что дает возможность в будущем повысить результативность хозяйственной деятельности.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Роднина А. Ю.

Е. В. КНЯЗЬКОВА
Ивановский государственный университет

ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

В условиях рыночных отношений в любых организациях и на предприятиях актуальность управления качеством определяется его направленностью на обеспечение такого уровня качества продукции и услуг, который полностью удовлетворяет всем запросам и требованиям потребителей.

Качество в понимании производителя и качество в понимании потребителя в системе управления качеством взаимосвязаны.

Высокое качество продукции и услуг является самой весомой составляющей, определяющей их конкурентоспособность. Повышение качества способствует повышению эффективности использования продукции, приводя к снижению затрат и увеличению доли рынка.

Значение повышения качества достаточно многообразно. Решение этой проблемы позволит установить новые и прогрессивные пропорции между отраслями и внутри отраслей (между металлургической промышленностью и машиностроением).

Управление качеством осуществляется путем реализации управленческих функций. Как правило, к ним относят: планирование качества, политика в области качества, информация о качестве продукции, потребностях рынка и НТП, контроль качества.

Современная рыночная экономика предъявляет принципиально иные требования к качеству продукции. В настоящее время качество - это увеличение прибыли, рост процветания и авторитет организации.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Сокова И. А.

К. О. КРЮКОВА

Ивановский государственный университет

В ПЛЕНУ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Просиживая в офисе с утра до вечера, сотрудники всегда находят способы, как убить время до конца рабочего дня. Последние несколько лет главным поглотителем рабочего времени стали социальные сети.

Но однозначного мнения насчет того, допустимо ли пользоваться на рабочем месте социальными сетями, не существует. Некоторые компании считают, что соцсети мешают концентрироваться на работе и отвлекают от прямых обязанностей. Однако существуют компании, которые придерживаются более мягкой точки зрения.

Руководители считают, что невозможно быть максимально сконцентрированным на работе 100% своего времени и небольшой перерыв, в течение которого сотрудник, скажем, проверяет сообщения от своих друзей в социальных сетях – это зачастую необходимое «переключение», после которого он вернется к работе с новыми силами.

Но даже при самом мягком и демократичном отношении к социальным сетям на работе контроль за поведением сотрудников в интернете не станет лишним. Ведь всегда найдется работник, который вместо разрешенных 20-30 минут проводит в социальных сетях пару часов в день или даже больше.

Безусловно, самым эффективным способом борьбы с социальными сетями является отключение доступа к ним. Если же компания не хочет ограничивать своих сотрудников в общении, но и злостные «сидельцы» в соцсетях ей не нужны, то в этой ситуации поможет установка счетчиков трафика. Если сотрудник проводит на сайтах, не связанных с его деятельностью слишком много времени, он получает предупреждение от руководства.

Также можно установить на компьютеры сотрудников специальное ПО, которое с определенным интервалом делает снимки экрана, записывает, какие сайты были посещены, какие приложения открыты. Однако использование такой системы допустимо лишь при условии, что сотрудник о ней проинформирован.

Но не стоит винить социальные сети в том, что именно из-за них ваши сотрудники работают из рук вон плохо. Причин для низкой производительности труда может быть множество: низкая зарплата, отсутствие мотивации, некомфортные условия труда. И только в том случае если со всем вышеперечисленным в вашей компании полный порядок, можно начинать реальную борьбу с «сидельцами» в соцсетях.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Роднина А. Ю.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Повышение уровня конкурентоспособности предприятий, оптимизация их функционирования и выживание в рыночной среде является актуальной проблемой отечественной экономики. Решение данной проблемы является основным критерием эффективности производства, результативности деятельности системы менеджмента различных уровней.

Среди экономистов существуют различные мнения о сущности конкурентоспособности предприятий. В то же время подчеркивается, что конкурентоспособность предприятий является относительной характеристикой, отражающей эффективность хозяйственной деятельности предприятия по отношению к другим конкурентам в своей рыночной нише.

Для достижения конкурентоспособности предприятия необходимо: во-первых, обеспечить конкурентоспособность выпускаемой продукции в целевых сегментах рынка (под конкурентоспособностью товара подразумевается его способность быть привлекательным для потребителей по сравнению с товарами-аналогами, благодаря своим качественным и стоимостным характеристикам, отвечающим требованиям рынка); во-вторых, повысить эффективность экономического анализа на предприятии.

С его помощью вырабатывается стратегия и тактика развития предприятия, осуществляется контроль за выполнением управленческих решений, выявляются резервы повышения эффективности деятельности структурных подразделений и предприятия в целом.

Проанализировав ситуацию на швейном предприятии ООО «Протекс», можно предложить несколько основных путей повышения его конкурентоспособности: постоянно поддерживать высокое качество выпускаемой продукции за счет использования в производстве качественного сырья; активизировать рекламную деятельность; привлекать инвестиции на модернизацию оборудования; принимать на работу высококвалифицированных швей. Таким образом, повышение конкурентоспособности предприятия может быть обеспечено только при условии долгосрочного и непрерывного совершенствования хозяйственной деятельности предприятия.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Сокова И. А.

М. Н. САЛЬНИКОВА
Ивановский государственный университет

КОНКУРЕНТО СПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ

В современных условиях рыночной экономики конкурентоспособность предприятия становится основным показателем оценки эффективности предпринимательской деятельности.

В экономической теории понятию «конкурентоспособность предприятия» дано множество определений, однако оно не является стандартизированным. Неоспоримым остаётся тот факт, что каждое предприятие должно непрерывно заниматься повышением своей конкурентоспособности.

Конкурентоспособность любого предприятия всегда определяется в сравнении с деятельностью других конкурентов по ключевым показателям.

Продукт конкурентоспособного предприятия должен иметь устойчивый спрос у покупателя, само предприятие – пользоваться доверием со стороны своих деловых партнёров, иметь возможность расплачиваться по своим обязательствам (с собственниками, акционерами, работниками, банками).

Оценка конкурентоспособности предприятия необходима для разработки мероприятий, направленных на её повышение. К последним относятся следующие традиционные методы: уменьшение расходов, повышение качества продукта и увеличение объёмов его выпуска, а также бенчмаркинг.

Однако значительные резервы для повышения конкурентоспособности предприятия заложены в сфере стратегического управления фирмой, поэтому необходимо осуществлять интеграцию стратегического управления и управления конкурентоспособностью для выявления наиболее эффективных путей её повышения с учётом изменений внешней среды.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Сокова И. А.

Т. В. МУРАТОВА
Ивановский государственный университет

**ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ,
НАПРАВЛЕННЫХ НА ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ**

В нашем исследовании рассматриваются ключевая роль принятия управленческих решений, направленных на повышение качества услуг. Во всем мире качество уже давно стало ключевым фактором достижения конкурентных преимуществ. Причем это не только качество продуктов и услуг, но в первую очередь качество бизнес-процессов и системы управления организации.

В практике управления качеством российских компаний на данный момент успел укорениться подход, связанный не с управлением качеством, а с возможностью его контролировать.

Чаще всего мы сталкиваемся с ситуацией, когда компании внедряют внешнюю систему контроля за качеством, состоящую из нескольких контрольных точек в процессе производства, или когда проводится сертификация по стандарту ISO 9000, которая чаще всего становится формальным инструментом контроля за качеством и не соответствует реальному бизнесу.

Далее существующие процессы начинают подстраивать под этот стандарт. Подобные действия часто встречают сопротивление со стороны сотрудников, поскольку им приходится создавать большое количество формальных отчетов, причем не всегда соответствующих здравому смыслу.

Такого рода контроль является дополнительной нагрузкой на систему управления и тем более не решает основную задачу по повышению качества производимых товаров и взаимодействия работников в производственных процессах.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Сокова И. А.

Е. А. СУМКИНА
Ивановский государственный университет

ПУТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ И СПЕЦИАЛИСТОВ

Конкурентоспособность всех уровней и элементов народного хозяйства является важнейшей целью функционирования и развития рыночной экономики. При этом наиболее неизученной и наиболее многоаспектной следует признать проблему оценки и регулирования конкурентоспособности персонала современных организаций. Для улучшения сложившейся ситуации при оценке и соответственно регулировании уровня конкурентоспособности руководителей и специалистов предлагается:

1) составление конкурентного профиля руководителей и специалистов (на примере Заволжского филиала ООО «Евросеть»;

2) система правил при выборе системы частных показателей и интегрального критерия конкурентоспособности руководителей и специалистов на внешнем и внутреннем рынках труда с учетом хозяйственной и управленческой ситуации;

3) включение методик оценки структуры, силы и устойчивости мотивации сотрудников к сохранению занимаемых должностей и работы в организации, профессионально-квалификационному продвижению в ней в оценку уровня конкурентоспособности руководителей и специалистов;

В процессе регулирования уровня конкурентоспособности руководителей и специалистов важно учитывать конкурентоспособность на внешнем и на внутреннем рынках труда. По этим критериям сотрудники могут быть подразделены на «звезды» (высокая внешняя и внутренняя конкурентоспособность); «фавориты» (низкая внешняя и высокая внутренняя конкурентоспособность); «чужие» (высокая внешняя и низкая внутренняя конкурентоспособность); «аутсайдеры» (низкая внешняя и внутренняя конкурентоспособность). Проведенное в Заволжском филиале ООО «Евросеть» показало преобладание среди руководителей и специалистов «фаворитов» и «аутсайдеров».

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Лифшиц А. С.

Е. А. ОСИПОВИЧ

Ивановский государственный университет

ИСТОЧНИКИ ЛИДЕРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

На современном этапе развития экономики фирме необходимо помнить о том, что необходимо удержаться на «плаву» в этой динамичной, постоянно претерпевающей изменения среде. Поэтому происходит медленный отступ от иерархического управления и административного воздействия к рыночным взаимоотношениям, базирующихся на экономических методах.

Исходя из сказанного следует помнить, что главное внутри фирмы – работник, а вне фирмы – потребитель, предлагаемого товара, поэтому необходимо пересмотреть существующие приоритеты и направить все силы на изменение сознания работника. Для этого фирме необходимо вывить инструмент, способный оказать влияние на сотрудников, и направить их потенциал в нужном направлении для обеспечения эффективной деятельности организации. Этим «рычагом» может являться лидерство.

Многие современные фирмы добиваются делового успеха благодаря тому, что обладают успешным руководством. Но зачастую не всегда с помощью должности можно оказывать влияние, т.к. помимо формального лидерства существует также неформальное лидерство. Следует отметить, что конструктивное лидерство является одним из важных механизмов реализации власти в группе и, пожалуй, самым эффективным.

В практике управления лидерство – это способность эффективно использовать все имеющиеся источники власти для превращения созданного для других видения в реальность. Стоит ответить на вопрос: какие источники власти и как необходимо использовать, чтобы добиться большей эффективности? Все основные источники власти распределены в две большие группы – власть на личностной основе и власть на организационно основе. Идеальным для лидерства считается использование эффективного сочетания обеих основ власти.

В последние годы российские компании все больше внимания уделяли данной теме. В ближайшем будущем одной из ключевых задач российского бизнеса станет развитие лидерского потенциала на всех уровнях организации. Уже сейчас во многих компаниях акционеры и топ-менеджеры привлекают специалистов извне, чтобы они не только принесли с собой недостающие знания и навыки, но и внесли свой вклад в создание соответствующей корпоративной культуры, перестройку работы компании и развитие позитивного лидерства.

Руководитель – д-р экон. наук, профессор Лифишиц А. С.

А. К. ПОВАЛИШИНА
Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ РЕАЛИЗУЕМОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Наверное, наиболее важным в принятии управленческих решений является вопрос их качества. Качество управленческого решения оценивается по многим параметрам, неизменным среди них является атрибут реализуемости. Реализуемость управленческого решения – количественно-качественная оценка шанса решения быть реализованным с учетом внешних и внутренних факторов непосредственного воздействия.

При этом невозможно придать решающее значение одной из групп факторов реализуемости. Для оценки реализуемости необходимо использовать различные подходы и методики, как формализованные, так и неформализованные – так как не всегда реализуемость можно оценить абсолютно точно. При этом итоговая оценка должна быть выражена конкретной цифрой, так как она будет использоваться при оценке качества управленческого решения.

На настоящий момент существует несколько направлений совершенствования экономического обоснования реализуемости управленческих решений. Одним из них является оценка ожидаемой реализуемости, т.е. возможности реализации, шанса быть реализованным и управленческого риска.

Управленческий риск – риск неадекватной формулировки целей организации, ошибочного прогноза развития внешней хозяйственной среды, потерь из-за ошибок в процессе подготовки, принятия и реализации управленческих решений.

Вторым направлением является совершенствование методики оценки реализуемости управленческих решений – перевод значений силы и устойчивости мотивации в коэффициенты реализуемости с учетом уровня квалификации и характера труда сотрудников.

Третье направление – использование модифицированного метода анализа иерархий при измерении силы сопротивления (содействия) решению со стороны деловой контактной среды.

Совершенствование методики позволит повысить степень достоверности учета влияния факторов реализуемости.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Лифшиц А. С.

И. С. ШАХОВ

Ивановский государственный университет

РЕКЛАМА БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ

Чуть более двадцати лет назад в нашей стране функционировали только три государственных банка, которые обслуживали промышленные предприятия, сельское хозяйство и население. Им не приходилось конкурировать между собой, так как рынки были четко определены за каждым. Но, с начала 90-х годов прошлого века появилось множество коммерческих банков.

Сегодня на территории России функционирует большое количество банков. Каждый из них старается выиграть в конкурентной борьбе и привлечь как можно больше клиентов.

Одним из эффективных способов увеличения клиентской базы являются рекламные кампании банковских продуктов. Для реализации данной цели банки используют различные средства рекламы: телевидение, радио, Интернет, наружная реклама, пресса, реклама в офисах, рассылка, внешнее оформление офисов, сувенирная продукция и другие.

Спецификой проведения рекламных кампаний в банковской сфере является наличие двух основных видов продуктов: кредит и депозит. Все остальные продукты — вспомогательные. В связи с чем, акцент в рекламе должен быть сделан на процентных ставках, степени надежности банка, ориентации на целевого потребителя и преимуществе данного банка перед другими.

На наш взгляд, представляет интерес изучение рекламных продуктов на примере ОАО «Сбербанк России». Особенность этого банка в том, что он является старейшим в банковской сфере, имеет более 18 тысяч подразделений в 83 субъектах РФ, его услугами пользуются 70 процентов населения России.

Основными продуктами и услугами Сбербанка являются: кредиты, вклады, банковские карты, переводы, инвестиции и ценные бумаги, страховые и пенсионные программы, платежи и другие. К наиболее действенным рекламным средствам этих услуг, по нашему мнению, можно отнести: рекламу в офисах банка, телевидение, наружную рекламу и Интернет.

Итогом использования любого рекламного средства должна стать ориентация на конкретную целевую аудиторию.

Научный руководитель - д-р экон. наук, профессор Еремин В. Н.

Секция
**«СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
И КОРПОРАТИВНЫЕ ИТ-РЕШЕНИЯ»**

Л. А. БЕЛЫХ

Ивановский государственный университет

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ НА ЗАКАЗ

Нарушение производственного графика из-за требований, поступающих от покупателей в системы ежедневного планирования и производства, заставляет руководителей предприятий учитывать в оперативном управлении критические факторы рынка и изменение потребительских свойств продукции. Производители, которые берут за основу взаимодействие с покупателем, а не внутренние проблемы производства, могут получить существенные преимущества.

Руководители принимают решения по выбору продуктов и рыночных ниш, но эти решения изолированы от исполнительных подразделений. В классических системах планирования и управления ресурсами «ощущение» рынка и критическая информация о покупателе недоступны системе управления бизнесом и изолированы в различных локальных подсистемах, разбросанных по организации.

Каждое из подразделений уделяет большое внимание работе с покупателем, но многие из них слишком мало взаимодействуют с плановыми и производственными отделами. За создание образцов продукции отвечает конструкторский отдел, за организацию приема заказов — отдел обслуживания покупателей. Но и конструкторы должны понимать, что создают продукт, предназначенный для продажи. Задача подразделений продажи и маркетинга — знать нужды покупателей и предлагать соответствующее решение, создавая спрос. Эти подразделения владеют ценной информацией о новых рыночных тенденциях, давлении конкурентов, проблемах обслуживания покупателей, ценообразовании и спросе. У сервисных служб есть данные о том, с какими продуктами возникают проблемы, каких усовершенствований требуют покупатели чаще всего и какие предлагаемые услуги могут быть для них наиболее ценными. Конструкторский отдел и отдел исследований и разработок занимаются созданием новых товаров и прототипов — продукцией будущего. Как новые продукты будут приняты на рынке, что имеет приемлемую цену, а что нет — все это является жизненно важной информацией.

CSRP — первая бизнес-методология, которая включает деятельность, ориентированную на интересы покупателя, в ядро системы управления бизнесом. CSRP перемещает фокус внимания с планирования производства на планирование заказов покупателей. Информация о клиентах и услуги внедряются в основу деятельности организации. Производственное планирование не просто расширяется, а замещается требованиями клиентов, поступающими из подразделений, ориентированных на работу с покупателями.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Данилова С. В.

О. А. БИЛИМ

Ивановский государственный университет

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ
АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ПРОХОДНОЙ
НА ПРИМЕРЕ ОБЛАСТНОГО БЮДЖЕТНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ
«НАВОЛОКСКИЙ КОМПЛЕКСНЫЙ ЦЕНТР
СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ»**

В нашей работе мы рассматриваем возможные пути решения проблемы контроля над деятельностью каждого сотрудника, чтобы руководителю Центра быть уверенным в том, что работающий в организации персонал выполняет свои обязанности добросовестно и в полном объёме. Для этого необходимо создать систему, предназначенную для автоматизированного учета рабочего времени.

Создаваемая нами система обеспечит переход к электронным формам передачи данных и уменьшит время прохождения через контрольно – пропускной пункт, улучшит качество работы, а установка дополнительных видеокамер поможет в наблюдении за территорией Центра.

Вся работа, на данный момент, ведется вручную, сотрудники предъявляют пропуск, на его рассмотрение теряется время, из-за занесения данных в журналы. Сотруднику службы безопасности приходится постоянно покидать пост, делая обход каждый час. Применение современной автоматизированной проходной защитит организацию от проникновения посторонних лиц на территорию Центра, сделает информацию достоверной. С помощью её работы

упростится составление отчетности и соответственно повысится производительность труда.

Потребители, привыкли к стандартным методам решения с использованием пластиковых карт или пропусков, но мы создаем современную систему с использованием новых информационных технологий: биометрических систем, систем с использованием временных карт, систем видео наблюдения в режиме реального времени.

Применение системы будет более эффективно в связи с открытием новых отделений, с увеличением штата, а также из-за увеличения числа обслуживаемых.

Научный руководитель - канд. техн. наук, профессор Денисов С. Л.

О. М. БУДЗ

Ивановский государственный университет

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ VENERA

Компания Venera это торгово-производственная компания. Данная организация нуждается в проектирование информационной системы управления. Дело в том, что Venera развивалась непланово и КИС на которой она работала изначально к настоящему времени претерпела большие изменения. Кроме того частые доработки слегка запутали логику бизнес-процессов и система стала более тяжелой, что затрудняет ее использование большим количеством участников – она попросту «зависает». В настоящее время организация планирует расширяться путем охвата большей географии, открывая в новых городах свои специализированные пункты обслуживания (СПО). А это в свою очередь повлечет ее большее участников бизнес-процессов и мощностей системы просто не хватит.

В данной организации применяются метрики для измерения производительности персонала - крі. Однако стоит отметить, что комплекс этих метрик продуман не достаточно и они разрознены, что не позволяет системно управлять всей организацией и может «перекосить» деятельность сотрудников не на главные цели, ведущие к процветанию фирмы, а только на некоторые свои процессы,

непосредственно к которым привязана выплата заработной платы. При разработке концептуальной модели эту особенность измерения качества работы персонала необходимо учесть.

В работе обоснован выбор платформы 1С. Так как для организации Venega это будет рациональный вариант. С ее помощью удастся решить проблему кадрового учета, кроме того, кадровый учет будет связан со всей системой, а это значит, что работа сотрудников будет более эффективной, возрастет оперативность обработки данных, а с модулем бизнес-аналитики можно без труда отслеживать главные показатели фирмы и строить стратегические цели. Кроме кадрового учета обновится подсистема нормативно-справочной информации, остальные модули (финансы, склад, СПО, заказы, дистрибьюторы) останутся, только они будут реструктуризированы.

Научный руководитель - канд. техн. наук, профессор Денисов С. Л.

М. М. ВИНОКУРОВА

Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРИЕМА ЗАЯВЛЕНИЙ В ОТДЕЛ ПО РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ ОАО «ГАЗПРОМ ГАЗОРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ИВАНОВО» НА БАЗЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В нашей работе рассматривается автоматизация процесса приема заявлений на обслуживание в отдел по работе с клиентами.

Нами был проанализирован объект управления и для целей исследования был выбран отдел по работе с клиентами. Выбор был определен тем, что отделы по работе с клиентами в каждом филиале ОАО «Газпром газораспределение Иваново» были образованы сравнительно недавно, в 2010 г.

В работе был описан процесс приема заявлений от клиентов. В данном процессе были выделены и проанализированы следующие проблемы:

- длительное ожидание в очереди;
- низкая пропускная способность организации;
- наличие ошибок, вызванных человеческим фактором;
- низкая прозрачность процесса;
- сложность анализа тенденций в обращении клиентов.

В целях данной работы были изучены решения других организаций для решения подобных проблем.

Преимущества автоматизации процесса приема заявлений на обслуживание в отдел по работе с клиентами:

- клиенты будут отправлять уже готовые заявления и прилагать необходимые документы, что позволит сократить время на согласования каких-либо вопросов по оказанию услуг при личном общении с клиентом;

- увеличится количество времени, предназначенного для осуществления приема клиентов;

- станет возможным спрогнозировать число клиентов, которые придут в определенный день, а также спрогнозировать перечень услуг, по которым они будут обращаться. Что поможет при координации деятельности работников, обслуживающих клиентов.

Научный руководитель - канд. техн. наук, профессор Денисов С. Л.

Ю. А. ГЛАДЫШЕВА

Ивановский государственный энергетический университет
им. В. И. Ленина

СИСТЕМА ПОИСКА И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ АКТУАЛЬНЫХ ЗНАНИЙ ПО ПРОБЛЕМНОЙ ОБЛАСТИ

Сегодня капитал предприятия во многом определяют информация и знания. Для повышения эффективности управления знаниями в современных условиях предприятию необходимо организовать «многоканальное» приобретение знаний из внешней среды.

Представлена функционально-алгоритмическая структура системы поиска и представления актуальных знаний по проблемной области, основанная на принципах формирования информационного обеспечения инновационной деятельности и направленная на аккумуляцию, а также и генерацию новых знаний сотрудниками предприятия.

В структуре системы выделены 2 основные подсистемы.

Связь с внешними источниками знаний осуществляется в подсистеме актуализации фонда предприятия. В подсистеме осуществляется web-мониторинг отобранных актуальных мировых источников по заданным для каждой проблемной области моделям.

Модель проблемной области – это множество ключевых понятий. Ключевые понятия для модели извлекаются из множества документов, относящихся к той или иной проблемной области на основе синтаксического и семантического анализа текстов. Синтаксический и семантический анализ текстов осуществляется на основе законов информетрии с учётом морфологии.

Осуществляется мониторинг источников, относящихся к электронным периодическим изданиям. Модель найденного документа сравнивается со всеми имеющимися моделями проблемных областей. На основе сравнения делается вывод о необходимости актуализации фонда знаний предприятия путём: получения из внешней среды или создания собственной инновации.

Подсистема комплектования фонда предприятия отвечает за структуризацию информации о документах посредством их библиографической обработки перед занесением в хранилище. Это позволяет легче идентифицировать необходимый документ при поиске в фонде.

Предлагается вариант интеграции программных средств, каждое из которых реализует определённые функции системы.

Таким образом, система с представленной структурой позволяет обеспечивает предприятие знаниями для осуществления научно-исследовательской, а, следовательно, и инновационной деятельности.

Научный руководитель - канд. техн. наук, доцент Белов А. А.

С. В. ДАНИЛОВА

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ ДАННЫМИ НА КОРПОРАТИВНОМ УРОВНЕ

Хранилища данных современного предприятия начали масштабироваться до терабайтных, петабайтных объемов. Значительная их часть, как правило, используется крайне редко, а на их обработку требуется много времени. По словам специалистов аналитический департамент крупной компании при проведении некоторых работ (например, сегментации клиентов) тратит 70—80 % своего времени на приведение в порядок данных. Более 75 % крупных компаний испытывают трудности с реализацией новых проектов и теряют прибыль из-за проблем с качеством данных.

Перед внедрением ИС необходимо продумать, какие данные будут использоваться, откуда они будут браться, как проверяться, куда передаваться, чтобы потом не решать проблему интеграции этих систем с другими. Таким образом, сокращаются будущие расходы. Качественные данные уменьшают риск ложных выводов и ускоряют процесс принятия решений (поскольку меньше времени тратится на проверку информации). Растет скорость продаж, вывода на рынок новых продуктов, запуска новых систем, а также доступность систем разного рода. Введение единых стандартов данных позволяет тратить меньше времени на запуск новых проектов, на формализацию требований.

Data Governance (DG) — не функция ИТ, а самостоятельная функция управления предприятием: соответствующие бизнес-процессы приходят с самого верха и контролируются на корпоративном уровне. Концепция DG предполагает конкретные роли, такие как data steward — «стюард данных», задача которого — «сервировать» правильно приготовленные данные. «Стюарды» отвечают за определенные области данных — например, риск, продажи или CRM. Особая группа — операционные «стюарды», отвечающие за первичный ввод данных. Конечно, из систем биллинга информация приходит автоматически, но очень многое заводится в систему путем ручного ввода или сканирования документов; большая часть ошибок возникает именно там. Задача DG в том, чтобы контролировать качество данных и динамически его исправлять.

В дальнейшем планируется выстроить процессы, которые позволят ввести стандартные методы управления качеством данных, общие для всех стран. Стандартизация поможет динамично меняться и эффективно управлять данными со сравнительно небольшими затратами.

Е. П. ДЕРЯБИНА

Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА БАЗЕ КИС

Эффективность работы организации, занимающейся торговой деятельностью, зависит от количества и от качества привлеченных клиентов. Для этого целесообразно использование CRM – системы,

которые при их внедрении помогают при ведении бизнеса и могут увеличить прибыль компании.

В исследовании проведен анализ рынка CRM-систем для предприятия занимающегося продажей программных продуктов. В работе были проанализированы наиболее популярные CRM-системы типа SaaS (Salesforce.com, SAP, Oracle Siebel CRM, Microsoft Dynamics CRM) и desktop (Terrasoft CRM, RegionSoft CRM, FreshOffice CRM).

Успех продаж программно обеспечения достигается максимально быстрым внедрением и интеграцией внедряемого ПО с другим имеющимся у клиента. Рациональное решение — использование имеющегося ПО и доработка его до того, что нужно клиенту, в короткие сроки. Такой метод становится с каждым годом всё эффективнее, т.к. значительно растет и количество программ созданных под любые задачи, и число предприятий, стремящихся автоматизировать и контролировать каждый сегмент своей деятельности.

Использование имеющихся готовых решений позволяет создавать программные продукты и настраивать их под конкретные задачи. Таким образом, возможность использования модификации значительно уменьшают стоимость всего проекта.

На основании результатов исследования было принято решение по доработке имеющейся CRM-системы под нужды предприятия с целью совершенствования торговой деятельности.

Научный руководитель - канд. техн. наук, профессор Денисов С. Л.

А. А. ЕВДОКИМОВА

Ивановский государственный энергетический университет

РАЗРАБОТКА МЕТОДОВ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОГО ПОИСКОВОГО ОБРАЗА

Традиционно в системах научно-технической информации активно использовался библиографический поисковый образ запроса и документа, формирование которого основывается на изучении общепризнанных классификационных систем и определении классификационных индексов. В результате проведенных исследований был выявлен ряд несовершенств такого метода формирования поискового образа, связанных с жесткостью структуры классификационной системы. Решение данной проблемы можно найти

в изменении самого принципа формирования поискового образа, если подойти к этому вопросу с точки зрения проблемно-ориентированного подхода.

Формирование такого поискового образа требует решения ряда задач: выявление и формулировка проблемы; выбор источников для формирования поискового образа; формирование поискового образа.

Выявление проблем целесообразно осуществлять на основе двух подходов – релевантного и пертинентного, так как применение лишь одного из них не позволяет полностью отразить содержание предметной области. Выделение проблем в соответствии с релевантным подходом осуществляется методами социологических исследований. Выделение проблем на основе пертинентного подхода осуществляется на основе системного анализа деятельности организации, так как информационные проблемы чаще всего порождаются невозможностью решить какую-либо производственную задачу без соответствующего информационного ресурса.

Формирование поискового образа (модели) проблемы осуществляется с использованием методов текстового анализа. На адекватность сформированной модели влияет множество факторов: количество исходных документов для формирования ключа; количество ключевых терминов, необходимое для отражения сущности проблемы; диапазон частотных характеристик ключевых терминов (уровень сдвига множества словоформ от термина, характеризующегося максимальной частотой употребления).

В ходе исследования определены диапазоны оптимальных значений выявленных факторов, позволяющих сформировать поисковый образ, адекватно отражающий сущность рассматриваемой проблемы.

Р. Ш. ЖАФЯРОВ

Ивановский государственный университет

ПРОГРАММА ЦЕНТРАЛИЗОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ БАРС. МИС В УСЛОВИЯХ МЕДИЦИНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Доклад содержит информацию по организации внедрения Медицинской Информационной Системы (МИС) на рабочих местах Медицинских организаций (МО): этапы внедрения, цели и задачи

этапов внедрения, результаты работ, выходные документы по этапам внедрения.

Этапы включают в себя: организацию внедрения; настройку МИС; обучение; запуск в опытную и промышленную эксплуатацию.

Особый интерес представляет работа по обучению персонала. На данном этапе внедрения проводится инструктаж (обучение) персонала по функциональным ролям: проведение Исполнителем групповых лекционных и практических занятий для Ключевых пользователей; обучение Ключевыми пользователями Заказчика конечных пользователей; аттестация ответственным за внедрение в виде тестирования, по результатам которого пользователи допускаются к работе с МИС.

Рекомендуется определенное количество и время обучения персонала: регистратор поликлиники; врач поликлиники; статистик поликлиники; регистратор приемного покоя; статистик стационара предполагается обучение в течении одного дня. Заведующий отделением проходит обучение за 0,5 дня, а врач стационара 2 дня.

По окончании обучения продолжать работать с персоналом индивидуально. В процессе индивидуальной работы актуализировать настройки системы внутри МО. Составить отчет о выполненной работе с указанием всех выявленных замечаний. Результатом данного этапа является ведомость обучения.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Журавлев А. Ю.

А. Ю. ЖУРАВЛЕВ

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОДХОДА РМВОК

Свод знаний по управлению проектами РМВоК (PMI) является, пожалуй, наиболее авторитетным источником актуальных практик, прежде всего, для ИТ-сферы. Соавторами данного стандарта явились ведущие представители рынка системной интеграции – «ученые от бизнеса», удачно сведшие воедино целый ряд подходов к управлению ИТ-проектами с единственной целью – поставка максимально адекватных решений. Этот, своего рода, этический кодекс, в рекомендательной форме дающий представление об организованном проектном бизнесе, сегодня имеет необходимость в переосмыслении.

1. Переход к облачной корпоративной инфраструктуре способен лишить РМВоК индивидуализированного подхода к управлению ИТ-проектами, заменив адресное развертывание разветвленной топологии типовым подключением. Тем самым, софт и мощности по требованию предопределили вектор совершенствования стандарта – 5-ое издание (2013) уже содержит ряд недостаточных, впрочем, отклонений в сторону вынесения корпоративной экосистемы в сеть.

2. РМВоК, имеющий в своей основе классический итерационный подход, призван рекомендовать, развернуть и адаптировать решение в достаточном соотношении с поставленной заказчиком задачей. Данный комплекс проектных мероприятий не снижает стоимость работ, а напротив – зачастую провоцирует расползание масштабов проекта по бюджету и срокам, в первую очередь, за счет повышения качества бизнес-аналитики и прочих нематериальных позиций WBS.

3. PMI делает колоссальный акцент на качестве подготовки и сертификации РМР-специалистов, регулярно требуя их ператтестации и определенного числа успешно реализованных проектов в портфолио команды. Между тем, неудовлетворенный спрос на отечественном рынке системной интеграции все еще слеп, наивен и возмутительно безграмотен. Ряд целевых мероприятий со стороны PMI, направленных на популяризацию актуальных ИТ-решений и заданной планки качества исполнения внедрений, способен привести к небывалому всплеску интереса и росту числа проектов.

Даже в условиях стремительно развивающегося ИТ-рынка, где наука смирилась с ролью догоняющего, РМВоК, наряду со сводами знаний ITIL и ITSM, должен оставаться для специалистов ключевым первоисточником, способным организовать этот бизнес.

О. А. КАЛАЕВ

Ивановский государственный университет

АКТУАЛЬНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В РАМКАХ ООО «КОНСАЛТ-ПЕРСОНАЛ»

В качестве основной проблемы на предприятии ООО «Консалт-Персонал» можно выделить отсутствие единой системы управления для автоматизации процессов управления и сервисного обслуживания. Сейчас, предприятие пользуется порталом его необходимо до конца интегрировать с 1С, тогда будет решена проблема единой системы управления, но уже при использовании только одного портала

повысилась прозрачность бизнес-процессов, появилась возможность постановки задач, отслеживания их выполнения. Теперь руководители могут просмотреть, как выполняется задача, узнать, насколько эффективно работают сотрудники и подразделения.

В качестве инструмента совершенствования системы предприятия можно рассмотреть специализированную PMS-системы. PMS- это информационная система управления проектами. ИСУП представляет собой организационно-технологический комплекс методических, технических, программных и информационных средств, направленный на поддержку и повышение эффективности процессов планирования и управления проектами, в основе которого лежит комплекс специализированного программного обеспечения.

Система управления проектами – система поддержки принятия решений, построенная на основании методологии управления проектами. Эффективность работы системы обеспечивается за счет интеграции стратегических целей компании, планов финансирования и планов использования ресурсов с учетом возможных рисков. Так как стратегические решения принимаются в организации любого типа и любого типа бизнеса, система управления проектами может быть создана для любой компании.

Основой системы управления проектами является план управления проектом. План подробно описывает то, каким образом будет использоваться система. Её содержание может быть различным, оно зависит от ряда факторов: от особенностей организации, области приложения, доступности необходимых ресурсов, сложности проекта.

Управление проектами является наукой о применении инструментов и технологий, которые дают возможность команде (не только управляющему проектом) организовать работу с учетом этих ограничений. Подход к управлению проектами рассматривает следующие три ограниченности: финансы, время и людской ресурс. При необходимости сократить сроки (время) можно увеличить количество занятых людей для решения проблемы, что непременно приведет к увеличению бюджета (стоимость). За счет того, что эта задача будет решаться быстрее, можно избежать роста бюджета, уменьшая затраты на равную величину в любом другом сегменте проекта.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Данилова С. В.

WEB-РЕШЕНИЕ ДЛЯ ПРИЕМНОЙ КОМИССИИ ИВГУ

В наши дни важную роль в организации практически любого бизнес-процесса играет его информатизация. Такую же роль она будет играть и в государственном учреждении, например в вузе.

Давайте рассмотрим приемную комиссию и период приема заявлений от абитуриентов. Данный процесс требует огромного объема работы по обработке информации и человеческих ресурсов.

Абитуриент, пришедший в приемную комиссию, должен обратиться к техническому секретарю для ввода персональных данных и информации из документов в общую информационную базу. Все эти действия, занимая довольно долго времени, что не входит в интересы приемной комиссии и самого абитуриента.

Для того, чтобы максимально облегчить данный процесс для абитуриента, и ускорить – для приемной комиссии, нужно позволить абитуриенту самому заполнить нужные данные, включая выбор направлений подготовки для поступления. Занесенные данные будут занесены в общую базу приемной комиссии. Будущему студенту, останется лишь прийти в приемную комиссию для того чтобы предоставить документы и оставить свои подписи. Секретарю приемной комиссии, в свою очередь, останется сверить введенные данные с оригиналом и сформировать персональное дело.

Отрицательной стороной данной реализации являются следующие факторы:

- отсутствие или ограниченное количество консультаций для абитуриента (решением может стать наличие live-чата или базы знаний);
- отсутствие наличия подключения к интернету у абитуриента.

С технической стороны, данное решение довольно просто реализовать. Требуется лишь наличие WAMP- или LAMP-связки на сервере университета. Далее пишется PHP-скрипт для формирования веб-формы и занесения данных в базу. Технологии можно менять, в зависимости от предпочтений и возможностей разработчика, например, можно использовать JSP или ASP.NET.

Данное решение должно оптимизировать процесс приема. В данный момент ведется работа по реализации данной системы.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Журавлев А. Ю.

Д. А. КИСЕЛЁВ, А. А. СИМОНОВ, Д. А. РАДЖАБОВ
Ивановский государственный энергетический университет
им. В. И. Ленина

МОДЕРНИЗАЦИЯ ЛВС КАФЕДРЫ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИИ «НУЛЕВОГО» КЛИЕНТА

На кафедре информационных технологий ИГЭУ для обеспечения учебного и научного процессов развернута локальная вычислительная сеть (ЛВС), которая состоит из двух сегментов, связанных с корпоративной сетью ИГЭУ. ЛВС кафедры включает в себя 35 рабочих станций и 3 сервера. Но из-за долгого использования без каких-либо основательных улучшений аппаратная часть ЛВС морально и физически устарела. Кроме того, в ходе эксплуатации ЛВС был выявлен ряд проблем: сложность администрирования ЛВС; недостаточная надежность хранения данных; сложность обеспечения требуемого уровня информационной безопасности; старение компьютерного парка.

Рассмотрена модернизация ЛВС кафедры на основе технологии «нулевого» клиента. В соответствии с этой технологией каждое рабочее место кафедры будет реализовано в виде «нулевого» клиента, состоящего из монитора с подключенными к нему устройствами ввода/вывода. Монитор имеет соединение со специализированным сервером (сервером виртуализации) по ЛВС. На сервере реализуются полноценные виртуальные рабочие места пользователей. Используется топология сети «звезда». В каждом сегменте будет свой сервер виртуализации, на которые дополнительно возлагаются функции существующих серверов кафедры.

Реализация модернизации сети кафедры планируется осуществить в два этапа. На первом этапе осуществляется развертывание компьютерного класса в составе 16 рабочих мест и одного сервера виртуализации в рамках одного сегмента ЛВС кафедры. При этом осуществляется отработка данной технологии, а также выявляются резервы и скрытые проблемы. На втором этапе планируется реализовать технологию «нулевых» клиентов на базе второго сегмента ЛВС кафедры, а так же осуществить объединение обоих сегментов кафедры.

Предлагаемый вариант модернизации ЛВС кафедры детально проработан в курсовом проекте и принят за основу реализации, что позволит устранить выявленные проблемы существующей ЛВС кафедры.

М. Д. КИЧЕВ
Ивановский государственный университет

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИТ–ТЕХНОЛОГИЙ В ОАО "СБЕРБАНК"

В настоящее время в сфере банковских услуг одной из главных задач стоит развитие информационных технологий, которые помогают сократить очереди в отделениях банка и упростить клиентам оплату коммунальных платежей.

Сбербанк в данный момент развивается в четырех направлениях.

1. Терминалы Сбербанка.

Платежные терминалы набирают в последнее время все большую популярность за счет того, что в них можно без труда оплатить любые коммунальные платежи без очередей. Для Сбербанка основным конкурентом в данном направлении являются терминалы QIWI, в которых за проведение операции взимается комиссия в размере 3%. Преимуществом терминалов Сбербанка является то, что практически все платежи проводятся без комиссии.

На данный момент в банке ведется работа над увеличением числа поставщиков услуг, которых ранее не было, а также ведется кардинальная переработка всего интерфейса, который станет более наглядным для клиентов.

2. Сбербанк онлайн - это личный кабинет, с помощью которого клиенты могут не выходя из дома присматривать всю информацию по своим картам и счетам, оплачивать свои кредиты, осуществлять переводы и оплачивать узкий круг коммунальных платежей. В данном направлении банк увеличивает количество поставщиков и упрощает процесс оплаты коммунальных платежей.

3. Мобильные приложения - в данном направлении банк ведет активную доработку, которая без труда поможет клиентам оплачивать коммунальные платежи так же как и в Сбербанке онлайн.

4. Автоплатеж ЖКХ - представляет собой оплату коммунальных платежей в автоматическом режиме по мере появления задолженности у клиента к организации.

Итак, основной целью Сбербанка является существенно упростить оплату услуг ЖКХ с помощью различных сервисов и даже с помощью услуги автоплатеж.

Научный руководитель: ст. преп. Романова А. В.

Ю. А. КОРЯКОВА

Ивановский государственный энергетический университет

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ ДЛЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ КОМПАНИИ

Основная задача текстильных торговых предприятий — обеспечить возможность покупки товара при соответствующем качестве торгового обслуживания, достигнув при этом своих основных подцелей, при этом предприятие нуждается в составлении эффективного плана производства и продаж. Поэтому на любом торговом предприятии выделена подфункция: планирование объемов продаж. Самым важным этапом в планировании является прогнозирование продаж. Суть в том, что необходимо, используя данные из базы данных об объемах продаж за предыдущий интересующий период (месяц, квартал, год) можно получить прогнозные значения объемов продаж за последующий период.

Существуют различные методы прогнозирования, но на практике применяются немногие. Все методы имеют свои цели достижения при прогнозировании и поэтому направлены на получение качественно разных результатов. Крупные текстильные предприятия обладают большим количеством данных за прошлые промежутки времени, также имеют множество различных факторов, в той или иной степени влияющих на продажи. Поэтому для получения наиболее эффективных результатов управленцем необходимо составить ансамбль моделей прогнозирования (составная модель, включающая в себя нескольких базовых моделей), что даст более полную картину при составлении плана производства и продаж.

При анализе всех существующих методов был разработан ансамбль моделей с применением следующих моделей:

- Линейная регрессия;
- Нейронная сеть;
- Дерево решений;
- Логистическая регрессия.

В качестве экспериментальных данных для апробации моделей были использованы объемы продаж текстильной компании за 3 предыдущих года (2011-2013), благодаря которым были получены прогнозные значения объемов продаж на предстоящий год. Таким образом, наличие прогноза позволяет создать грамотный план производства и продаж, что позволит увеличить удовлетворенность

клиентов и оборачиваемость товаров, уменьшить риски образования нераспроданных товаров.

Научный руководитель - канд. техн. наук, доцент Баллод Б. А.

О. М. КУКУШКИНА, А. С. ОЧЕРЕТОВЫЙ
Ивановский государственный университет

ПРИМЕНЕНИЕ КРОССПЛАТФОРМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Понятие кроссплатформенности стоит рассматривать в трех аспектах:

- кроссплатформенность на уровне операционных систем: под платформой понимается аппаратное обеспечение;
- на уровне бинарного кода («байт-код», JIT, технологии виртуализации);
- на уровне исходного кода (кроссплатформенные библиотеки, frameworks).

Однако остановимся подробнее на третьем пункте изложенного выше материала. Для этого предлагается ознакомиться с результатами разработки многоплатформенного редактора математических формул.

Для осуществления проекта по разработке многоплатформенного редактора математических формул был выбран язык C++ с использованием библиотеки объектов Qt версии 5.2.0, что обеспечивает ее платформонезависимость как в 32-х разрядных, так и 64-х разрядных версиях операционных систем Windows, Linux, Mac, iOS и Android. Программа может быть использована для организации форумов с участием студентов и школьников, изучающих математику, при подготовке учебных и контрольных материалов преподавателями математики, а также при создании интеллектуальных обучающих программ.

Qt представляет собой кроссплатформенный инструментарий для разработки программного обеспечения на языке C++. Отметим, что существует возможность использования библиотеки с другими языками программирования. Qt позволяет запускать приложения в большинстве современных операционных систем с помощью компиляции программы для каждой операционной системы без изменения исходного кода.

Таким образом, несмотря на наличие большого количества аппаратных платформ и операционных систем, благодаря кроссплатформенным технологиям можно избежать трудностей в применении программного обеспечения как в повседневной жизни, так и в профессиональных областях.

А. В. МАСЛОВА

Ивановский государственный университет

СОЗДАНИЕ ГРУППЫ ДЛЯ КАФЕДРЫ ИТЭИОП ИВГУ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

Сегодня можно с уверенностью сказать, что социальная сеть «ВКонтакте» является популярной среди молодежи, да и не только.

Группа кафедры ИТЭиОП нужна для того, чтобы:

- предоставить общественности больше дополнительной информации о кафедре помимо той, которая находится на главном сайте ИвГУ. Это может заинтересовать многих абитуриентов и тем самым привлечь их учиться к нам.

- обмениваться информацией между студентами и преподавателями. Так как многие преподаватели сейчас зарегистрированы в этой социальной сети, то будет очень удобно сообщать студентам какую-либо информацию и оповещать о событиях, происходящих на кафедре ИТЭиОП.

Мы провели анализ и обнаружили, что в некоторых вузах области уже разработан подобный проект, но существующие группы наполнены малым количеством информации и попросту недоработаны.

Например, в группе «Кафедра информационных технологий ИГЭУ» отсутствует следующая информация:

- история кафедры, ее состав, деятельность;
- учебный план (перечень профильных предметов);
- контактная информация преподавателей кафедры;
- информация для абитуриентов;
- учебные материалы для студентов (различные методические указания, электронные книги, списки дополнительной литературы);
- расписание занятий, экзаменов и консультаций для студентов этой кафедры;
- расписание различных учебных мероприятий (конкурсы, олимпиады);

– месторасположение кафедры.

Также в группе «Кафедра информационных технологий ИГЭУ» имеется очень мало фото- и видеоотчетов об общественной жизни кафедры, а также обсуждений по различным интересующим темам.

Таким образом, можно предположить, что при соблюдении всех вышеперечисленных пунктов, наша группа должна хорошо функционировать и облегчать работу и студентам и преподавателям.

Научный руководитель: ст. преп. Романова А. В.

С. А. МЕЛЬНИКОВ

Ивановский государственный университет

ПЕРЕСМОТР РОЛИ ИТ-АУТСОРСИНГА В УСЛОВИЯХ ОБЛАЧНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ

В настоящее время новые технологические тенденции способны в корне изменить взаимоотношения между вендорами, интеграторами и заказчиками. Сегодня облачные технологии находятся в стадии практической реализации, однако они развиваются не так быстро, как этого бы хотелось предлагающим их вендорам; проблемы и сдерживающие факторы практически те же, что и в области аутсорсинга. Интеграция уже готова к применению облачных решений, накапливает опыт, но процесс их развертывания будет очень постепенным. Большая часть интеграторов сегодня серьезно рассматривает возможность аренды сектор ЦОДа, а равно и построение собственного, который они намерены использовать в качестве полигона для разработки, поддержки и демонстрации наших решений и услуг. Все эти факторы меняют отношение рынка к ИТ-аутсорсингу.

1. В условиях аренды платформ и вычислительных мощностей известная роль ИТ-аутсорсинга, как вынесение некоторых функций за контур предприятия, угасает. Сокращение затрат на реализацию ИТ-бюджета за счет использования облачных вычислений неизбежно приведет к росту этого рынка, и уже привело к высокой концентрации компетентных специалистов в этой сфере. Бизнес приобретает осознание, что отдавать несвойственные функции профессионалам – правильно.

2. Недостаточно высокое качество предлагаемых решений, объединяющих программные, аппаратные и технологические средства.

В большинстве случаев – это решения «лоскутного» типа, объединяющие различные программные продукты, разрабатываемые вне комплекса, различными разработчиками.

3. Недостаточно эффективное использование новейших методов обучения, программных и аппаратных средств и, как следствие – высокая доля неэффективных завершенных проектов в этой области, по различным причинам не соответствующим современным реалиям.

ИТ-аутсорсинг уже никогда не будет прежним, а, значит, необходимо выработать новые правила поведения на этом рынке.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Журавлев А. Ю.

А. А. МОРОЗОВА

Ивановский государственный университет

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН-ИГР

На сегодняшний день рынок онлайн-игр достаточно богат. С каждым днем популярность игр растет, увеличивается количество пользователей, а, следовательно, растут потребности в новшествах. Именно поэтому онлайн-игры становятся все более реалистичными, захватывающими и совершенными.

Основной тенденцией является улучшение графики, которая становится все более и более реалистичной в таких проектах как ArchAge, Aion, Tera Online. Этот фактор является немаловажным при выборе игры.

Разработчики онлайн-игр для увеличения прибыльности своих проектов делают определенный функционал в игре платным. Примером могут служить внутренние магазины таких онлайн-игр как Tera Online, Aion. В них игрок может приобрести дополнительные вещи, которые, так или иначе, помогут ему в игровом процессе.

Еще одним примером является то, что плата взимается за проведенное в игре время «по подписке» как в World of Warcraft, что обеспечивает пользователю доступ к игре, либо открывает для него ряд привилегированных возможностей.

К сегодняшнему дню усилилась борьба разработчиков за реализм ощущений. Для этого в играх интерфейс адаптирован не только под клавиатуру и мышь, но и под геймпады (контроллеры), специальные очки и другие дополнительные устройства. Возможно, в ближайшем будущем геймеры смогут ощутить более широкий спектр

ощущений, связанных с рецепторами обоняния и осязания, как обещают создатели Oculus Rift Палмер Лакки и Джон Кармак.

Безусловно, развитие онлайн-игр не будет стоять на месте, каждый день появляются новые и все более совершенные проекты. Уже сейчас игровой мир становится прекрасным средством для проведения свободного времени и дополнением к общению между людьми.

Научный руководитель: ст. преп. Романова А. В.

М. А. НИКОЛАЕВ, С. В. ПУТИЛОВ
Ивановский государственный энергетический университет

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СТРУКТУРЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАДЕЖНОГО ХРАНЕНИЯ ДАННЫХ В ЛВС КАФЕДРЫ

Эффективность реализации образовательную деятельности с использованием информационно-коммуникационных средств кафедры существенно зависит от рационально сформированной структуры информационных ресурсов и обеспечения надежного хранения данных. В статье рассматривается доработанный, с учетом опыта, вариант формирования структуры информационных ресурсов, а также расширенный вариант реализации хранения информационных ресурсов кафедры с использованием облачных сервисов.

Все пользователи ЛВС делятся на 3 группы: Студенты, Преподаватели, Администраторы. В их распоряжении находятся 4 основные группы информационных ресурсов, расположенных на жестком диске сервера кафедры: Bufer, Users, Кафедра, Sys. Admin. Данные группы пользователей позволяют охватить всех сотрудников и студентов кафедры, тем самым облегчают формирование прав доступа к сетевым ресурсам кафедры и управление участниками групп.

Для обеспечения надежного хранения информации, находящейся в ЛВС была разработана трехуровневая схема хранения, позволяющая всегда иметь в наличии актуальную информацию, независимо от влияния внешних факторов.

1 уровень. Резервная копия, создаваемая системой Windows ежедневно на отдельном жестком диске объемом 1ТБ.

2 уровень. Резервное копирование на внешний жесткий диск объемом 1ТБ осуществляется системным администратором раз в месяц с помощью специально разработанной программы – скрипта.

3 уровень. Резервное копирование на облачные сервисы производится программой - клиентом облачного сервиса каждые 10 минут. Объем облачного хранилища и объемы передаваемого трафика варьируется в зависимости от синхронизируемых данных и в среднем составляют 100Гб и 3Гб соответственно.

Предложенная нами структура информационных ресурсов и распределение прав доступа позволяет наиболее эффективно реализовать образовательную деятельность с использованием информационно-коммуникационных средств. А трехуровневая технология резервного копирования обеспечивает необходимую надежность хранения информационных ресурсов кафедры.

А. А. ПЕРМЯКОВ

Ивановский государственный университет

КРИТЕРИИ УСПЕШНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ WEB-ПРОЕКТОВ

Интернет с каждым днем все сильнее проникает в жизнь населения и бизнеса, что привело к быстрому росту числа web-проектов. Планирование реализации web-проектов, равно как и оценка их эффективности достаточно сложна из-за специфики предметной области, влияния большого числа факторов и высокой степени неопределенности.

Часто происходит так, что интернет-проект полностью готов, запущен, но пользователи им не интересуются. А если они и посещают его, то проводят недостаточно времени, не реализуя первоначальный замысел.

Для качественного выполнения и продвижения интернет-проекта необходимо следующее: глубокий маркетинговый анализ + продуманная структура сайта + адресный контент сайта + четкий сценарий исполнения задачи + наличие перспективной стратегии продвижения.

1. **Качественный маркетинговый анализ.** Любой web-проект должен начинаться с оценки самой идеи на ее успешность. Необходимо определить целевую аудиторию, произвести анализ рынка, сформировать уникальное торговое предложение и выявить преимущества перед конкурентами. При реализации web-проектов не

для рынков необходимо чтобы цена создания соответствовала цене решения бизнес-задачи.

2. Продуманная структура и контент сайта. Web-проект в первую очередь должен быть привлекательным для целевой аудитории, в нем должны отражаться все преимущества, выявленные на стадии маркетинга. Проект необходимо выполнять с учетом всех существующих стандартов, т.е. цвета должны хорошо сочетаться, отступы выдержаны, навигация понятная и удобная, нужная информация видна сразу. Web-проект должен запоминаться пользователю не обязательно дизайном, текстами, а своей уникальностью.

3. Создание четких сценариев исполнения задачи пользователя. Необходимо чтобы каждый шаг пользователя web-проекта был полностью продуман и прописан, а все сервисы имели инструкции для качественного обслуживания задач пользователя. На данном этапе необходимо продумать регистрацию посетителей, распределение их правами и безопасностью, создать четкие регламенты по обработке заказов и т.д.

4. Стратегия продвижения. После запуска web-проекта необходимо чтобы его посетило как можно больше клиентов. Для этого необходимо задействовать все возможные каналы генерации трафика: поисковые системы, контекстная реклама, медийная реклама, социальные сети, e-mail- и sms-рассылки. Выбор инструментов зависит от отрасли, бюджетов и целей web-проектов.

Для того чтобы качественно реализовать любой интернет-проект необходимо выполнение данных мероприятий. Каждый из этих этапов очень важен и при его отсутствии сложно будет получить необходимый результат в заданный срок.

С точки зрения управления ИТ-проектами реализация и продвижение интернет-ресурса является неблагодарной затеей. Повторяя специфику стартапа, web-проект способен «выстрелить» за счет грамотно поданной идеи, наполнения ресурса актуальным контентом. Но все инвесторы единодушны во мнении, что проект должен, прежде всего, отражать уверенность проектной команды в правильности каждого шага.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Журавлев А. Ю.

А. П. ПЕРФИЛОВ
Ивановский государственный университет

ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ ПРОЦЕССОРОВ ОТ КОМПАНИЙ AMD И INTEL

На 2014 год компания Intel предлагает процессоры серии Intel Core i3, i5 и i7. Они имеют более высокую производительность в отличие от процессоров серии Pentium и Celeron. Процессоры i3 созданы для работы с документами и веб-серфинга. Процессоры i5 – это вариант по цене и производительности, он подходит для решений большинства задач. Процессоры i7 – это максимальная на сегодняшний день производительность, предлагаемая компанией Intel. Они подходят для выполнения любой задачи с максимальной скоростью.

Компания AMD, в свою очередь, предлагает гибридные процессоры А-серии. Их особенность в том, что они состоят из центрального и графического процессора на одной микросхеме, что является достижением в процессе обработки данных с момента появления более 40 лет назад архитектуры x86. Создание этих процессоров стало возможным после того, как AMD купила компанию ATI, которая производила графические процессоры. AMD всегда отличалась от Intel тем, что они делали хорошие процессоры по относительно невысокой цене и с улучшенной обработкой графики за счет технологии «3DNow!». Последний процессор, который был выпущен – это A10-7850K со встроенной видеокартой Radeon R7 серии. За счет создания таких процессоров, у компании AMD есть неплохой шанс пробиться на корпоративный рынок.

Если развитие процессоров продолжится в сторону мобильности, то, не исключено, что в процессор будет помещаться не только видеокарта, но и все системные компоненты, а, следовательно, ПК будут иметь размеры меньше, чем современные ноутбуки, но с более высокой производительностью.

Впрочем, считаем важным отметить тот факт, что хотя AMD делает процессоры по меньшей стоимости и не отстает от Intel по производительности, компания плохо ориентируется на корпоративном рынке.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Журавлев А. Ю.

А. Н. ПОТЕХИНА

Ивановский государственный университет

К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПО, РАЗРАБОТАННОГО В ГЕРМАНИИ

Мы привыкли, что центральное место в разработке программного обеспечения в настоящее время занимает США, с этой страной связаны практически все ИТ-новинки, появляющиеся в мире. В Германии также разрабатывается большое количество программных продуктов, но они редко переводятся на русский язык.

G Data Software AG – компания из Германии, производящая ПО и специализирующаяся на IT-безопасности. Производимые данной компанией персональные решения обеспечивают пользователю достаточно высокий уровень безопасности и защиты данных. Наиболее успешными проектами данной компании являются G DATA AntiVirus 2014 (ранее AntiVirenKit), G DATA InternetSecurity 2014, G DATA TotalCare (с 2007), G DATA NotebookSecurity (с 2008) и другие. ПО данной компании характеризуются моментальным распознаванием новых вирусов.

Рассмотрим отличия программ данной компании и продуктов, выпускаемых фирмой Avast. Все из вышеназванных продуктов обладают возможностью удаленного доступа к ПК, у Avast такая возможность имеется только в версии Premier. Также фирма-разработчик предлагает удаленное администрирование, что, на наш взгляд, весьма удобно. Сканирование компьютера в Avast осуществляется тремя независимыми модулями, в G Data же – только двумя. Но G Data имеет функцию OutbreakShield (защита от эпидемий) и блокирует шпионское ПО. Фирма также получила несколько наград за самое точное распознавание и удаление вредоносных программ. Конечно, Avast все же обладает преимуществом перед данной компанией, хотя бы потому, что выпускает большое количество версий, имеющих различную стоимость. Если сравнивать платные версии для домашнего использования, то Avast обладает преимуществами. Если же рассматривать бесплатные версии, то G Data представляет более быстрое обнаружение вирусов, более широкий спектр защиты, нежели Avast.

По нашему мнению, ничего принципиально нового немецкая компания привнести на российский рынок не сможет, но может составить вполне достойную конкуренцию отечественным разработчикам.

Научный руководитель - ст. преп. Романова А. В.

Ю. О. ПУГАЧЁВА

Ивановский государственный университет

ОБОСНОВАНИЕ НЕДОСТАТКОВ ИС АКБ «АКЦИЯ»

В настоящее время АКБ «Акция», функционирующий с 1990 г., предлагает широкий спектр банковских услуг как юридическим, так и физическим лицам. Однако приоритетным направлением деятельности является кредитование малого и среднего бизнеса.

Путем проведения комплексного анализа (который включал в себя изучение документации АБС и других программных продуктов, используемых в банке, анализ готовых моделей и схем бизнес-процессов, наблюдение за работой менеджеров отдела по клиентскому обслуживанию) мы выявили одну из главных проблем в работе объекта управления – **отсутствие единой базы клиентов в электронном виде**, сказавшееся на эффективности сбора, анализа и использования информации о клиенте, его запросах и истории взаимодействия.

Данная проблема привела к невозможности проведения полноценного анализа базы данных клиентов, сегментирования и выделения групп по заданным условиям для проведения маркетинговых кампаний и оценки эффективности маркетинговых действий.

Кроме того, для менеджеров по работе с клиентами затруднен процесс подготовки и контроля коммерческих предложений и потенциальных сделок, учет и контроль выполнения заявок и обращений пользователей. Руководителям отделов, в свою очередь, сложнее составлять качественные аналитические отчеты и контролировать эффективность работы сотрудников АКБ «Акция» ОАО.

Выявленные недостатки негативно сказываются на работе отдела по клиентскому обслуживанию и всего банка в целом. Для решения указанных выше проблем предлагаем:

- 1) перейти на ведение базы клиентов, их юридических дел в электронном виде,
- 2) использовать специализированные программные решения для банков, например, ASoft CRM Bank (разработка компании «ASoft»), BPMonline CRM Bank (компания Terrasoft) и др.

Научный руководитель - ст. преп. Романова А. В.

МЕТОДИКА АВТОМАТИЗИРОВАННОГО СОСТАВЛЕНИЯ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ БАЗЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ АНАЛИЗАТОРОВ ТЕКСТА

В настоящее время одной из основных задач, стоящих перед нашей страной является переход экономики на инновационный путь развития. Определяющим фактором инновационной деятельности любой организации служат знания, способность всех сотрудников организации использовать современные научно-технические достижения при решении возникающих в условиях жесткой конкуренции проблем. В связи с этим появилась необходимость создания в рамках единой корпоративной информационной системы технологии управления знаниями. Для создания такой технологии наиболее перспективным представляется метод иерархических понятийных структур (ИПС), при реализации которого решающее значение приобретает выбор терминологического множества, раскрывающего сущность проблемной области. В данной работе проведены исследования, направленные на повышение объективности и оперативности выполнения этой процедуры путем использования доступных анализаторов текстов.

1. Исходный текст (Т) взятой предметной области переносим в анализатор текста

2. Анализатор формирует терминологическое множество слов, обозначим его N и значение их частоты встречаемости .

3. Извлечение из множества N , подмножества N_1 (N_1N), путем удаления из исходного множества стоп – слов, т.е. слов, не несущих смысловой нагрузки

4. Составление **словаря текста**

5. Исключение из множества N_2 глаголов

6. Этап по уменьшению числа слов, входящих в словарь текста

7. Включение в работу эксперта, который, исходя из знаний предметной области, произведет составление семантического ядра текста, в которое он включит необходимые понятия, а затем распределит их по уровням, при помощи отношений нестрогого порядка и подчинения, получив при этом ИПС, способную осуществить контроль знаний по выбранной предметной области.

ВНЕДРЕНИЕ «1С:УНИВЕРСИТЕТ» И ЕГО ВОЗМОЖНОСТИ

Сейчас огромное значение уделяется качеству системы российского образования. Формирование человеческого капитала становится одним из главных факторов создания высокоэффективной экономики. Если учитывать всю сложность организации образовательного процесса, его зависимость от большого количества факторов, то можно заметить, что управление этим процессом является сложным и требует особого внимания.

Для управления крупным вузом, в составе которого большое количество подразделений и структур, следует создание единого информационного пространства, позволяющего обеспечить надежное хранение всей информации вуза без дублирования, с возможностью быстрого и удобного доступа к ней.

Считается, что «1С:Университет» - это оптимальное решение по созданию гибкой комплексной автоматизированной системы управления университетом. Он охватывает все уровни деятельности основных подразделений учреждения высшего профессионального образования и интегрируется с типовыми решениями фирмы «1С» для бухгалтерии и отдела кадров.

Какими же возможностями обладает «1С:Университет»?

1. Интеграция системы с функционирующими в вузе программными средствами.
2. Использование средств и технологий обработки конфиденциальной информации и персональных данных.
3. Определение организационной структуры вуза (факультетов, кафедр и структурных подразделений).
4. Настройка ролей и прав доступа пользователей, разграничение доступа к данным на уровне записи.
5. Работа приемной комиссии.
6. Планирование учебного процесса. Анализ экзаменационной сессии. Учет платных услуг.
7. Расчет и распределение нагрузки. Работа с приказами.
8. Загрузка данных из АИС ФБС и механизмы интеграции с ФИС ЕГЭ.

«1С: УНИВЕРСИТЕТ» с учетом выше представленных возможностей отвечает задачам создания комплексной автоматизированной системы управления университетом.

Научный руководитель - канд. техн. наук, доцент Жафярова Ф. С.

В. А. САВОСТЬЯНОВА
Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ

Цена товара зависит не только от цены закупки, но и от затрат на ее транспортировку, складирование, реализацию и т.д. Снижая эти затраты повышается прибыль. Именно этими вопросами занимается распределительная логистика. В настоящее время особое внимание обращается на информационный поток, при помощи которого планируют материальный поток, управляют им и контролируют его. Улучшение информатизации и организации может принести больший эффект, чем технические инновации.

Логистическая цепь компании включает географически распределенные объекты, где приобретаются, преобразуются, хранятся или продаются сырье, незавершенная и готовая продукция и соединяющие эти объекты каналы распределения, по которым перемещается продукция.

Каждое движение материалов связано с передачей информации. Некоторые сообщения опережают груз, авизируют его прибытие. Информационное опережение позволяет получателю своевременно подготовить его приемку. Другие данные сопровождают груз, они характеризуют вид и количество товаров, отправителя, получателя и владельца, обращают внимание на опасные свойства товара. Третий вид информации следует за материальным потоком и часто идет в обратном направлении (подтверждение приема, фактурирование, предъявление рекламаций, дополнительные заказы, запросы и т.п.).

Информация становится логистическим производственным фактором. Благодаря ей удается сократить складирование за счет улучшения управления запасами и согласованности действий поставщика и потребителя, кроме того, удается ускорить транспортировку. Недосток своевременной информации вызывает накопление материала, поскольку неуверенность потребителя, как и неуверенность поставщика, обычно вызывает желание подстраховаться.

Таким образом, правильной организации логистики на складе еще не достаточно для успешной работы распределительного центра, огромную роль в настоящее время играет информационная система, с помощью которой осуществляется учет.

Научный руководитель - канд. техн. наук, доцент Жафярова Ф. С.

И. О. СМИРНОВА, А. А. РОМАНОВА
Ивановский государственный университет

**ПРОБЛЕМАТИКА ВНЕДРЕНИЯ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА
«1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 8. УЧЕТ В УПРАВЛЯЮЩИХ
КОМПАНИЯХ ЖКХ, ТСЖ И ЖСК»
В РАМКАХ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Жилищно-коммунальное хозяйство является одной из важнейших сфер городского управления, которая направлена на обеспечение жителей любого региона страны необходимыми ресурсами, а также проведение различных ремонтных и профилактических работ по благоустройству зданий и прилегающих территорий для создания комфортных условий проживания.

В настоящее время большое внимание уделяется автоматизации сферы ЖКХ, в которой одним из ведущих вендоров на рынке программного обеспечения (ПО) является «1С».

Программный продукт от фирмы «1С: Предприятие 8. Учет в управляющих компаниях ЖКХ, ТСЖ и ЖСК» позволяет управлять различными расчетами и начислениями за предоставляемые услуги, вести бухгалтерский и налоговый учет, формировать отчеты (единые платежные и жилищные документы, отчет по лицевым счетам и т. д.), получать оперативный доступ ко всей необходимой информации в одном окне и многое другое

Но, несмотря на высокие функциональные возможности, возникает ряд проблем с внедрением программного продукта. Так, например, возникают ошибки при переходе с «1С: Предприятие 8. Учет в управляющих компаниях ЖКХ, ТСЖ и ЖСК» версии 7.0 на версию 8.0. Имеется проблема «первого использования», так как компаниям необходимо заполнять базы данных с нуля. Обнаружены сложности с обучением персонала, появляется необходимость набора новых кадров. Возникает проблема совмещения различных видов документов и информации в единую шаблонную форму, которая помогает при составлении бухгалтерской и налоговой отчетности. Неслаженная работа сотрудников управляющей компании и других служб приводит к неполному использованию всех функциональных возможностей программы.

Автоматизация сферы ЖКХ в Ивановской области находится на начальной стадии, что в данный момент затрудняет ощутить все функциональные возможности данного программного продукта и создать комфортные условия населению, что является приоритетным направлением для данной сферы.

Научный руководитель - канд. техн. наук, доцент Жафярова Ф. С.

Е. А. СОКОЛОВА
Ивановский государственный университет

СЛОЖНОСТИ ОЦЕНИВАНИЯ РАБОТ СТУДЕНТОВ ПРИ ПЕРЕХОДЕ К БРС

Преподаватели ВУЗов при использовании БРС учета успеваемости, сталкиваются с проблемой определения количества баллов за ту или иную работу.

Мы постараемся решить эту проблему, разработав новую систему оценки знаний и рассмотрев, как она применяется в отношении курсовой работы.

Рассмотрим главные критерии оценки:

1. Написание и оформление работы:

– самостоятельность при анализе и обработке информации (знание студентом материала, способность ориентироваться в работе, отвечать на вопросы по ней),

– умение применять различные методы исследования (теоретический анализ, изучение литературы, математические и статистические методы и др.),

– способность выявить проблему, способы ее решения, умение делать выводы,

– соблюдение сроков выполнения работы,

– оформление работы в соответствии с требованиями по стандарту.

Уровень выполнения 1 группы критериев оценивается от 0 до 2,5 баллов, так как основная часть работы приходится именно на написание курсового проекта.

2. Защита работы:

– соответствие с требованиями, предъявляемым к защите работы,

– способность защитить результаты своей работы, грамотная речь.

Уровень выполнения 2 группы критериев оценивается от 0 до 1,75 баллов.

3. Уровень инициативности (выбор темы работы, способов решения выявленной проблемы, высокая активность при посещении консультаций).

Уровень выполнения 3 группы критериев оценивается от 0 до 0,75 баллов.

Таким образом, суммируя баллы, мы получим итоговую оценку за работу.

Научный руководитель - ст. преп. Романова А. В.

А. В. СОКОЛОВ

Ивановский государственный университет

СОЗДАНИЕ ОБОЛОЧКИ ЭКСПЕРТНОЙ СИСТЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ СКРИПТОВ ПРОДАЖ И ЕЕ ВЕБ-ИНТЕГРАЦИЯ

Сегодня всем, кто работает в области информатики или интересуется этой областью науки, известен термин "экспертные системы". Экспертная система (expert system, knowledge based system) - это программная система, знания и умения которой сравнимы с умением и знаниями специалистов в конкретной предметной области знаний. Экспертные системы вместе с системами обработки естественных языков являются наиболее важными в коммерческом плане областями использования искусственного интеллекта.

Скрипт – это стандартная речевая формулировка для менеджеров. Задача скрипта – увеличить эффективность работы ваших менеджеров на встречах и при электронных продажах.

На данный момент времени на рынке продуктов отсутствует хорошего инструмента для написания скриптов продаж. Нашей целью было веб-интегрировать оболочку экспертной системы построения скриптов продаж с многопользовательским on-line доступом и распределением прав доступа.

Класс программ, которые мы называем оболочкой экспертной системы, создавался с целью позволить непрограммистам воспользоваться результатами работы программистов, решавших аналогичные проблемы.

Разработка оболочки нашей экспертной системы и ее веб-интеграция осуществлялась на языке java script - прототипно-ориентированным сценарным языком программирования, который часто используется как встраиваемый язык для программного доступа к объектам приложений.

В итоге, мы получили качественный инструмент, благодаря которому, эксперты в области продаж (руководитель отдела и самые квалифицированные специалисты), не имеющие знаний в программировании, могут, зайдя на наш портал, без труда создать экспертную систему, уникальную под свою задачу. Вследствие чего, созданная экспертная система будут использоваться новыми сотрудниками организации и сотрудниками, не имеющими высокой квалификации, тем самым позволяя им проводить встречи и звонки на самом высшем уровне.

Научный руководитель - канд. техн. наук, профессор Денисов С. Л.

Н. А. СТАРОВОЙТОВА
Ивановский государственный университет

КОРПОРАТИВНЫЙ ПОРТАЛ КАК СРЕДСТВО ПОДДЕРЖАНИЯ КОРПОРАТИВНОГО ДУХА

Проблема взаимосвязи между сотрудниками интересует всех дальновидных руководителей. Ведь дружная команда – залог успеха самой компании. Каждое предприятие решает данную проблему по-своему. Одни собирают сотрудников в нерабочее время на различные конкурсы и спортивные соревнования, другие проводят семинары и приглашают на них различных специалистов. Одним словом, руководители стремятся выделить таланты сотрудников, но каждый для этого выбирает свое решение.

Такое общение, бесспорно, полезно, но, если его рассматривать в рамках крупной компании, мы столкнемся с рядом организационных проблем, вызванных ее масштабом. Выделить все таланты сотрудников, организовав для каждого подходящий конкурс в большой корпорации трудновыполнимо, да и оповестить всех сотрудников о мероприятии, а позднее и о его результатах – весьма сложно.

Впрочем, мы живем в «век информационных технологий», и сейчас более 80% трудоспособного населения зарегистрированы хотя бы в одной социальной сети. Из них 70% заходят на свою страницу не реже, чем один раз в неделю, а 56% являются активными пользователями сети.

Корпоративный портал выполняет в себе функцию социальной сети, но в рамках предприятия. Здесь пользователи, помимо рабочих моментов, могут общаться между собой, просматривать общие фотографии, узнавать все новости компании, узнавать заранее о днях рождениях всех сотрудников и многое другое. Плюсом корпоративного портала в данном вопросе является также то, что общение между сотрудниками не закончится сразу после завершения тренингов/соревнований, а будет продолжаться и после них.

Таким образом, корпоративный портал в сочетании с привычными способами поддержания корпоративного духа, может не только ближе познакомить между собой коллектив компании, но и сделать работу для каждого сотрудника менее тяжелой. Ведь работать в коллективе хорошо знакомых людей гораздо приятнее, чем среди людей, с которыми ты совсем не общаешься.

Научный руководитель - ст. преп. Романова А. В.

А. Н. ТИХОНОВ
Ивановский государственный университет

СОЗДАНИЕ «ЭЛЕКТРОННОЙ ОЧЕРЕДИ» ДЛЯ ЗАПИСИ ДЕТЕЙ В СРЕДНИЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ШКОЛЫ

Ежегодно в нашем городе тысячи детей поступают в школы, но не всегда желание родителей совпадает с предоставленным им выбором. Возникает проблема того, что в наиболее востребованные общеобразовательные учреждения трудно попасть, потому что требования предъявляются очень строгие, например:

- 1) место прописки ребенка должно быть в районе школы;
- 2) в ряде случаев ребенок, перед тем как попасть в школу, должен в течение года посещать специальные подготовительные курсы, количество мест на которые ограничено (прохождение этих курсов обеспечивает гарантию приема ребенка в школу).

Решить эти проблемы мы предлагаем путем создания «Электронной очереди». «Электронная очередь» – это сервис, основанный на единой базе данных, аккумулирующей информацию о школах, условиях поступления в них, зарегистрированных детях, количестве доступных мест в том или ином общеобразовательном учреждении.

Предпочтительнее создавать «Электронную очередь» не только для жителей нашего города, но и для всей области. Приведем последовательность записи ребенка в школу:

1) при входе родителя/опекуна на сайт открывается общий перечень всех школ нашего региона с их особенностями и конкурентными преимуществами;

2) отдельно ведется статистика с количеством поданных в ту или иную СОШ заявок и свободных мест в ее классах;

3) если школа удовлетворяет всем требованиям, начинается процедура регистрации ребенка (с указанием ФИО ребенка, ФИО одного из родителей/опекунов, адреса прописки, особых условий, например, факта прохождения подготовительных курсов, и т.д.), после чего формируется заявка на поступление в школу;

4) процедура заканчивается выбором даты и времени собеседования с представителем школы для проверки документов, выбора класса, тестировании уровня развития ребенка и т.д. .

Отметим, что обновление данные о количестве поданных заявок и свободных мест должно проводиться регулярно в целях учета приоритета детей, прошедших подготовительные курсы.

Научный руководитель - ст. преп. Романова А. В.

А. В. ТИШКОВА

Ивановский государственный университет

АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗРАБОТКИ ПОРТАЛА ДЛЯ КЛИЕНТОВ

В настоящее время большое количество организаций используют вычислительную технику, применение которой открывает большие возможности для автоматизации и рационализации многих процессов на предприятии, обеспечивает постоянный контроль деятельности объекта, более быструю обработку информации, что в конечном итоге способствует снижению затрат времени, труда и материальных средств, а также повышает производительность труда работников и эффективность работы предприятия в целом. К тому же, зачастую экономический эффект от внедрения вычислительной техники и информационных систем превышает затраты на их покупку и развертывание/внедрение, в основном это касается корпоративных информационных систем, а в частности корпоративного портала.

Основными преимуществами порталного решения являются:

1. Поддержка версионности документов, контроля доступа и интеграции с содержимым, а так же автоматизацией движения по маршрутам делают работу пользователей с документами более прозрачной, простой, приятной и удобной.
2. Централизованное хранилище, это позволяет хранить все данные в одном месте.
3. Удобный интерфейс. Наличие простого и понятного интерфейса схожего с продуктами Microsoft Office позволяет новым пользователям быстро научиться пользоваться порталом и существенно сэкономить время на обучении.
4. Контроль прав доступа. Гибкая настройка прав доступа для пользователей позволяет ограничить доступ некоторых пользователей к сайтам, библиотекам и отдельным документам.
5. Организация совместной работы. Ведение общих и частных списков задач, календарей, баз знаний, опросов, обсуждений, контактов и новостей обеспечивают простое и удобное взаимодействие сотрудников компании и рабочих групп.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Данилова С. В.

А. И. ТРУФАНОВА

Ивановский государственный университет

ФАКТОРЫ РОСТА ПОСТАВОК ЛОГИСТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

В связи с бурным развитием информационных технологий стало возможным использование новых способов обработки и передачи информации в логистических системах. Российский рынок подобных решений развит в недостаточной мере: например, управление цепями поставок от производителя к конечному потребителю – наши интеграторы уделяют значительно меньше внимания. Однако, рынок услуг по хранению и дистрибуции товаров является одним из самых перспективных и постоянно растущих секторов экономики.

К факторам, влияющим на интенсивное развитие логистических решений, можно отнести: формирование глобальных цепей поставок, резкое сокращение жизненного цикла продукции, переориентация традиционного производства на производство «под заказ» и массовую кастомизацию, усложнение производства товаров и стремительное расширение их разнообразия, внедрение новых логистических технологий доставки грузов, бурное развитие информационных систем и технологий поддержки логистики и SCM, стремление компаний сокращать совокупную стоимость и затраты времени, связанные с движением товаров.

В пользу увеличения поставок логистических решений хочется добавить, что 2013 год был годом услуги «Big Data», которая выполняет задачи по хранению и управлению большим объемом данных, которые обычные реляционные СУБД не позволяют эффективно использовать, а так же самостоятельно их анализирует и предлагает прогнозы; простота ABC-анализа помогает отслеживать объемы отгрузки определенных артикулов и частот обращений к той или иной позиции ассортимента, ранжировать клиентов по количеству или объему сделанных ими заказов; растет популярность 3PL- и 4PL-логистики; осознание важности передачи несвойственной функции на аутсорсинг растет.

Динамичное развитие торговли в последние годы просто не может не сопровождаться количественным ростом спроса на услуги логистики. Тем самым отчетливо обозначается устойчивая тенденция к росту продаж логистических информационных решений.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Журавлев А. Ю.

Н. А. ХАЛЕЕВ
Ивановский государственный университет

УНИВЕРСАЛЬНАЯ ОБЛАЧНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

Мировой и российский рынок хранения и обработки данных в настоящее время переживает интересный период. Стремительно растущая популярность облачных услуг сформировала достаточно свежий и новый сектор рынка, организация которого отдана в руки бизнесу, не имеющему ни возможностей, ни желания этим заниматься.

Тем не менее, Microsoft, предлагая уникальный в своем роде продукт – System Center, фактически серверную операционную систему для управления ЦОДом, уверенно придерживается мысли об унификации этих процессов. Вендор верит, что концентрация и централизация корпоративных сервисов и мощностей в руках профессионалов способны в значительной степени избавить бизнес от всех проблем локальной инфраструктуры. Как это работает?

Бизнесу предлагается достаточно доступная логика распределения мощностей: имеется арендуемый пул вычислительных ресурсов, сопоставимых с совокупными возможностями, например, 600 производительных рабочих станций. Эта мощность может быть буквально «разделена» на любое число аппаратных секторов, выполняющих независимые вычисления, что может быть сравнимо с дележом пирога в зависимости от количества претендентов на свой кусок. Эти «куски» могут быть столь же непроизводительные, насколько большой контингент подключившихся сотрудников предприятия имеет место быть. Более того, централизованное управление позволяет быстро изменять число секторов, позволяя мгновенно получить парк удаленных машин любой конфигурации. Это особенно актуально в условиях отсутствия достаточного капитала для организации собственного дела в привычном сознании бизнеса.

Таким образом, бизнес получает очень доступный и гибкий инструмент масштабирования своей инфраструктуры. В условиях развития облачных технологий рынок очень много делает для снижения градуса недоверия к малопопулярным, на данный момент, гипервозможностям.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Журавлев А. Ю.

Секция
**«ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ:
ТЕНДЕНЦИИ И ИННОВАЦИИ»**

А. А. АКОПЯН
Ивановский государственный университет

**ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ КОРПОРАТИВНЫХ
КЛИЕНТОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА: НАПРАВЛЕНИЯ
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ
РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**

В современных условиях развития инновационной экономики практически все предприятия осуществляют свою деятельность с помощью привлечения заёмного капитала, поэтому необходимо уделять тщательное внимание разработке методик оценки кредитоспособности корпоративных клиентов. Необходимо привлекать апробированный зарубежный опыт при их совершенствовании и работать в направлении диверсификации методик для предприятий разных отраслей, разных стадий жизненного цикла и масштабов.

На сегодняшний день зарубежными банками применяются различные системы оценки кредитоспособности корпоративных клиентов: правило 5С (пяти "си"), которое используется американскими банками, система CAMELS, предложенная Мировым банком, система PARSEK, используемая в Великобритании, система PARTS, также используемая в Великобритании, методика CAMPARI, которая применяется европейскими банками, скоринговые системы, представляющие собой математическую или статистическую модель, модель Альтмана и другие модели, предназначенные для оценки кредитоспособности заемщика с целью прогнозирования возможности его банкротства (на базе коэффициента Z) и другие.

Несмотря на преимущества каждого из этих методик все они имеют свои недостатки. В целом можно отметить, что практика оценки кредитоспособности клиентов банка за рубежом и в России нуждается в значительном улучшении. Это касается как качества анализа кредитных заявок, оценок источников погашения кредитов, сбора и обработки информации, дающей возможность более точно определить кредитный риск, так и совершенствования методического обеспечения при расчете кредитоспособности, а также повышения

квалификации банковского персонала, организующего кредитный процесс.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Мазина Ю. Ю.

Т. БАРАНОВА

Ивановский государственный университет

РОССИЙСКАЯ СПЕЦИФИКА КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

Предоставление кредитов физическим лицам является традиционным для всех банков видом услуг. Потребителем кредитных банковских услуг являются самые разные клиенты, представители разнообразных социальных групп. Российский рынок кредитования физических лиц постоянно развивается. При этом наиболее активно растут объемы овердрафтного кредитования, авто-кредитования и ипотеки.

Кредит является формой движения ссудного капитала, т.е. денежного капитала. Кредит обеспечивает трансформацию денежного капитала в ссудный, а также показывает отношения между кредиторами и заемщиками. Банки предоставляют кредиты физическим лицам из собственных и заемных ресурсов. Средства банка формируются за счет средств клиентов на расчетных, текущих, срочных и иных счетах; средств межбанковского кредита; денежных средств, мобилизованных банком во временное пользование путем выпуска долговых ценных бумаг и т.д. Банковское кредитование физических лиц производится на основе главных принципов кредитования. На основе принципов кредитования формируется порядок выдачи и погашения ссуд, процесс их оформления. В условиях разумного ведения банковского дела необходимо учитывать воздействие только объективных принципов, не зависящих от переменных факторов. Рассматриваемыми принципами кредитования являются: срочность, возвратность, платность, обеспеченность, дифференцированность и целевой характер использования кредита. Специфика организации кредитования каждого конкретного банка выражается в самостоятельно разрабатываемом и утверждаемом руководством банка Положении о кредитовании, которое определяет внутренние правила

организации кредитной работы в банке, основные этапы, механизм и критерии работы с клиентами.

В целом изучение проблем в сфере кредитования физических лиц, а также проработка предложений по их устранению требует более пристального внимания и дальнейшей разработки.

Научный руководитель - ст. преп. Корягина Т. М.

Э. Н. БАШЛЯЕВА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ИМУЩЕСТВЕННОГО СТРАХОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РОССИИ

В России формируется страховой рынок, регулируемый государством. Для его совершенствования необходимо еще много работы, как в теоретическом, так и в практическом и законодательном аспектах. Экономическое назначение имущественного страхования заключается в возмещении ущерба, возникшего вследствие страхового случая. Имущественное страхование занимает первые позиции в структуре добровольного страхования в России. Согласно статистическим данным, сбор премий по имущественному страхованию собранных компаниями-лидерами с января по сентябрь 2013 года, составил 207,1 млрд. рублей, а объем выплат приблизился к 102,3 млрд рублей. Общие темпы прироста премий, в том же периоде, составляют 13,1%, что превышает среднероссийский показатель по данному виду страхования примерно на 5 процентных пунктов.

Страхование имущества является весьма перспективным сектором страхового рынка, активно реагирующим на все происходящие в этой сфере изменения. По оценкам одной из крупнейших инвестиционных компаний Deutsche UFG сегмент страхования имущества граждан вырастет более чем в 20 раз - с 320 млн долларов по итогам 2013 года до 7,5 млрд долларов в 2016 году. Именно в этом сегменте ожидаются самые высокие темпы роста сбора премий на протяжении ближайших 10 лет

Нет оснований предполагать спад в 2014 и 2015 годах на российском страховом рынке. Экономика продолжит развиваться, хотя и невысокими темпами. По оценкам Deutsche UFG, в 2014 году рынок перешагнет рубеж премии в 1 трлн. рублей. Примерно такой же темп роста сохранится и в 2015 году.

Страхование имущества граждан стоит на третьем месте после автострахования и медицинского страхования, и при неустойчивой экономической ситуации в стране, страхование имущества для подавляющего большинства населения становится менее важным. Таким образом, рост рынка страхования имущества физических лиц может идти только путем экстенсивного развития, который возможен лишь благодаря росту благосостояния населения.

Научный руководитель - ст. преп. Корягина Т. М.

Т. БЕКИНА

Ивановский государственный университет

ФИНАНСИРОВАНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ

За последние несколько лет значительно изменились приоритеты бюджетной политики, изменился состав государственных (муниципальных) учреждений по типам, также изменился и механизм финансирования государственных (муниципальных) услуг.

Одним из приоритетных направлений бюджетной реформы является отказ от финансирования бюджетных учреждений и переход к финансированию оказываемых ими услуг на основе нормативно подушевого финансирования (НПФ). В состав норматива подушевого финансирования входят текущие расходы, необходимые для реализации государственного стандарта общего образования. Но существуют проблемы в определении НПФ, особенно для малокомплектных школ, также стандарты качества услуг в регионах не достаточно проработаны и содержат только описание услуги, не включают количественные показатели, характеризующие условия ее предоставления.

Еще одна проблема заключается в том, что ограниченность бюджетных средств рамками государственного (муниципального) задания и нормативами финансирования приводят к тому, что для полноценного функционирования и развития, образовательное учреждение вынуждено привлекать дополнительные внебюджетные источники финансирования. При анализе расходов федерального бюджета, мы выявили, что при общем увеличении финансирования образования происходит сокращение бюджетных средств на развитие самой образовательной сети, на развитие материально-технического оснащения, на развитие кабинетов и т.д.

Кроме того, органы власти реализуют концепцию повышения эффективности бюджетных расходов в сфере образования, что направлено с одной стороны, на улучшение качества предоставляемых услуг, а с другой, на оптимизацию финансирования. На наш взгляд, необходимо усиление финансового контроля с тем, чтобы оптимизация не переросла в снижение стимулов для повышения качества образования, сокращение заработной платы работников образования, отсутствие повышения квалификации педагогов, воспитателей, которые работают в дошкольной, школьной сети и других учреждениях дополнительного образования.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Курникова И. В.

Э. БОЗЮЕВА

Ивановский государственный университет

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ

Система обязательного медицинского страхования в России переживает определенные трудности. В настоящее время происходит сокращение бюджетного финансирования здравоохранения, что затрудняет реализацию Закона « Об обязательном медицинском страховании ». С введением одноканального финансирования, бюджет ОМС должен формироваться за счет следующих источников: страховых взносов за работающее население; средств региональных бюджетов за неработающее население, субсидий федерального бюджета и прочих доходов. Однако при рассмотрении каждого конкретного источника возникает ряд нерешенных вопросов, которые законодательно не урегулированы.

Во-первых, необоснованным является введение льготных тарифных ставок страховых взносов для плательщиков, применяющих упрощенную систему налогообложения, для организаций в сфере информационных технологий, технико-внедренческих зон. Конечно, финансовая поддержка данных видов бизнеса и малого предпринимательства должна осуществляться, но не за счет страховых взносов. В противном случае, все потери по страховым взносам с данной категории должны покрываться за счет средств соответствующих бюджетов. Анализ бюджетов фондов обязательного медицинского страхования свидетельствует, что страховые взносы не обеспечивают финансового покрытия медицинской помощи работающему населению страны. Поэтому льготный порядок необходимо отменить.

Во-вторых, до сих пор не определены тарифы оплаты медицинской помощи за неработающее население: детей, пенсионеров, безработных. Органы власти регионального уровня обязаны вносить страховые взносы в федеральный ФОМС за вышеперечисленные категории. Объем средств, порядок их зачисления остаются в финансовой системе обязательного медицинского страхования непрозрачными. Нет методики определения страховых взносов, механизм отсутствует. На наш взгляд, страховые принципы в данном случае не работают, поэтому можно предложить вариант исключения неработающего населения из системы обязательного медицинского страхования, либо разработать страховой механизм в отношении этой категории населения.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Курникова И. В.

Т. В. БОРИСКОВА

Ивановский государственный университет

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВАЛЮТНЫХ ОПЕРАЦИЙ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

В настоящее время все большую роль в деятельности банков играют валютные операции, доходы от которых занимают значительный удельный вес в общей совокупности доходов банков. Для перспективного развития валютных операций коммерческий банк должен стремиться к максимальной прибыли от их проведения при минимизации рисков. Развивая традиционные банковские валютные операции, банку необходимо развивать новые технологии и услуги. Также особое внимание банку нужно уделять развитию вексельных расчетов, финансированию поставщиков под уступку денежного требования к потребителям продукции, оптимизации денежных потоков между клиентами региональных филиалов.

Совместно с развитием банковских услуг в валюте для клиентов - юридических лиц, банк должен способствовать расширению перечня и качества услуг для физических лиц. Одной из таких здесь можно упомянуть покупку - продажу наличной иностранной валюты через сеть своих обменных пунктов, а также расширение перечня операций, совершаемых обменными пунктами и их совершенствования. Расширяя перечень услуг, желательно, чтобы все обменные пункты работали с: кредитными карточками, принимали валюту на инкассо, производили размен валюты, совершали операции по кросс курсам. Также необходимо улучшение доставки наличной валюты напрямую через иностранные банки, тем самым банк сможет понизить себестоимость

валюты, и соответственно, сделать цену продажи валюты более конкурентно способной, усовершенствовать с помощью новых технологий сами обменные пункты на терминалы.

Широкое развитие у коммерческих банков должны получать кредитные валютные карты, а не только дебетовые. Тем самым коммерческий банк будет открывать для своих клиентов кредитную линию в валюте под определенный процент, и клиенты смогут пользоваться своей карточкой, не имея денег на картсчете. Внедрение и развитие чиповых карт, позволит максимально защитить владельцев карт и снизить риск мошенничества до минимума. Смарт-карты имеют объективные преимущества перед обычными картами по степени их надежности.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Симонцева С. В.

А. А. БОРУНОВА

Ивановский государственный университет

ПРИМЕНЕНИЕ ПОРТФЕЛЬНОГО ПОДХОДА ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ БАНКОВСКИХ ОПЕРАЦИЙ

В настоящее время достаточно трудно дать однозначную оценку ситуации, сложившейся в отечественном банковском секторе. С одной стороны, банковская система Российской Федерации демонстрирует выход на положительную динамику по многим показателям, постепенно восстанавливаясь после глобального экономического кризиса 2008-2009 годов.

С другой стороны, высокие риски сохраняются практически во всех сферах банковской деятельности, и лишь банки с государственным участием могут считать себя сколько-нибудь защищенными от банкротства.

На сегодняшний день банковский рынок как достаточно нестабильная система заставляет банки искать новые возможности дальнейшего роста, повышения прибыльности и более эффективного управления своей деятельностью. Достичь этих целей позволяет, в частности, применение портфельного подхода при осуществлении банковских операций.

Концепция портфеля предполагает восприятие активов и обязательств банка как элементов единого целого – портфеля, сообщающих ему характеристики доходности, риска, ликвидности и

проч. Т.е. все виды активов и обязательств банка структурированы в общую систему, представленную банковским портфелем.

Банковский портфель представлен системой, включающей в себя ряд взаимосвязанных подсистем: кредитный портфель, депозитный портфель, инвестиционный портфель, портфель внебалансовых обязательств, портфель ценных бумаг и др.

Данные подсистемы в свою очередь образованы входящими в них и связанными друг с другом элементами (кредитами, ценными бумагами, депозитами и т.д.), неделимыми с точки зрения аспекта рассмотрения.

Объединение индивидуальных объектов по общим признакам в целях лучшего управления дает эффект, недостижимый при управлении этими отдельными объектами; при управлении совокупностью (портфелем) удастся стандартизировать этот процесс, применяя одинаковые подходы и используя однотипные инструменты управления.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Бибикова Е. А.

А. Г. ВЕЛИКАНОВ

Ивановский государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Формирование кредитного портфеля – важнейший элемент деятельности любого коммерческого банка. Кредитный портфель служит главным источником доходов банка и одновременно – главным источником риска при размещении активов. От структуры и качества кредитного портфеля, безусловно, зависит устойчивость банка.

По вопросу определения категории кредитного портфеля на сегодняшний день не сложилось единого мнения. Отечественные ученые, на наш взгляд, недостаточно внимания уделяют данной проблеме. В зарубежной экономической литературе под кредитным портфелем понимается характеристика структуры и качества выданных ссуд.

Сущность кредитного портфеля банка можно рассматривать на категориальном и прикладном уровнях. В первом случае кредитный портфель - это экономические отношения, возникающие при выдаче и

погашении кредитов, осуществлении приравненных к кредитным операциям. Во втором случае кредитный портфель представляет собой совокупность активов банка в виде ссуд, учтенных векселей, межбанковских кредитов, депозитов и прочих требований кредитного характера.

Темпы роста кредитования замедляются, доля просрочки в портфелях банков приближается к критической отметке в 10%, а доверие вкладчиков снижается. В то же время Банк России опубликовал промежуточные данные о динамике развития банковского сектора в январе 2014 года. В частности, регулятор отметил, что совокупный объем кредитных портфелей банков вырос за январь на 2%: корпоративные кредиты прибавили 2,8%, а розничные — 0,2%.

Таким образом, мы приходим к выводу, что кредитный портфель является не просто случайно сложившимся набором кредитных требований банка, а результатом активных действий банка, динамично развивающимся, заведомо управленческим соотношением между различными видами кредитов.

Научный руководитель: ст. преп. Корягина Т. М.

М. А. ГАРИЧЕВ

Ивановский государственный университет

МОДЕЛИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДОХОДНОСТИ РАЗЛИЧНЫХ КАРТОЧНЫХ ПРОДУКТОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

В нашем исследовании на примере зарплатного проекта рассматривается вопрос о доходности различных карточных продуктов. Зарплатный проект – это эффективный и наиболее рациональный способ организовать выплату заработной платы сотрудникам на банковские карты.

В современной банковской практике нет единого подхода к определению рентабельности зарплатного проекта, и каждый банк самостоятельно выстраивает подход к решению данной проблемы. Если определение расходов, в основном, не вызывает затруднений, то оценка «реальных» доходов часто невозможна. Доход от использования привлечённых средств обычно просто не

высчитывается, а его величина предполагается из величины процентной ставки по депозитам.

Анализируя доходность различных карточных продуктов, необходимо отметить, что хотя зарплатные проекты не приносят колоссального дохода, а затраты, например, на установку дополнительных банкоматов и выпуск самих карт растут, банки всё активнее внедряют данный вид услуг. Это противоречие можно объяснить целым рядом причин. Во-первых, зарплатные проекты – наиболее эффективный способ повышения лояльности корпоративных клиентов, так как отказаться от расчётно-кассового обслуживания учитывая наличие зарплатного договора, намного сложнее и нежелательнее для организации. Во-вторых, материальные выгоды банков от зарплатных проектов не ограничиваются тарифами на обслуживание карт. Во многих банках предусмотрены программы корпоративного кредитования, а средства сотрудников организаций-клиентов формируют значительную часть пассивов банка.

Кредитные учреждения получают дополнительные ресурсы в виде остатков на карточных счетах. В процессе внедрения зарплатного проекта деньги, остающиеся на счетах клиентов, являются бесплатным (беспроцентным) кредитом для банка.

Как показывает практика, основными факторами, влияющими на остаток на счетах банковских карт клиентов являются величина снятия и частота снятия денежных средств с банковской карты.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Коровин Д. И.

Ф. ГАСАНБЕКОВА

Ивановский государственный университет

СИСТЕМА БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Систему безналичных расчетов в Российской Федерации можно проанализировать на примере рассмотрения платежной системы Банка России, так как он является центральным и определяющим звеном в осуществлении безналичных расчетов.

Платежная система Банка России - часть национальной платежной системы. Обеспечение ее эффективного и бесперебойного функционирования является одной из целей деятельности Банка России, установленных Федеральным законом «О Центральном банке

Российской Федерации (Банке России)». В соответствии с этим законом Банк России устанавливает правила расчетов в Российской Федерации, проводит межбанковские безналичные расчеты через свою платежную систему, осуществляет расчетное обслуживание счетов бюджетов бюджетной системы Российской Федерации и других клиентов, не являющихся кредитными организациями.

Платежная система Банка России - это ключевой механизм, через который реализуется денежно-кредитная и бюджетная политика России. Через платежную систему Банка России осуществляются значительные по количеству и преобладающие по объему доли платежей, проводимых через платежную систему РФ. Вышеизложенные факторы определяют платежную систему Банка России как системно значимую платежную систему в Российской Федерации. Банк России, осуществляя регулирование, оперативное управление, мониторинг и наблюдение за собственной платежной системой, принимает меры по ее развитию в направлении повышения эффективности и обеспечения бесперебойности функционирования.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что в РФ существует достаточно сильная и научно обоснованная платежная система, но она, как и многие не совершенна. Выделим ряд негативных факторов: 1) завышенные тарифы за пользование услугами по осуществлению безналичных платежей; 2) недостаточно развитая система электронных платежей; 3) недоверие участников из-за пониженного уровня финансовой стабильности в стране. Устранение указанных недостатков будет способствовать дальнейшему развитию и совершенствованию платежной системы РФ.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Симонцева С. В.

А. А. ГИГОЛАЕВ

Ивановский государственный университет

ПРОДУКТОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Конкуренция на финансовом рынке заставляет большинство финансовых организаций изменять продуктовую политику в сторону расширения перечня оказываемых услуг.

На наш взгляд, между коммерческими банками и страховыми организациями существует 2 вида товарной конкуренции:

- продуктовая
- функциональная

В рамках продуктовой конкуренции банки оказывают услуги по накопительному страхованию. Так, например, ОАО "Сбербанк" в 2012 году выкупил страховую компанию ОАО "Альянс Лайф" и уже сегодня оказывает услуги по накопительному и инвестиционному страхованию. В рамках функциональной конкуренции страховые компании предлагают продукты инвестиционного страхования, как альтернативу банковскому вкладу.

Банковский вклад позволяет аккумулировать денежные средства, получить доход и, в некоторой степени, защитить капитал от инфляции. На 1 января 2014 года по данным Банка России во вклады для физических было привлечено 16 938 361 млн. рублей.

Накопительное или комплексное страхование жизни позволяет страхователю аккумулировать нужную ему сумму денежных средств и получить доход, обеспечивая свою защиту и финансовую стабильность. По данным Всероссийского союза страховщиков за 2013 год было собрано 80100 млн. рублей страховых премий по страхованию жизни.

Опираясь на нормативно-правовые акты в сфере регулирования деятельности страховых организаций, нельзя не выделить минус накопительного страхования - отсутствие системы гарантийных выплат страхователю в случае банкротства страховой организации.

Таким образом, продуктовая конкуренция между коммерческими банками и страховыми организациями способствует созданию и укрупнению финансовых групп, оказывающих широкий спектр финансовых услуг.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Амосова Н. А.

И. Л. ГОРШКОВА
Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ БЕЗОТЗЫВНЫХ ВКЛАДОВ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

В Российской Федерации уже более 15 лет рассматривается вопрос о введении нового для России вида вкладов для физических лиц – безотзывной. Наиболее остро этот вопрос встал в конце 2013 года, когда население, поддавшись паники вследствие отзыва

лицензий у нескольких крупных банков, массово изымало свои средства из небольших региональных банков. Это в свою очередь породило резкое снижение ликвидности у ряда банков, и в соответствии с законодательством Банк России был вынужден лишать лицензий и эти банки. Это можно было частично избежать при наличии возможности у банков привлекать безотзывные вклады. Суть таких вкладов заключается в строго оговоренном сроке размещения свободных средств населения без возможности досрочного изъятия с немного более высокой доходностью, чем по обычным срочным вкладам. Ведущие экономисты РФ предлагают для подобных вкладов ввести повышенное страховое покрытие АСВ, а также в договоры особые пункты об экстренном снятии средств (например, на лечение) либо о заблаговременном информировании банка о досрочном расторжении договора.

В мировой практике подобные виды привлечения ресурсов существует уже ни одно десятилетие. К примеру, в США - certificate of deposit (CD) – ценная бумага, удостоверяющая сумму и срок вклада, досрочное расторжение подобного договора полностью исключается, но при этом владелец CD в любой момент может продать бумагу с небольшим дисконтом. В ряде европейских стран сроки и возможность досрочного изъятия оговаривается в индивидуальном порядке при заключении договора, и при досрочном изъятии существуют штрафные санкции, которые, как правило, не превышают 10% от суммы вклада. В Австрии досрочное снятие и закрытие вклада приравнивается к кредиту, за который необходимо оплатить 1% от досрочно изъятной суммы за каждый месяц, оставшийся до окончания срока закрытия вклада. На сегодняшний день идею введения в РФ безотзывных вкладов поддерживают Министерство Финансов, Агентство по страхованию вкладов, Ассоциация российских банков. По мнению большинства российских экономистов и банкиров подобный шаг способствовал бы стабилизации банковских ресурсов и финансовой ситуации в стране. *Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Мазина Ю. Ю.*

Н. А. ГРУШИНА
Ивановский государственный университет

МИРОВАЯ ПРАКТИКА И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ ВКЛАДОВ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

Эта статья посвящена исследованию современной практики обязательного страхования вкладов в коммерческих банках в разных странах мира.

В коммерческих банках аккумулируются значительные денежные ресурсы, которые впоследствии инвестируются в развитие экономики страны. Чтобы денежные средства поступали в коммерческие банки, необходимо гарантировать возвратность вложенных сумм. Для этой цели и создано обязательное страхование вкладов. Эта мера появилась после Великой депрессии. Сейчас страхование банковских вкладов распространено во всех развитых странах мира, однако в каждой стране есть свои особенности.

В российской практике обязательное страхование вкладов касается только страхования вкладов физических лиц. Сумма, в пределах которой страхуются эти вклады, составляет 700 000 рублей. Если сравнивать эти результаты с зарубежной системой страхования вкладов в коммерческих банках, то можно увидеть, что страхование банковских вкладов в России более ограничено, чем в наиболее развитых странах. Так, например, в США и странах Евросоюза страхуются банковские вклады не только физических лиц, но и юридических. Существует различие и в сумме, в пределах которой страхуются банковские вклады. В США застрахованы вклады до 250 000 долларов (приблизительно 7500 000 рублей), а в странах еврозоны - до 100 000 евро (около 4000 000 рублей). Эти меры наиболее полно защищают интересы банковских вкладчиков. Существуют различия и в других положениях страхования банковских вкладов.

Сейчас в РФ прежде всего необходимо расширить категории вкладчиков коммерческих банков, которые смогут получать возмещение во вкладах. Кроме того, следует включить в страхование банковских вкладов и счета в драгметаллах, которые сегодня так и не застрахованы. Эти меры помогут приблизить российскую систему страхования банковских вкладов к наиболее развитым.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Амосова Н. А.

Ю. А. ДАВЫДОВА
Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ РИСКОМ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

Наиболее опасным для банковской системы России является кредитный риск - вероятность того, что дебитор не сможет осуществить процентные платежи или выплатить основную сумму долга в соответствии с условиями, указанными в кредитном соглашении. Несмотря на инновации в секторе финансовых услуг, кредитный риск остается основной причиной банковских проблем.

Поскольку кредитный риск составляет существенную долю общих рисков банков, последствия от данного вида риска максимальны, при этом инструментов для принятия объективной оценки кредитных рисков явно недостаточно.

Недостаток актуальной информации о финансовом состоянии контрагентов компенсируют снижением общих рисков банковской деятельности с соответствующим снижением доходности, за счет отказа банков от высокорисковых вложений и операций, от долгосрочных инвестиций. Для решения этих проблем, необходимо их анализировать и принимать верные решения в управлении ими, а также коммерческим банкам необходима проработанная технология управления рисками.

Глубина автоматизации созданной технологии зависит как от объемов и количества операций банка, объема данных, используемых для измерения рисков и построения управляющих воздействий, так и от числа риск-менеджеров.

Организация технологии управления риском в коммерческом банке - достаточно емкий, продолжительный проект, требующий привлечения квалифицированных кадров. Повышенное внимание банковских риск-менеджеров к вопросам управления кредитными рисками - позитивный фактор для банковского сектора в целом. Сложившаяся ситуация дает достаточно возможностей для того, чтобы внести корректировки в систему, но ставит перед риск-менеджерами новые задачи, которые потребуют дальнейшего совершенствования практики управления рисками.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Симонцева С. В.

УПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ВНЕШНИМ ДОЛГОМ

Одним из приоритетных направлений финансовой политики государства является эффективное управление государственным долгом. В настоящее время необходимо совершенствовать принципы управления внешними долговыми обязательствами и актуализировать передовой опыт в вопросах привлечения, управления и погашения госдолга, включая государственные гарантии.

Устойчивый экономический рост, стабильное финансирование возможно, на наш взгляд, при условии оптимизации структуры долга, сохранения приемлемого уровня задолженности, выработанного МВФ и Всемирным банком. В России государственный долг находится на безопасном уровне, он не превышает 13 % ВВП. Но существуют проблемы в определении долговой стратегии РФ, особенно важным является политика в отношении внешних заимствований и управлении внешними обязательствами и активами.

Во-первых, российское бюджетное законодательство в основу деления долга на внутреннюю и внешнюю части закладывает признак валюты в которой выражены долговые обязательства. А Международный валютный фонд и экономически развитые страны проводят деление долга в зависимости от типа кредитора (резидент или нерезидент) и рынка заимствований (внутренний или внешний рынок). Во-вторых, в Российской Федерации сейчас действуют два вида бюджетной классификации долгов: одна — в отношении внутреннего долга, вторая — в отношении внешнего долга и внешних активов. Государственный внешний долг и государственные внешние активы группируются по следующим признакам: характер государственной кредитной деятельности, субъект кредитной деятельности, тип кредитора или заемщика, форма долговых обязательств и вид займа. В-третьих, наиболее остро стоит вопрос об урегулировании задолженности для стран с низким уровнем доходов. РФ участвует в программах по облегчению долгового бремени, списанию долга и способствует расширению и развитию финансовых перспектив для таких государств. Мы считаем, что участие России во многих инициативах должно быть открытым, прозрачным и не обременительным, это позволит оптимизировать государственные расходы и повысить эффективность управления долгом.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Курникова И. В

Е. Ю. ЖАРНИКОВА
Ивановский государственный университет

СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА: УЖЕСТОЧЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ

В условиях нарастающей неопределенности и усиливающегося финансового кризиса особое значение приобретает управление рисками банковской деятельности.

Для смягчения последствий глобальных кризисных явлений, зарождающихся на национальном уровне и затем распространяющихся в мировой экономической системе, международными финансовыми и денежно-кредитными институтами разрабатываются, дополняются и пересматриваются рекомендации в области управления рисками.

Базельский комитет по банковскому регулированию и надзору является одним из наиболее влиятельных международных институтов регулирования банковской деятельности. Последние рекомендации Базельского комитета «Базель III» направлены на ужесточение требований в части учета собственного капитала банка в целях обеспечения устойчивости не только отдельных организаций, но и всей системы. Эти меры, а также введение дополнительных коэффициентов ликвидности, левереджа и так называемых «буферов» капитала, по мнению создателей рекомендаций должны снизить системные риски банковского сектора и смягчить негативные последствия в случае их реализации.

Реакцией ЦБ РФ на новый документ стало издание положения 395-П «О методике определения величины собственных средств (капитала) кредитных организаций («Базель III»)», устанавливающее новые стандарты расчета собственного капитала и определяющее нормативы достаточности базового, основного и совокупного капитала.

Настоящее положение на текущий момент носит не обязательный характер (полный переход на использование стандартов 395-П намечен на 01 января 2015 года) и не отменяет 215-П. При этом новое положение не вносит изменений в расчет кредитного, операционного или рыночного риска, однако дальнейшее движение ЦБ РФ в направлении стандартов «Базель III» проявится в ужесточении нормативов деятельности коммерческих банков, которые напрямую скажутся на разработке и реализации коммерческими банками политики в области управления рисками.

Научный руководитель - д-р экон. наук, профессор Амосова Н. А.

Е. О. ЖУКОВА
Ивановский государственный университет

К ВОПРОСУ О РЕФОРМИРОВАНИИ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ

В 2013 году в финансовой системе России произошли многочисленные изменения, носящие глобальный характер. К ним относятся решение о создании мегарегулятора на базе Центрального банка, а также принятие многочисленных законов, изменяющих принципы и правила формирования пенсии.

В 2013 году были приняты следующие законы: «О страховых пенсиях», «О накопительной пенсии», «О гарантировании прав застрахованных лиц в системе обязательного пенсионного страхования Российской Федерации при формировании и инвестировании средств пенсионных накоплений, установлении и осуществлении выплат за счет средств пенсионных накоплений», «О специальной оценке условий труда». Кроме того были внесены значительные поправки в существующие законы: «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования», «О негосударственных пенсионных фондах».

В результате принятия данных законов в устройстве пенсионной системы Российской Федерации произошли следующие изменения:

- у граждан появилась возможность выбора варианта формирования своей будущей пенсии- часть пенсии формировать за счет накопительной компоненты или полностью формировать свою пенсию в рамках распределительной системы;

- установление правовых, финансовых и организационных основ функционирования системы гарантирования прав застрахованных лиц в системе обязательного пенсионного страхования;

-введение балльной формулы для расчета пенсий;

-дифференциация при расчете пенсий (стимулирование к выходу на пенсию в более позднем возрасте);

-введение классификации условий труда рабочих, влияющее на размер страховых взносов работающих на опасных и вредных производствах;

-повышение минимального трудового стажа, необходимого для назначения пенсии;

-акционирование негосударственных пенсионных фондов.

Научный руководитель - д-р экон. наук, профессор Амосова Н. А.

Н. А. ЕГОРОВА
Ивановский государственный университет

КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Кредитная политика является одной из самых важных частей всей банковской политики, поскольку она создает базу для всей кредитной деятельности, определяет его личные параметры и особенности. Эффективная кредитная политика позволит обеспечить минимизировать риски, просроченную задолженность, максимально увеличить прибыль, а также сформировать оптимальный кредитный портфель, позволяющий банку стабильно развиваться в условиях нестабильного рынка. В первую очередь, необходимо отметить, что формирование кредитной политики крупных российских и зарубежных банков основывается на коммерческом подходе, который предполагает, что достижение высоких финансовых результатов не является приоритетной целью. Главной целью становятся, взаимоотношения с клиентами, формирующиеся на долгосрочном и взаимовыгодном сотрудничестве. В результате чего достигается долгосрочная прибыльность, которая полностью зависит от благонадежных клиентов. Однако рост просроченной задолженности продолжает увеличиваться – в 2013 году она выросла по сравнению с 2012 годом на 11,4%. В результате проведенного экономического анализа и изучения состояния экономики и отдельных ее отраслей, как в целом, так и на региональном уровне; оценку своей текущей деятельности рейтинга банков-конкурентов, формируется стратегия усовершенствования банковской деятельности. При осуществлении кредитной политики банки придерживаются различных принципов кредитования при утверждении новых кредитов, изменении условий по существующим кредитам, продлении срока действия кредитов и рефинансирования полученных ссуд. Следование этим принципам позволяет усовершенствовать кредитную деятельность банка и расширить присутствие банков с участием иностранного капитала на российском кредитном рынке.

По нашему мнению, усовершенствования кредитной деятельности банка и осуществлении кредитной политики, необходимо внедрение усовершенствованных методов кредитного анализа, прогнозирования и развитие работы структурных подразделений банка.

Научный руководитель - ст. преп. Корягина Т. М.

М. А. ЕРШОВА

Ивановский государственный университет

БАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

На современном этапе развития экономики большое значение отводится малому и среднему бизнесу, потому что это наиболее перспективный и доходный сегмент рынка.

Понимая всю важность развития предприятий малого и среднего бизнеса для экономики, а так же высоко оценивая заложенный в них потенциал, государство уделяет большое внимание их росту и совершенствованию, разрабатывая программы поддержки для данного сектора экономики. Основной проблемой, сдерживающей рост малого и среднего предпринимательства в России, является недостаток собственных средств у малых и средних предприятий, поэтому банковский кредит является основным источником финансирования их деятельности.

Для банковской сферы кредитование субъектов малого и среднего бизнеса позволяет не только получить доход в отдельном сегменте кредитования, но позволяет диверсифицировать кредитные риски, увеличить объемы дополнительных доходов. В связи с этим, все большее количество банков выходят на рынок кредитования малого предпринимательства. Кредитование предприятий малого и среднего бизнеса достаточно сильно отличается от кредитования крупных предприятий и характеризуется более короткими сроками предоставляемого кредита, высокими процентными ставками, недостаточными объемами и высокой стоимостью залогового обеспечения. Поэтому, можно сделать вывод о том, что современные условия развития банковского рынка и запросы клиентов требуют развития существующих и разработки новых банковских продуктов.

Сегодня происходит разработка и внедрение новых продуктов для данного сектора экономики: в том числе, овердрафт, аккредитивы, гарантии, факторинг, кредит под залог депозита, коммерческий депозит и др.

Дальнейшее развитие банковских процессов и технологий видится в создании инноваций в области организации продаж и взаимодействия с клиентами, применение современных электронных технологий, персонального банкинга.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Мазина Ю. Ю.

О. Н. КИРИЛЛОВА
Ивановский государственный университет

РЕСУРСНАЯ БАЗА РОССИЙСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ: АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

В условиях мирового финансово кризиса и неустойчивого экономического положения актуальность выбранной темы обусловлена следующим: 1. Слабость ресурсной базы, существующая с момента создания банковской системы в Российской Федерации и выражающаяся в нехватке длинных пассивов: 2. В условиях появления долгосрочных инструментов и снижающейся инфляции возникает процентный риск, а значит, необходимость его регулирования: 3. Существует ряд сложностей во взаимодействии банков и вкладчиков.

Специфика деятельности банка состоит в том, что его ресурсы в подавляющей части формируются не за счет собственных, а за счет привлеченных средств.

Значение пассивных операций банка состоит, в первую очередь, в том, чтобы поддерживать его стабильность и устойчивость.

После отзыва лицензий у банка «Пушкино» и Мастер-банка вкладчики стали забирать средства из небольших банков в пользу крупнейших игроков. В октябре отток вкладов физических лиц составил в среднем 25–46%, так, на долю Сбербанка пришлось почти 39% прироста октябрьских вкладов (50 млрд рублей), на долю ВТБ24 — более 21% (25 млрд рублей).

Проблема эффективного управления пассивами коммерческих банков остается в России по-прежнему не решенной. В настоящее время существуют серьезные проблемы в управлении капиталом, привлеченными средствами, что приводит к колебаниям ликвидности и росту банковских рисков.

Таким образом, современное состояние банковской системы России, которое характеризуется недостаточной капитализацией, ростом различных видов банковских рисков, развитием новых сегментов рынка банковских услуг и обострением конкуренции на банковском рынке, требует совершенствования технологии и механизма управления пассивами коммерческих банков, позволяющих повысить эффективность и устойчивость деятельности отдельных кредитных организаций и всей банковской системы России в условиях глобализации.

Научный руководитель - ст. преп. Корягина Т. М.

А. А. КОНСТАНТИНОВА
Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ РОЗНИЧНОГО ЗАЕМЩИКА

На сегодняшний день розничное кредитование является ведущим направлением размещения банковских ресурсов. Несмотря на спад в 2013 году, практически всё экономически активное население имеет розничные кредиты. Число заемщиков с пятью и более кредитами в среднем по стране выросло до 10% против 6% годом ранее. Закредитованность населения растет, а индекс кредитного здоровья падает. В сложившейся ситуации определение кредитоспособности заемщика и анализ его финансового состояния является основой того, что кредит будет отвечать требованиям кредитной политики банка и риск по данной сделке будет приемлемым для банковского учреждения. Как показывает мировая практика, значительная часть дохода банков формируется в результате кредитных операций – от 40 % до 65 %. Однако именно данные операции сопряжены и со значительным риском – на них же приходится от 50 % до 85 % потерь банков. Оценка финансового состояния заемщика - физического лица определяется по результатам анализа количественных показателей (экономическая кредитоспособность) и качественных характеристик (личная кредитоспособность), подтвержденных соответствующими документами и расчетами. Каждый банк должен формализовать процедуру оценивания финансового состояния заемщиков и разработать собственные критерии и методику анализа.

При всем многообразии методик каждая из них не является совершенной и влечет ряд проблем. Банки при выборе подхода должны ориентироваться на реализуемую кредитную политику, особенности своей филиальной сети, учитывать специфику кредитования и адаптировать методику к своим стандартам.

Как показывает практика, лишь комплексное применение методов позволяет банкам получить объективную, полную и достоверную информацию о потенциальном заемщике, тем самым верно оценить кредитные риски, связанные с определенным заемщиком.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Мазина Ю. Ю.

Е. В. КОРОВКИНА
Ивановский государственный университет

ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО УСПЕШНОГО БАНКА

Дистанционные банковские сервисы и платежные системы – эти понятия, изначально не имеющие друг с другом ничего общего за последние годы тесно сблизились. Это обусловлено, усилением конкуренции между банками и их стремлением выйти на более высокий уровень обслуживания и расширения тем самым своей клиентской базы. Агентство Marksw Webb Rank & Report провело масштабное исследование и проанализировало качество, и популярность интернет-сервисов российских банков.

Наиболее популярная система интернет-банкинга в России – Сбербанк Онлайн – три четверти всех пользователей интернет-банков используют интернет-банк Сбербанка. Можно предположить, что такая популярность вызвана универсальностью Сбербанка. Наиболее популярная система интернет-банкинга в России – Сбербанк Онлайн – три четверти всех пользователей интернет-банков отметили, что используют интернет-банк Сбербанка. Можно предположить, что такая популярность вызвана, прежде всего, универсальностью Сбербанка. Второе и третье место по популярности занимают, соответственно, системы Альфа-Клик Альфа-Банка и Телебанк ВТБ24, уступая аудитории Сбербанк Онлайн в пять раз. Это вызвано не столько качеством сервиса этих банков, сколько меньшей аудиторией и известностью. Этим банкам стоит работать не только над качеством своих сервисов, но и над продвижением своего имени, развитием имиджа и совершенствованием корпоративной культуры обслуживания. Второе и третье место по популярности занимают, системы Альфа-Клик Альфа-Банка и Телебанк ВТБ24. В среднем около 20% пользователей интернет-банков начали ими пользоваться в течение года.

Подводя итоги, можно сказать, что конкуренция между банками ожесточается, общество переходит на более высокую ступень развития - уровень информационного общества. Технологию обслуживания нельзя совершенствовать до бесконечности, поэтому, банки должны бороться за своего клиента, прислушиваться к его мнению, обеспечивая высочайший уровень корпоративной культуры обслуживания.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Мазина Ю. Ю.

А. С. КОПЕНДЮХИНА
Ивановский государственный университет

ВАЛЮТНЫЕ ОПЕРАЦИИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА: СОДЕРЖАНИЕ, ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ, АНАЛИЗ

В моей работе рассматриваются валютные операции коммерческого банка, порядок проведения валютных операций, а так же анализ валютных операций. В основе валютных операций лежит международная торговля и, следовательно, международное движение капиталов.

Валютный рынок - самый значительный в мире финансовый рынок, на котором валюта одной страны продается за другую валюту. Международный валютный рынок - внебиржевой рынок, его участники производят обменные операции через коммерческие и инвестиционные операции по всему миру, используя для этого компьютерные терминалы, телефоны, Интернет и прочие средства связи. Например, одной из коммуникационных сетей для осуществления операций с валютой является бельгийская некоммерческая структура S.W.I.F.T (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications).

Одна из наиболее значительных составляющих международных финансов - обмен иностранной валюты. Международные курсы валют, процентные ставки и уровень инфляции обычно очень тесно взаимосвязаны.

Внешнеэкономическая деятельность коммерческих банков связана с осуществлением банковских операций в рублях и валюте при экспорте-импорте товаров и услуг, их реализации на территории РФ и за иностранную валюту, в сделках неторгового характера и при проведении хозяйственных операций нерезидентами внутри страны.

Основные участники валютного рынка: коммерческие банки; импортеры, оплачивающие поступающие товары в валюте; экспортеры, получающие валюту за вывезенный товар и конвертирующие ее в национальную денежную единицу; портфельные инвесторы, покупающие и продающие иностранные акции и облигации; валютные брокеры, которые покупают и продают валюту по заказу клиента; дилеры, которые осуществляют спекулятивные сделки с валютой, на разнице курса; трейдеры, являющиеся маркетмейкерами валютного рынка.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Мазина Ю. Ю.

Е. Н. КРУЖКОВА
Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

На данный момент практически каждый человек прямо или косвенно успел столкнуться с банками и взять кредит. Потребительский кредит - это одна из наиболее удобных для физических лиц форм кредитования. За последнее время потребительское кредитование в России развивалось стремительно, а количество клиентов банков неуклонно росло.

Именно потребительское кредитование, как сегмент розничного бизнеса, является наиболее прибыльным, а для клиента - наиболее доступным. Так по данным бюро кредитных историй «Эквифакс Кредит Сервисиз» за 2013 год средний размер выдаваемого потребительского кредита вырос на 22 %.

В то же время высокая популярность данного вида кредитования влечет за собой ряд проблем, главной из которых является невозврат полученного кредита. Это может быть связано с банальными просчётами клиента банка при возврате кредита, нарастанию процентов по просрочке и, в итоге, невозможности произвести расчет по кредиту. Второй вариант – изначальное нежелание выплачивать кредит.

Банк должен оперативно отсекал недобросовестных заемщиков, которые привлекали кредиты ранее и не смогли их должным образом вернуть.

Кроме того, в России не редки случаи мошенничества, связанного с получением потребительского кредита. Мошенники используют подставных лиц или их паспорта для многократного получения кредита, который они изначально не собираются возвращать.

Что же остается делать банкам в таком случае? Чтобы покрыть риски невозврата кредитов, банки повышают процентные ставки по кредитам. А в таком случае страдают добросовестные плательщики.

Для решения этой проблемы необходим своевременный мониторинг кредитной надежности заемщика, который позволяет оценивать кредитные риски уже на этапе рассмотрения заявки клиента, для чего необходимо создать централизованную базу клиентов по всем банкам, что позволит снизить риски и, как следствие,

произойдет снижение процентных ставок по кредитам для добросовестных заемщиков.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Симонцева С. В.

К. С. КОРОВИН

Ивановский государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ КРЕДИТНЫХ КАРТ В РОССИИ

Банковские кредитные карты становятся все ближе и понятнее российскому клиенту. Анализ рынка банковских кредитных карт выявил две основные тенденции их развития: выпуск кредитных карт с дополнительными опциями и выпуск карт со встроенным микрочипом.

Первая наблюдаемая тенденция – создание дополнительных опций, которые банки предлагают своим клиентам: бонусы, акции, кобренды, cash-back. Дополнительные опции, несомненно, привлекают клиента и подталкивают к большему использованию карты. Для многих банков кобрендинговые карты являются способом продвижения программ лояльности, направленных на большую часть клиентов, поэтому основными партнерами для них становятся мобильные операторы и авиакомпании. Часть банков делает собственные программы лояльности или эффективно использует партнерские. Таким образом, клиент получает дополнительные опции, которые он может использовать согласно своим интересам (приобрести бесплатный авиабилет, скидки в магазинах, ресторанах и др.), а банк – активного пользователя банковской карты. Чаще всего кобренд для потребителя – это только плюс. Стоимость карты практически не отличается от обычной, при этом в ней присутствуют дополнительные интересные функции, которые и стимулируют открывать карту именно данного типа.

Второй тенденцией является то, что банковские кредитные карты в последнее время стали выпускаться со встроенным микрочипом. Причина увеличения популярности данных карт заключается в том, что они более безопасны при использовании, имеют большую защиту от мошенничества. Принцип работы чипа более сложный и предполагает более высокую степень защиты карты от несанкционированных действий извне, а безопасность при

проведении платежей важна как на территории России, так и за рубежом.

Таким образом, клиентам теперь интереснее банковские кредитные карты с возможностью получить дополнительные бонусы, скидки, и немаловажным фактором как для клиентов, так и для самих банков является безопасность, защита от мошенничества при использовании кредитных карт.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Симонцева С. В.

Ю. В. КОЧЕШКОВА

Ивановский государственный университет

ВВЕДЕНИЕ ПАТЕНТНОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РОССИИ

В нашем исследовании рассматривается введение новшества для России – патентной системы налогообложения. Налоговая система РФ в последние годы терпит постоянные преобразования. Основной целью российских законодателей является снижение налогового бремени малого бизнеса и, как следствие, выведение его из теневого сектора. В связи с этим очень важным и актуальным представляется исследование преимуществ и недостатков патентной системы налогообложения по сравнению с другими специальными режимами, что определяет потенциал ее результативности и эффективности как для государственного бюджета, так и для малого бизнеса в целом.

Патентная система налогообложения является отдельной самостоятельной разновидностью специального налогового режима, и регулируется главой Налогового Кодекса – 26.5 «Патентная система налогообложения». Интересно отметить, что 5 субъектов РФ не приняли новый режим, это – Санкт-Петербург, Республика Северная Осетия-Алания, Республика Ингушетия, Республика Калмыкия, Ненецкий автономный округ. В исследовании мы рассмотрели цели введения патентной системы, её достоинства и недостатки. К основным достоинствам мы отнесли простоту исчисления и уплаты налога, а также прозрачность в прогнозировании налоговых поступлений в бюджет. Главным недостатком, по нашему мнению, является то, что при ведении деятельности в нескольких регионах, в каждом из них, придется покупать новый патент, при этом граница доходов подсчитывается как совокупный доход.

По результатам исследования, мы сделали вывод о том, что патентная система налогообложения является самой молодой из ныне существующих в Российской Федерации, а потому это наиболее активно развивающееся направление налоговой системы в нашей стране. Патентная система налогообложения только начала применяться, и если законодатели смогут устранить недостатки системы, она станет более универсальной и выгодной для всех индивидуальных предпринимателей, новым импульсом для развития малого предпринимательства и увеличения доходов местных бюджетов.

Научный руководитель - ст. преп. Корягина Т. М.

В. Е. КРУГЛОВ

Ивановский государственный университет

БЮДЖЕТНЫЙ ДЕФИЦИТ И ПУТИ ЕГО УСТРАНЕНИЯ

В данном исследовании рассматривается проблема дефицита федерального бюджета России, а также способы его снижения до минимальных значений. Актуальность темы заключается в том, что необходимо проведение видоизменения экономической политики страны и, прежде всего, законодательной базы, пересмотра системы льготирования и оптимизации налоговой политики.

В соответствии с федеральным законом РФ «О федеральном бюджете на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов» объем дефицита будет составлять 389,6 миллиарда рублей (0,5% ВВП) в 2014 году, 796 600,0 млрд. рублей - в 2015 году и на 2016 год - в сумме 486, 5 млрд. рублей. Динамика разнонаправлена. Главным способом снижения дефицита будет сокращение некоторых статей расходов, а не использование заимствований.

В настоящее время доходы федерального бюджета позволяют восполнить объемы Фонда национального благосостояния и Резервного фонда РФ, чтобы использовать их в различные крупные инвестиционные проекты, а также обеспечить «подушку безопасности» на случаи непредвиденных ситуаций в мировой экономике.

При этом экономика России все еще остается сырьевой, зависимой от мировой конъюнктуры на рынке энергоносителей. Нестабильная политическая ситуация в мире также подвергает национальную экономику дополнительным рискам. В частности,

сложившийся политический кризис в Украине и участие России в его решении может создать дополнительные экономические трудности и отразиться на доходах федерального бюджета. Разрешение ввода войск на территорию Украины и присоединение Крыма к РФ грозят экономическими санкциями со стороны ведущих держав.

В случае присоединения Крыма к РФ, у нашего государства возникнут новые обязательства по обеспечению финансовой устойчивости нового субъекта страны, по обеспечению безопасности на новых границах государства.

Таким образом, возможно обострение проблемы увеличения дефицита федерального бюджета РФ, поэтому необходим поиск новых источников покрытия расходов государства для обеспечения сбалансированности бюджета и всей бюджетной системы страны.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Смольницкая Н. Ю.

И. В. КУВШИНОВА

Ивановский государственный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РОССИЙСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ПРИ ВСТУПЛЕНИИ В ВТО

Вступление РФ в ВТО знаменует собой начало нового периода развития национального страхового рынка, так как предполагает значительную либерализацию условий для "входа" и функционирования иностранных страховых компаний.

На данный момент интересы иностранных страховщиков представляют дочерние компании со статусом отдельного юридического лица, которое функционирует согласно российскому законодательству. Напрямую работать с клиентами зарубежные страховщики смогут только спустя 9 лет, когда им будет разрешено открывать свои филиалы. Разрешение на открытие филиала для иностранных страховщиков жизни и "нежизни" может быть получено при условии наличия лицензии на осуществление страхования, соблюдения требований в отношении финансовой устойчивости и при наличии гарантийного депозита. Протокол оставляет вопросы лицензирования, регулирования финансовой устойчивости и гарантийного депозита на усмотрение Российской Федерации, что в значительной степени лишает эти филиалы конкурентных преимуществ в сфере формирования резервов, привлечения капитала, разрешения судебных вопросов.

Лицензии на страховую деятельность будут предоставляться только крупным иностранным страховым компаниям, активы которых превышают 5 млрд долл. США. Желаям выйти на российский рынок будет необходим опыт управления филиалами в различных странах не менее 5 лет, головная компания тоже должна располагать солидным опытом - не менее 8 лет в сфере страхования жизни и не менее 5 лет в других видах страхования и перестрахования. Обязательным требованием при получении лицензии будет наличие юридического и фактического адреса в одной и той же стране.

Зарубежные представители не смогут участвовать в госзакупках, заниматься страхованием, финансируемым за счет государственного бюджета, а из обязательных видов страхования им будет разрешено только страхование автогражданской ответственности.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Симонцева С. В.

А. М. КУДРЯВЦЕВА

Ивановский государственный университет

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИЙСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

Одной из основных задач российских коммерческих банков является развитие финансовых услуг, особенно на рынке инвестиций в реальный сектор экономики.

Основными направлениями развития инвестиционного кредитования являются: совершенствование организации работы в области инвестиционного кредитования, в части освоения новых банковских продуктов в области долгосрочного кредитования; проведение организационно - кадровых мероприятий; совершенствование системы обучения специалистов; развитие системы продаж банковских услуг в части инвестиционного кредитования и финансирования строительных проектов; оптимизация спектра банковских продуктов.

С целью формирования организованной системы продаж коммерческим банкам целесообразно разработать комплекс мероприятий по продвижению банковских услуг в части инвестиционного кредитования для каждой группы клиентов:

крупные клиенты (VIP); клиенты среднего и малого бизнеса. Данные предложения по условиям финансирования и набору банковских продуктов должны наиболее полно отвечать потребностям клиентов при сохранении приемлемого для банка риска.

При формировании системы продаж следует уделить внимание развитию и совершенствованию альтернативных каналов продаж, в которых могут выступить лизинговые компании, крупные партнеры банка. Для повышения эффективности применения организованной системы продаж продуктов инвестиционного кредитования, необходима ее интеграция в общую систему продаж банковских услуг. В направлении оптимизации спектра банковских продуктов по инвестиционному кредитованию и ФСП можно рекомендовать проведение мероприятий по изучению потребностей клиентов среднего и малого бизнеса .

Развитие данных направлений позволит коммерческим банкам укрепить свои позиции на рынке банковских услуг в области инвестиционного кредитования.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Симонцева С. В.

К. М. КУЗИНА

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ ЛИКВИДНОСТЬЮ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО АКБ «КРАНБАНК»)

В нашем исследовании рассматриваются основные способы и методы по управлению ликвидностью в коммерческом банке. Можно выделить три уровня управления ликвидностью – стратегический, тактический и оперативный, каждый из которых использует примерно одинаковый набор технологий, но применяет их специфически, исходя из своих наборов данных, и имеет на выходе свой результат для принятия решений по управлению ликвидностью.

На сегодняшний день ликвидность коммерческих банков в России регулируется тремя обязательными нормативами – Н2, Н3, Н4. Их расчет базируется на балансовых данных за прошлые даты.

По состоянию на 2013 г. в АКБ «Кранбанк» (ЗАО) данные нормативы находятся на приемлемом уровне и соответствуют нормативным значениям, установленным Банком России. А именно на протяжении анализируемого периода показатели Н2 и Н3 возрастают,

а по Н4 сокращаются. Таким образом, можно утверждать что банк находится в состоянии укрепления ликвидности.

Фактически можно утверждать, что Банк России регулирует ликвидность банков при помощи так называемого метода запаса, который во многом уже устарел и не может обеспечивать стабильные условия работы банковского сектора.

Более широким и эффективным следует признать другой подход к ликвидности – по принципу потока (оборота). Когда ликвидность рассматривается в соответствии с принципом потока, то правильнее говорить о ликвидности банка, которая может быть определена так: банк является ликвидным, если сумма его ликвидных активов и ликвидных средств, которые он может быстро мобилизовать из других источников, достаточна для своевременного погашения его текущих обязательств.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Симонцева С. В.

Ю. В. КУЗЬМИНА

Ивановский государственный университет

РИСКИ ПРИ ЖИЛИЩНОМ КРЕДИТОВАНИИ

Стратегия управления рисками в коммерческом банке должна основываться на интегрированной структуре, состоящей из обязанностей и функций, которые спускаются от уровня Правления вниз, на операционные уровни, охватывая все аспекты риска, в особенности рыночный, кредитный и риск ликвидности, операционный, юридический риски, риски, связанные с репутацией банка и с персоналом, внедрение система управления операционной деятельностью Банка — используется набор инструментов по мониторингу уровня операционного риска Эта структура включает в себя само Правление, комитеты, отдел управления рисками, а также различные отделы поддержки и контроля. Все они имеют четко определенные обязанности и порядок отчетности. Ответственность за повседневное отслеживание риска, оценка и определение уровня риска возлагаются на специальное структурное подразделение банка. Его основной задачей является внедрение принципов управления рисками, особенно кредитного и риска ликвидности, выработка методики оценки рисков. Аналитический отдел банка призван обеспечить такое положения дел, при котором все эти риски оставались бы в рамках

утвержденных лимитов, правильно бы понимались и оценивались перед проведением операций, отслеживались на постоянной основе и по ним представлялась бы отчетность руководству. После того как кредит выдан, работа по клиенту не прекращается. С одной стороны, информационным центром анализируется информация о клиенте, которую можно почерпнуть из уже упомянутых информационных источников, а с другой, кредитный работник, отвечающий за возврат выданной ссуды, всегда имеет возможность задать центру любой конкретный вопрос, который может у него возникнуть в процессе сопровождения кредита, используя специально разработанный бланк запроса. Таким образом, слежение за клиентом осуществляется с двух сторон. Приоритетными задачами дальнейшего развития банков с точки зрения управления рисками является внедрение созданных подходов и систем в масштабах всех уровней, обеспечение перехода на регуляторные стандарты «Базель II», а также более системное использование показателей доходности с учетом рисков и других метрик риска для принятия управленческих решений.

Научный руководитель - канд. экон. наук, профессор Бибикина Е. А.

Т. М. КОРЯГИНА

Ивановский государственный университет

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ БАНКОВСКИХ ВКЛАДОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РОССИИ

Примечательно, что в условиях российской экономики люди из многообразия форм сбережений, дающих многообразие выгод, ориентируются на депозиты коммерческих банков. Такая консервативность населения объясняется следующими обстоятельствами. 1. Сложившиеся традиции. Следует заметить, что сберегательное дело в России возникло достаточно давно (первые сберегательные кассы были организованы в 1842 году). 2. Гарантии государства, а следовательно, низкий риск вложения средств (банковские депозиты воспринимаются населением как надежный способ хранения сбережений). 3. Многообразие оказываемых услуг и их диверсифицированный характер. 4. Наличие разветвленной филиальной сети большинства крупных коммерческих банков. 5. Простота и понятность проведения депозитных операций в сравнении с другими альтернативными направлениями размещения денежных

средств.6. Ликвидность банковских вкладов, которая подразумевает возможность снятия средств в любое время. 7. Дифференцированность формирования клиентской базы и активное применение клиентского подхода.8. Проведение различного рода рекламных акций на постоянной основе.9. Политика государства (государство заинтересовано в устойчивой банковской системе, т.к. вся экономика с точки зрения снабжения ее деньгами стоит не только на денежном обращении, но и на банковском кредитовании), что поднимает уровень доверия граждан .11. Высокие риски других способов размещения средств.12. Высокий уровень доверия, являющийся, по нашему мнению, ключевым моментом в отношениях между коммерческим банком и сберегателем. Так, по данным результатов опросов Национального агентства финансовых исследований (НАФИ), проведенных в 2012-2013 гг., максимальный и постоянно растущий уровень доверия у населения наблюдается именно в отношении коммерческих банков. Таким образом, представляется возможным сделать вывод об устойчивости в понимании населением значимости коммерческих банков для аккумуляции свободных денежных средств, что может свидетельствовать о дальнейшем позитивном развитии данного направления размещения ресурсов.

Е. П. ЛАПШОВА

Ивановский государственный университет

МАЛЫЙ БИЗНЕС – ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

В рейтинге наиболее серьезных препятствий для развития малого бизнеса находится высокий уровень налогов и сборов. С 2013 года в связи с двукратным повышением страховых взносов, фиксированный платеж ИП вырос с 17 206 до 35 664 рублей. Вместо финансовой поддержки малого предпринимательства возникла проблема сдерживания его развития, от которой предприниматели стали избавляться путем ликвидации и ухода в теневой сектор.

Вялость развития малого бизнеса в России связана с недостаточной его поддержкой и пассивной экономической политикой государства, несмотря на то, что за двадцатилетнюю историю существования малого бизнеса было принято множество правовых актов по финансовому регулированию их деятельности.

Минэкономразвития в прогнозе долгосрочного экономического развития РФ на период до 2015 года обозначило рост малых предприятий в 1,3 раза – на 1,8 млн. субъектов, причем на 1,3 млн. должно увеличиться количество индивидуальных предпринимателей. Но если барьерный тип государственного регулирования экономики сохранится при усилении финансово-административных барьеров, усилится и разрастание теневого сектора, что в долгосрочном периоде приведет к систематическому недополучению бюджетом значительных средств.

Государство уже пошло на уступки предпринимателям, дифференцировав страховые взносы в зависимости от величины доходов. Если сумма годового дохода не превышает 300 тысяч рублей, то страховые взносы рассчитываются как произведение одного МРОТ и тарифа страховых взносов, увеличенных в 12 раз. В результате для налогоплательщиков - ИП сумма взносов, по сравнению с 2013 годом сократилась и составила 20 727 руб.

По нашему мнению, малый бизнес будет расти быстрее и качественнее, если ввести для индивидуальных предпринимателей необлагаемый минимум доходов, как один из инструментов финансового регулирования. Это тот минимум, с которого может начаться формирование среднего класса в России и это тот показатель финансовой поддержки, который будет реально стимулировать, а не сдерживать развитие малого бизнеса.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Курникова И. В.

К. В. ЛУКИН

Ивановский государственный университет

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Нарастающая экономическая напряженность в стране и в мире приводит к росту системных рисков, замедлению темпов роста экономики и повышению рисков в банковском секторе. Для стабильного функционирования банков необходимо грамотно подойти к оценке риска, его распределению и контролю. Большая часть рисков, кредитной организации сконцентрировано в секторе кредитования. Нестабильность в экономике непосредственным образом может повлиять на кредитоспособности заемщика и как следствие изменению

качества обслуживания долга. Поэтому для снижения риска банку необходимо повышать качество вновь выдаваемых кредитов, усиливать контроль за обслуживанием долга по принципу пост продажного обслуживания высокого уровня. Для распределения концентрации риска кредитный портфель должен быть диверсифицирован в разных секторах экономики, причем каждый сектор должен быть подвергнут тщательному изучению с оценкой его текущего состояния и определением перспективы развития. По результатам расчетов и оценки устойчивости секторов производится, сбалансированное, формирование кредитного портфеля с учётом риска и перспектив каждого сектора. Для сбалансированного формирования портфеля банк может использовать регулируемые процентные ставки кредитования для каждого сектора в отдельности это позволит приостановить поток средств в закредитованный сектор и простимулировать приток в недокредитованный. В случае серьёзного ухудшения состояния какого-нибудь сектора необходимо остановить поток средств в этот сектор путём повышения процентных ставок на предоставляемые кредиты. Размещения средств в облигации которые имеют ряд преимуществ перед кредитами: банк выбирает эмитента и условия размещения, в случаях с купонными облигациями банк помимо купона может получить курсовую разницу в цене, а в случае ухудшения состояния эмитента облигация может быть продана. Сбалансированное формирование портфеля в разных секторах через облигации проще, так как объём и сектор выбирает банк. Облигации которые оцениваются по текущей справедливой стоимости не требуют создание резервов, что дополнительно высвобождает активы которые могут быть направлены на активные операции.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Коровин Д. И.

И. В. МАМЧУР

Ивановский государственный университет

ОПЕРАЦИИ С БАНКОВСКИМИ КАРТАМИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИИ

Рынок пластиковых карт – это совокупность операций по выпуску, обращению различных видов карт и круг учреждений по их обслуживанию, включающий в себя все платежные системы. Для благополучного функционирования платежной системы необходимы и

специализированные нефинансовые организации, осуществляющие техническую поддержку обслуживания карточек: процессинговые и коммуникационные центры, центры технического обслуживания и т.п.

С 1 января 2014 года вступили в силу изменения в законе «О национальной платежной системе», суть которых в том, что с этого времени банки будут в обязательном порядке возмещать клиентам те средства, которые неизвестные лица снимут с их счетов. По мнению законодателей, это должно стимулировать банки активнее применять различные меры по защите средств клиентов. Тем не менее есть опасность, что недобросовестные клиенты смогут воспользоваться лазейками в законе и сделать уязвимыми сами банки. По статистике, в России выпущено уже более 160 миллионов банковских карт. То есть пластиковая карта, и даже не одна, есть почти у каждого россиянина. Президент России Путин В.В. заявил, что американские платежные системы Visa и MasterCard могут потерять позиции на российском рынке в связи с ограничениями, которые они наложили на банк «Россия» и его дочерние структуры в связи с санкциями США, ранее Visa и MasterCard без каких-либо уведомлений перестали оказывать услуги по проведению платежных операций банка «Россия», СМП банка и ряда других кредитных организаций в связи с вводом санкций Запада в отношении их акционеров. По словам президента России, в настоящее время ЦБ РФ вместе с правительством активно работает над вопросом создания национальной платежной системы. Он напомнил, что в Китае и Японии такие системы изначально были созданы как рассчитанные на внутренний рынок, а сейчас японская платежная система используется почти в 200 странах.

Таким образом, в свете последних событий перспективы развития и совершенствования операций российских коммерческих банков с банковскими картами неразрывно связаны с предстоящим созданием национальной платежной системы.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Симонцева С. В.

П. С. МАТАСОВ
Ивановский государственный университет

ПЕРЕДЕЛ БАНКОВСКОГО РЫНКА

Черeda отзывов банковских лицензий в последнее время стала причиной негативных настроений среди вкладчиков. Люди активно

начали перекладывать свои деньги в более, по их мнению, надежные банки. Отток вкладов из мелких и средних кредитных организаций может спровоцировать проблемы с ликвидностью в этих самых кредитных организациях. В связи с этим, совершенно очевидно, что в ближайшее время очень большое количество мелких и средних банков уйдет с рынка.

Стратегия Банка России сводится к «зачистке» банковской системы от криминальных и сверхрискованных банков, и в долгосрочной перспективе это положительное явление. Но массовый отзыв лицензий вызывает огромный резонанс среди частных вкладчиков всех небольших банков и заставляет задуматься о будущем их вложений. В результате численность региональных банков неуклонно снижается.

По мнению некоторых экспертов, отток частных вкладов в наиболее крупные кредитные организации стабилизирует банковскую систему страны, так как эти банки надежны, пользуются поддержкой крупных акционеров.

Однако, концентрация капитала у крупных банков неизбежно приведет к монополизации рынка финансовых услуг, а значит, и к необоснованному их удорожанию. Россия, в силу масштабности территории нуждается в расширении сети региональных банков. Ведь региональные банки обладают целым рядом преимуществ по сравнению с федеральными. Их отличает гибкость, оперативность принятия решений, хорошее знание местной экономики, индивидуальный подход к обслуживанию клиентов, установление с ними партнерских отношений.

Таким образом, бурный передел банковского рынка не будет способствовать укреплению финансового сектора, который не терпит никаких резких изменений.

К. М. МИНЕЕВА
Ивановский государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА

В настоящее время в мире не существует единой системы оценки кредитоспособности, в связи с этим банки используют различные методики оценки кредитоспособности. Однако основным показателем кредитоспособности заемщика является его кредитный рейтинг.

В последние десятилетия в мире бурно развивается новая прикладная область математики, специализирующаяся на искусственных нейронных сетях. Растущий интерес к нейронным сетям объясняется их успешным применением в различных областях деятельности при решении задач классификации и прогнозирования. Такие характеристики нейронных сетей, как возможность нелинейного моделирования и относительная простота реализации, делают их незаменимыми при решении сложнейших многомерных задач. Нейронные сети представляют собой мощный метод моделирования, воспроизводящий сложные зависимости.

Применительно к банковской сфере можно выделить следующие основные группы задач, решаемых посредством нейронных сетей: прогнозирование временных рядов (курсов акций, валютных курсов и т.д.); анализ и выявление аномалий в поведении объекта (обнаружение злоупотреблений в сфере пластиковых карт); распознавание подписи клиента; классификация заемщиков в зависимости от значения кредитного риска.

Мы уже говорили, что основным показателем кредитоспособности заемщика является его кредитный рейтинг. Процесс присвоения кредитного рейтинга заключается в переходе от группы показателей к единственному интегрированному значению — рейтингу. При этом веса показателей, участвующих в расчете рейтинга, устанавливаются банками на субъективной основе. Такая практика искажает результаты анализа. Именно неудовлетворенность возможностями традиционных методов статистики и неплохие результаты, полученные в данной области с помощью нейронных систем, позволяют сделать вывод о появлении нового эффективного инструмента оценки кредитоспособности заемщика.

Научный руководитель - ст. преп. Корягина Т. М.

ВКЛАДЫ НАСЕЛЕНИЯ – ИНВЕСТИЦИОННЫЙ РЕСУРС КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Сбережения населения представляют собой специфическое явление в экономике, поскольку находятся на стыке интересов населения, кредитных организаций и государства. Различают организованные и неорганизованные сбережения. В качестве главного источника внутренних ресурсов восстановления и развития национальной экономики выступают именно организованные сбережения, к которым следует отнести прирост вкладов населения, изменение задолженности по кредитам, приобретение ценных бумаг и вложения в недвижимость. Вложение в недвижимость и приобретение ценных бумаг следует считать прямыми активными сбережениями населения, которые влияют на экономику непосредственно самим сберегателем. Вложения денежных средств во вклады, в свою очередь, являются косвенными активными сбережениями, поскольку изначально формируют ресурсную базу коммерческих банков, а затем путем проведения активных операций попадают в экономику.

Исторически первыми сберегательными институтами, посредством деятельности которых происходило образования организованных форм сбережений, являются коммерческие банки. При этом основным каналом поступления сбережений населения в коммерческие банки является привлечение сбережений во вклады. Причинами этого являются традиционные преимущества коммерческого банка перед другими институтами, аккумулирующими сбережения населения: защита денежных средств от негативного влияния инфляции; надёжность (до 700.000 рублей все вклады застрахованы); доступность; простота информации об условиях вклада и о выбранном банке в целом; содействие развитию экономики (денежные средства размещаются в кредитные ресурсы, инвестируются в ценные бумаги и т.д.); большое разнообразие программ размещения, учитывающее возможности и интересы различных категорий вкладчиков и др. Для любой экономики сбережения населения являются основой для инвестиционного рывка. С учетом российской специфики, в частности недостаточного доверия населения к иным институтам сбережения, представляется целесообразным совершенствовать механизмы привлечения денежных

средств населения во вклады в коммерческие банки. На наш взгляд, это позволит увеличить денежную базу российской экономики.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Бибикова Е. А.

Е. С. НИКИТИНА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В РФ

Сегодня потребительское кредитование физических лиц является наиболее прибыльным, а для клиента – наиболее удобным. Учитывая тенденцию стабилизации стоимости кэш-кредитов – спрос на них будет увеличиваться. Но в недавнем времени ситуация начала меняться, рост рынка снижается, некоторые аналитики прогнозируют отрицательную динамику развития в будущем.

Одной из основных проблем кредитования всегда будет являться проблема не возврата полученного кредита. Это может быть связано с просчетами человека в своих возможностях при возврате кредита, нарастанию процентов по просрочке. Или может быть преднамеренно, когда кредит не планировался выплачиваться. Чтобы покрыть риски не возврата кредитов, банки повышают процентные ставки по кредитам.

Финансовые аналитики сообщают, что и в наступившем году процентные ставки будут увеличиваться. В более длительной перспективе проценты начнут снижаться. Этому будет способствовать экономические тенденции и рост постоянных клиентов. Банки доверяют им, значит, могут выдавать им кредиты по проценты без учета дополнительных рисков. На основе 2013 года финансисты пришли к выводу, что у потребительских кредитов есть перспективы. За минувший год 30 процентов населения страны оформили займы. Для снижения рисков всей системы банков Центробанк РФ нацелен сократить рост потребительских кредитов примерно на 20 процентов. Так как при неограниченном росте необеспеченных кредитов, значительно увеличивается и процент задолженности. Центробанк планирует ввести следующие меры: изменение требований к формированию резервов по вероятным потерям; сделать более строгий расчет

капитала. Перечисленные меры довольно результативны, это доказал уже 2013 год. Есть поправки к закону «О потребительском кредитовании», согласно которым Центробанк России вправе считать средние ставки по займам, а также определять возможное отклонение в 30%. Необходимо совершенствовать систему контроля и проверки добросовестности клиентов, которым выдаются потребительские кредиты, для того, чтобы уменьшить процентную ставку по тем же потребительским кредитам.

Научный руководитель - ст. преп. Куранов М. С.

К. С. ОГУРЦОВА

Ивановский государственный университет

МЕТОДЫ ОПТИМИЗАЦИИ И ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ КОРПОРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Денежные потоки корпорации обслуживают все аспекты ее финансово-экономической деятельности, снижают риск неплатежеспособности, позволяют снизить потребность в заемном капитале, генерируют дополнительную прибыль, а, следовательно, играют большую роль в ее хозяйственной деятельности.

Актуальным представляется изучение вопросов, связанных с эффективным управлением денежными потоками, особенно в нестабильный экономический период. Эффективное управление денежными потоками обеспечивает финансовое равновесие организации, а низкая степень эффективности негативно отражается на финансовых результатах деятельности хозяйствующего субъекта, в том числе может создать и угрозу банкротства.

Основными целями оптимизации денежного потока являются: избежание дефицитности денежного потока, эффективное распределение избыточного чистого денежного потока, увеличение степени влияния хозяйствующего субъекта на денежный поток.

Методы оптимизации дефицитного денежного потока предполагают рост объема положительного денежного потока и снижение объема отрицательного потока, а методы оптимизации избыточного денежного потока связаны в основном с активизацией инвестиционной деятельности организации.

В системе оптимизации денежных потоков корпорации важное место принадлежит их сбалансированности во времени. Во избежание

ряда финансовых проблем, вызванных несбалансированностью денежных потоков, организациям предлагается составлять платежные календари. Для этого в настоящее время могут использоваться специальные программные продукты, такие как «Платежный календарь 2.1» для 1С: Бухгалтерия 8, «SysTecs: Платежный календарь» и «М7 Оперативное планирование - Платежный календарь».

Тем не менее, внедрение специальных программных продуктов по оптимизации денежных потоков в корпорациях не отменяет практического применения специалистами финансовых отделов основных моделей планирования, прогнозирования и оптимизации денежных потоков.

Научный руководитель - ст. преп. Смирнова Е. М.

К. И. ПИТАЛЕВА

Ивановский государственный университет

ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Программы повышения финансовой грамотности – это комплекс мероприятий по изучению населением финансовых инструментов, финансовых организаций, а также финансового рынка.

В России общественная значимость повышения финансовой грамотности населения является актуальной, но, к сожалению, она еще не получила должного распространения и признания. Поскольку отсутствует единая точка зрения по оценке финансовой грамотности населения, постольку программы повышения финансовой грамотности носят общий характер и на практике их реализация не осуществляется в полной мере.

С 2005 года в РФ разработана Ведомственная целевая программа «Информирование населения о возможностях инвестирования на финансовых рынках», но ее финансирование отсутствует. Федеральная целевая программа по повышению финансовой грамотности населения разрабатывается Министерством финансов с участием Мирового Банка. На данный момент существует Национальная программа повышения финансовой грамотности населения Российской Федерации (концепция программы разработана в 2008 году Фондом «Центр развития фондового рынка» и

представлена в ФСФР России). Последние новации в части обеспечения доступа населения к финансовым услугам представлены на портале по повышению финансовой грамотности «Азбука финансов», одной из задач которого является повышение уровня знаний граждан РФ о финансовых продуктах и их грамотном использовании.

На наш взгляд, в рамках повышения финансовой грамотности должен быть единый порядок и механизм определения финансовой грамотности, оценки уровня финансовой грамотности и программ финансового образования.

Создание программ по повышению финансовой грамотности – это важная задача государства. Они способствуют росту финансового благосостояния, правильно планировать семейный бюджет и управлять финансами. Они обеспечивают защиту от мошенничества, помогают повышать финансовую безопасность граждан.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Курникова И. В.

Н. А. ПОНОМАРЕВА

Ивановский государственный университет

ПЕНСИОННЫЕ НАКОПЛЕНИЯ ГРАЖДАН РФ И ПРОБЛЕМЫ ИХ ИНВЕСТИРОВАНИЯ

На российском финансовом рынке появился новый сегмент - инвестирование пенсионных накоплений граждан, что является рациональным способом решения основных проблем пенсионной системы: при эффективном инвестировании накопительной части трудовой пенсии появляется возможность гарантировать достойную пенсию грядущему поколению и изыскать средства на обеспечение выплат пенсий поколению нынешних пенсионеров.

Можно выделить ряд проблем, связанных с инвестированием пенсионных накоплений.

Во-первых, это - выбор управляющей компании. Даже в условиях абсолютно добросовестного поведения управляющих компаний граждане наталкиваются на труднопреодолимые проблемы: для выбора нужна информация об управляющей компании и ее интерпретация, сравнение различных управляющих компаний и результатов их деятельности в данном направлении.

Другой проблемой является соотношение доходности и риска, разные возможности по инвестированию средств пенсионных накоплений у государственной управляющей компании и у негосударственных пенсионных фондов и частных управляющих компаний. Инвестиционная декларация Внешэкономбанка (государственной управляющей компании) очень консервативна. Доходность инвестиционного портфеля остается стабильной, но не высокой. Частные компании на длительном промежутке показывают значительно более высокую доходность, гораздо шире их возможности инвестирования. Однако они несут более значительные риски.

Следующей проблемой является отсутствие в сознании большинства россиян сформированного подхода к накоплению собственной пенсии, чем обусловлен молчаливый отказ от участия в негосударственных схемах управления капиталами.

Таким образом, ситуацию с инвестированием пенсионных накоплений можно назвать критической. Происходит обесценение пенсионных накоплений граждан. Необходимы радикальные меры по широкомасштабной информационной работе, существенные финансовые, в том числе и налоговые, стимулы.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Смольницкая Н.Ю.

У. Н. ПРОКОФЬЕВА

Ивановский государственный университет

ОБ УРОВНЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В РОССИИ

Финансовая грамотность - это тот уровень знаний и навыков в области финансов, который позволит правильно и адекватно оценить ситуацию на рынке и принять разумное решение.

Финансовая грамотность в России находится на низком уровне, только небольшая часть граждан ориентируется в услугах и продуктах, которые предлагают финансовые институты.

По данным исследований в области финансовой грамотности российского населения видно, что большинство наших сограждан принимают решения об управлении своими финансами не самостоятельно, а опираясь на рекомендации знакомых или сотрудников финансовых учреждений. Большинство россиян, считая сложными и непонятными те или иные финансовые услуги,

предпочитают ими не пользоваться. Также потребитель финансовых услуг в нашей стране слабо проинформирован о своих правах и защите этих прав в случае их нарушений.

Мы считаем, что экономическое развитие страны зависит от уровня финансовой грамотности населения; низкий уровень таких знаний ведет к отрицательным последствиям для государства и общества в целом. Повышение ее, является важнейшей задачей государственной политики многих стран, в том числе и России.

Министр финансов РФ Антон Силуанов на брифинге в рамках саммита G20, который проходил 5 сентября 2013 года в Санкт-Петербурге, сообщил, что с этого года Россия начнет реализацию национальной стратегии по повышению финансовой грамотности населения. На наш взгляд, программы повышения финансовой грамотности населения необходимо начать с оценки уровня финансового образования по определенным сегментам: 1) старшеклассники; 2) студенты, учащиеся колледжей; 3) работающие по найму; 4) самозанятые лица; 5) пенсионеры.

Повышение финансовой грамотности населения необходимо не только для достижения личных финансовых целей, но и для стабильности и процветания экономики и общества в целом.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Курникова И. В.

В. С. РАНЖИНА

Ивановский государственный университет

ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Сегодня сложно представить экономику без эффективных форм денежного обращения, а также различных платежных механизмов. В своем исследовании мы рассматривали платежные системы коммерческих банков, как часть национальной платежной системы, концентрируя внимание на том, что сегодня практически все расчеты производятся через банковскую систему.

Ежедневно субъектами хозяйственного оборота заключается большое количество сделок по поводу товаров, работ, услуг, финансовых инструментов, что сопровождается денежным потоком. Платежные системы позволяют быстро, бесперебойно и безопасно осуществлять расчеты между экономическими субъектами.

Банковским сектором на данный момент предлагается большой набор платежных услуг: ведение счетов, денежные переводы, карточные услуги, е-банкинг и другие. По каждой услуге замечается рост в объемах предоставления.

Если на 1 января 2008 года количество счетов, открытых учреждениями банковской системы в расчете на 1 жителя, составляло 3 единицы, то уже на 1 октября 2013 года этот показатель стал 4,9 единиц, то есть наблюдается рост на 60%.

Сегодня особой популярностью пользуется дистанционное банковское обслуживание, представленное следующими системами, позволяющими пользоваться банковскими услугами в режиме 24×7×365: Internet- банкинг, PC-банкинг, WAP-банкинг, sms-банкинг, Mobile-банкинг, Phone- банкинг. На 1 октября 2013 года 15% всех счетов, открытых учреждениями банковской системы, составляют счета с дистанционным банковским обслуживанием.

Россия отстает от стран Европы по качеству и объемам платежных услуг, для преодоления разрыва нашей стране, в частности отечественному банковскому сектору необходимо совершенствовать платежные системы в области технологии, правового регулирования, обеспечения безопасности. Необходимо повышать скорость внедрения новых информационно-технологических решений.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Мазина Ю. Ю.

А. А. РЫЧКОВА

Ивановский государственный университет

ФИНАНСОВАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ И СПОСОБЫ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

В настоящее время одним из приоритетных направлений финансовой политики государства является повышение эффективности местных бюджетов. В рамках этого направления можно выделить одну из главных задач – усиление финансовой самостоятельности и укрепление экономической независимости органов местного самоуправления.

Под финансовой самостоятельностью местных бюджетов понимается право самостоятельного утверждения бюджета соответствующими представительными органами власти, право определять направления использования и расходования бюджетных

средств, а также право на установление собственных источников бюджетных доходов.

Способы повышения финансовой самостоятельности местных бюджетов можно разделить на два главных направления: увеличение доходов бюджета; оптимизация расходов бюджета.

Первое направление подразумевает под собой управление налоговыми поступлениями, в частности введение налога на недвижимость, некоторое увеличение тарифа НДС, зачисляемого в местные бюджеты, передача муниципальным образованиям части налога на имущество организаций.

Однако более перспективным, на наш взгляд, является второй способ, обеспечивающий оптимизацию структуры расходов местного бюджета. Первоочередной задачей в рамках данного направления выступает повышение эффективности и результативности бюджетных средств. Ее реализация на местном уровне возможна путем осуществления следующих мероприятий: во-первых, внедрения программной структуры расходов бюджетов; во-вторых, оптимизации функций муниципального управления и повышения эффективности их обеспечения; в-третьих, повышения качества предоставляемых муниципальных услуг; в-четвертых, совершенствования правового положения муниципальных учреждений и организации закупок; в-пятых, развития системы муниципального финансового контроля.

Таким образом, меры по повышению эффективности бюджетных расходов будут способствовать усилению финансовой самостоятельности местных бюджетов.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Курникова И. В.

В. А. РАГОЗИНА

Ивановский государственный университет

РОЛЬ КРЕДИТНОГО МЕМОРАНДУМА ПРИ ОЦЕНКЕ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

В нашем исследовании рассматривается сущность кредитного меморандума и его роль при оценке заемщика коммерческого банка. Источником исследования служит кредитный меморандум конкретного клиента. В нашем случае это компания ООО «Юг-Фарм», функционирующая на фармацевтическом рынке с 2008 г.

В первую очередь мы рассматриваем кредитный меморандум, как документ, содержащий структурированную информацию о потенциальном заемщике, позволяющий качественно оценить финансовое состояние организации.

Например, в нашем документе мы подробно рассмотрели такие финансовые показатели, как: ликвидность, прибыльность и платежеспособность. Кроме того, выяснили каковы рыночные риски данной компании, а так же сделали собственные выводы по итогам анализа финансовой отчетности, предоставленной организацией. Так, по нашим оценкам, компания «Юг-Фарм» на протяжении анализируемого периода демонстрирует прирост объемов продаж и характеризуется высокими показателями деловой активности.

С другой стороны, благодаря доступной для нас информации, мы изучили конкурентные преимущества фирмы и стратегию ее развития, что позволило сделать собственные выводы о том, почему банк в результате рассмотрения документации заемщика принял положительное решение о выдаче кредита.

И, в-третьих, мы исследовали вопрос о необходимости и частоте коррекции кредитного меморандума.

Выяснили, что кредитный меморандум – это гибкий инструмент, который облегчает создавать и поддерживать историю того, какие события привели к проблеме кредита. Такой форма документа может включать важную информацию о клиенте, причине кредитной корректировки и баланс счета после того, как изменения будут внесены.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Амосова Н. А.

Ю. В. САВЕЛЬЕВА

Ивановский государственный университет

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КРЕДИТНОЙ СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РОССИИ

Организация финансово-кредитного обслуживания предприятий, организаций и населения, функционирование кредитной системы играют исключительно важную роль в развитии хозяйственных структур. От эффективности и бесперебойности функционирования кредитно-финансового механизма зависят не

только своевременное получение средств отдельными хозяйственными единицами, но и темпы экономического развития страны в целом.

Так, по состоянию на 01 января 2013 года общий объем выданных кредитов бизнесу составляет 30 254 822 млн рублей, то есть свыше 30 трлн рублей. Для сравнения этот показатель тремя годами ранее, на 01 января 2010 года, составлял 19 091 541 млн рублей. Таким образом, за три года объем кредитования вырос в 1,6 раза. При этом объем кредитов, выданных в иностранной валюте, составляет около 10% от общей суммы кредитов.

Объем потребительского кредитования по состоянию на 01 января 2013 года составляет 7 226 423 млн рублей, что в 4 раза меньше объема кредитования коммерческой деятельности. Тремя годами ранее, по состоянию на 01 января 2010 года, объем выданных кредитов населению составлял 2 613 560 млн рублей, что в 2,7 раза меньше текущего показателя.

Таким образом, объемы потребительского кредитования растут быстрее, чем объемы кредитования юридических лиц.

Интересен и тот факт, что качество кредитного портфеля за последние 3 года заметно улучшилось: так, например, доля просроченных кредитов бизнесу снизилась с 3,15% на 01 января 2010 года, до 2,7% к 01 января 2013 года, а доля просроченных кредитов, выданных банками физическим лицам, снизилась за аналогичный период с 9,2% до 4,3%.

Итак, проведенный анализ показал, что кредитная система Российской Федерации в настоящее время находится в стадии подъема, чему во многом способствует бум потребительского кредитования.

Научный руководитель: ст. преп. Корягина Т. М.

В. С. САФРОНОВА

Ивановский государственный университет

ФИНАНСОВАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ БЮДЖЕТОВ НА МЕСТНОМ УРОВНЕ

В настоящее время наблюдается высокий уровень безвозмездных поступлений в местные бюджеты. Это является свидетельством не только усиления внимания к финансовым проблемам муниципалитетов, но и снижения степени

самостоятельности органов местного самоуправления, а также повышения их зависимости от регионального бюджета и властных структур, в которых сконцентрированы доходные источники.

Наибольшее внимание в решении проблемы финансовой самостоятельности местных бюджетов, на наш взгляд, следует уделить собственным налоговым доходам, которые формируются, как правило, при взимании налогов, принадлежащих тому же уровню налоговой системы, что и получающий их бюджет в рамках бюджетной системы, и по которым соответствующие органы власти имеют возможность управления.

В качестве способа увеличения доходной части местных бюджетов можно также выделить совершенствование патентной системы налогообложения. Мы считаем, что при проведении скоординированной целенаправленной работы органами местного самоуправления совместно с налоговыми органами, можно добиться увеличения налоговых поступлений от субъектов малого предпринимательства.

Не менее важным элементом в структуре местной бюджетной политики является инвестиционная политика. На наш взгляд, необходимо иметь в виду, что одной из важнейших составляющих бюджета могут стать средства населения. Поэтому привлечение этого источника для решения муниципальных проблем должно стать важным направлением деятельности органов местного самоуправления в инвестиционной сфере.

Таким образом, реальное соблюдение принципов самостоятельности и сбалансированности местных бюджетов будет способствовать повышению уровня управляемости бюджетными средствами, а самое главное удовлетворению потребностей муниципальных образований.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Курникова И. В.

Н. А. СЕРГЕЕВА

Ивановский государственный университет

КРИТЕРИИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Наш мир не стоит на месте. Развитие происходит во всех сферах общества, в том числе и в экономической. Появление рыночной экономики и развитие сферы услуг открыли человечеству новые

возможности. Однако для того, чтобы ими воспользоваться, человеку необходимы определенные знания и навыки в сфере финансов. Именно поэтому в современном обществе одним из основных вопросов является финансовая грамотность населения.

Понятие финансовой грамотности достаточно широко. Знания в данной области мы можем применить как в быту, нашей обыденной жизни, так и при решении важнейших экономических вопросов. Критериями финансовой грамотности, на наш взгляд, являются понимание основных терминов в области финансов, владение информацией о финансовом рынке, а также умение отличать полезную информацию от рекламы. Также, важную роль имеет ведение своего бюджета и управление своими финансами. В современных условиях одним из основных критериев является умение пользоваться финансовыми, банковскими и страховыми продуктами и услугами. Научно-технический прогресс привел к тому, что людям необходимы навыки пользования интернет-услугами финансовых институтов.

К сожалению, не многие задумываются о важности финансовой грамотности. Мы считаем, что каждый должен вести учет своих доходов и расходов, а также обладать минимальным запасом экономических терминов и информацией. Именно это поможет человеку в создании сбережений и в их управлении, в определении рисков и избежании рисков и долгов, и, самое главное, в планировании своего будущего. Многие страны мира, например, США, Австралия, Великобритания, приняли программы и инициативы повышения финансовой грамотности населения. Во многом это лишь первоначальная ступень в совершенствовании знаний людей в сфере финансов. Основной задачей является то, чтобы дать людям не только советы, но и научить их действовать в определенной ситуации, самостоятельно принимать правильные решения. А это зависит только от человека и степени его заинтересованности в своей финансовой грамотности.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Курникова И. В.

Е. А. СИДОРОВА
Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМ ПОРТФЕЛЕМ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Основным этапом проведения кредитной политики коммерческого банка является формирование кредитного портфеля. Вначале необходимо сформулировать общую цель кредитной деятельности банка, выработать стратегию кредитной политики, определить приоритетные цели формирования кредитного портфеля. Необходимо отметить высокую актуальность анализа процесса формирования кредитного портфеля коммерческого банка. В настоящее время проблема управления кредитным портфелем для снижения его рискованности и повышения прибыли от кредитной деятельности банка приобрела высокую значимость. Это связано с тем, что кредитный портфель является критерием, позволяющим охарактеризовать качество кредитной политики коммерческого банка и спрогнозировать результат его деятельности. В связи с этим основной проблемой коммерческого банка является формирование сбалансированного кредитного портфеля. Выдаче кредитов в коммерческом банке предшествует анализ соответствия объекта кредитования кредитной политике коммерческого банка, проводится оценка кредитоспособности клиента. При этом в оценку кредитоспособности заемщика помимо анализа финансовых результатов деятельности необходимо включать анализ менеджмента и маркетинга в виду того, что именно эти области управления во многом гарантируют своевременное погашения кредита и процентов. От каждого конкретного кредита будет зависеть качество кредитного портфеля. Помимо этого, состояние кредитного портфеля определяют результаты кредитных операций коммерческого банка, в виду этого требуется регулярный мониторинг кредитного портфеля. Своевременный анализ позволяет выявить отклонение показателей и своевременно выработать меры по их предотвращению в будущем.

Таким образом, кредитный портфель коммерческого банка формируется целенаправленно в соответствии с кредитной стратегией банка. При формировании кредитного портфеля коммерческий банк стремится к достижению разработанной кредитной политики путем выбора более эффективных и надежных вложений, которые попадают под систему лимитов кредитования коммерческого банка.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Бибилова Е. А.

М. В. СИМАКОВА
Ивановский государственный университет

ВКЛАДЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ БАНКА В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ

Актуальность представленной темы определяется следующим:

1. Существенным повышением роли вкладов в обеспечении устойчивости коммерческого банка. 2. Необходимостью комплексных исследований депозитной политики коммерческого банка во взаимоотношениях с клиентами. Важнейшей составляющей всей банковской политики является политика формирования ресурсной базы. Специфика банковского учреждения состоит в том, что подавляющая часть его ресурсов формируется не за счет собственных, а за счет заемных средств. Формирование ресурсной базы в процессе осуществления банком пассивных операций исторически играло первичную и определяющую роль по отношению к его активным операциям. Основные причины привлечения банками денежных средств населения во вклады – следующие:

- 1) вклады населения – это относительно дешевый ресурс для банка по сравнению с межбанковскими займами и другими финансовыми инструментами;
- 2) частные вклады выгодны для банков.

Проблема привлечения свободных денежных средств населения – одна из наиболее актуальных сегодня, которая должна опираться на интересы вкладчиков, чтобы максимально заинтересовать их в хранении средств на банковских счетах. Недостаточная по объему и нерациональная по составу ресурсная база являются основной причиной, сдерживающей развитие банковского бизнеса. В условиях нехватки ресурсов банки в качестве компенсационного варианта зачастую прибегают к зарубежным заимствованиям. В предкризисный период размер ссуд, привлеченных российским банковским сектором, составил 5-7% совокупных пассивов, а у отдельных кредитных организаций – до 20% ресурсной базы.

Таким образом, вопросам формирования депозитной политики в нашей стране не уделялось должного внимания. Современный период развития банковской системы характеризуется усилением роли финансов физических лиц и банковской конкуренции за сбережения населения.

С. В. СИМОНЦЕВА

Ивановский государственный университет

ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

В современных условиях развития экономики нашей страны становится необходимым повышение финансовой устойчивости банковской системы в целом и каждого коммерческого банка в отдельности. Поэтому особую актуальность приобретает формирование коммерческими банками комплексной финансовой политики, регулирующей процессы привлечения и трансформации финансовых ресурсов и позволяющей обеспечить эффективное управление финансами в коммерческом банке.

Финансовая политика, на наш взгляд, должна задавать общую концепцию развития деятельности банка в области формирования и трансформации его финансовых ресурсов и быть направлена на обеспечение устойчивости и ликвидности банка, рентабельности и соответствия его деятельности потребностям клиентов и контрагентов. Именно на основании комплексной, рациональной и научно-обоснованной финансовой политики должно выстраиваться эффективное управление финансами в коммерческом банке.

Учитывая мировой опыт регулирования деятельности коммерческих банков и возможность применения в условиях российской действительности, а также задачи, которые призвана решить разрабатываемая банком финансовая политика, можно было бы предложить подход, в соответствии с которым процедуры формирования финансовой политики коммерческого банка могут быть определены следующим образом:

Во-первых, необходимо разработать общую концепцию финансовой политики коммерческого банка.

Во-вторых, следует создать адекватный финансовый механизм в виде тактики коммерческого банка.

В-третьих, нужно разработать оптимальный набор показателей для контроля финансовой политики коммерческого банка.

Следование предложенным процедурам формирования финансовой политики банка позволит сформировать комплексную и качественную финансовую политику банка, что будет способствовать повышению результативности управления финансами в практической деятельности коммерческого банка.

И. Н. СИТНИКОВ

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛИКВИДНОСТЬЮ В РОССИЙСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

Банковская деятельность относится к одному из наиболее рискованных видов предпринимательской деятельности. Коммерческий банк должен обеспечить сохранность доверенных ему средств, возвратить их собственникам в установленный срок либо по первому требованию, не неся потерь, уплачивать процент за привлечённые ресурсы, т.е. поддерживать определённый уровень ликвидности. В России в условиях рыночной экономики проблема низкой банковской ликвидности является особенно актуальной, успешное разрешение этой проблемы оказало бы положительное влияние на народное хозяйство в целом. Низкая ликвидность является источником внутренней нестабильности банковской системы, ограничивая возможности расширения объема финансовых операций банков и делая банковскую систему неустойчивой к внешним негативным воздействиям.

Потребности банка в ликвидных средствах могут быть рассмотрены с точки зрения спроса и предложения. Для большинства банков самый значительный спрос на ликвидные средства возникает по двум причинам: из-за снятия клиентами денег со своих счетов; в связи с поступлением заявок на получение кредитов от клиентов, которые банк решает принять. Банки имеют некоторое несоответствие между сроками погашения по своим активам и сроками погашения по основным обязательствам. Проблема, возникающая в случае несовпадения сроков, состоит в том, что банки имеют необычно высокую долю обязательств, требующую немедленного выполнения, таких, как вклады до востребования, текущие счета и займы денежного рынка. Другим источником потенциальных проблем ликвидности является чувствительность банков к изменениям процентных ставок. Когда происходит рост процентных ставок, некоторые вкладчики изымают свои средства в поисках более высоких прибылей в других местах.

Таким образом, каждый коммерческий банк должен самостоятельно обеспечивать поддержание своей ликвидности на заданном уровне на основе анализа ее состояния, складывающегося на конкретные периоды времени.

Н. Е. СМУРОВА

Ивановский государственный университет

О ЗНАЧЕНИИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ

С развитием спектра финансовых услуг, с глобализацией, происходит возрастание значения финансовой грамотности населения.

В соответствии с принятым международным сообществом определением, под финансовой грамотностью понимается способность отдельных людей управлять своими финансами и принимать обоснованные краткосрочные и долгосрочные финансовые решения, обеспечивающие им наибольшую выгоду. Для этого нужно обладать хотя бы минимумом определенных знаний и навыков. А каким уровнем этих знаний и навыков должен обладать человек, чтобы грамотно управлять своими деньгами, пенсионными сбережениями и семейными накоплениями? Кто должен осуществлять анализ и оценку уровня финансового образования, разработку программ повышения финансовой грамотности?

Финансовые аналитики считают, что инициатором разработки таких программ должно быть государство. Но нам кажется, что в финансово подкованных гражданах нуждаются и банки, и страховые компании, и негосударственные пенсионные фонды, и многие другие финансовые организации. Они, для привлечения дополнительных клиентов, а, следовательно, и увеличения прибыли, тоже должны быть заинтересованы в данном вопросе.

Участвовать в данных программах, по мнению ряда специалистов, должны те, у кого имеются первоначальные накопления, те, кто задумывается о будущем. На наш взгляд, должна быть более широкая аудитория: школьники и студенты, которые обычно лучше усваивают новую информацию, но пока не заглядывают в будущее, да и пенсионеры, которым нужна поддержка во многих финансовых вопросах, не должны остаться в стороне.

Для решения этих вопросов необходимы совместные усилия различных международных сообществ, государства, конкретных финансовых организаций по расширению доступа к финансовым услугам и финансовому образованию, а главное – желание и интерес самого населения.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Курникова И. В.

УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

Целью деятельности любой коммерческой организации является получение прибыли. Для успешного функционирования и развития предприятия необходимо обеспечить систематическое получение прибыли и иметь возможность оказывать влияние на процесс ее формирования, распределения и использования. С этой целью на предприятии разрабатывается комплекс мероприятий по управлению прибылью.

На наш взгляд, в большинстве организаций (особенно малого и среднего бизнеса) не уделяется должного внимания управлению прибылью. Зачастую управленческие решения имеют противоречивый характер или система управления прибылью разрабатывается лишь по некоторым ее направлениям, оставляя нетронутым ряд важных вопросов, таких как управление накоплением и текущим потреблением, использование временно свободных денежных средств.

В теоретическом аспекте среди экономистов нет единого понимания процесса управления прибылью; не обозначены обязательные элементы политики управления. Для одних управление прибылью означает такое воздействие на факторы хозяйственной деятельности, которое позволит увеличить доходы и снизить расходы организации. Другие включают в понятие управления прибылью процесс ее формирования и процесс ее использования.

Что касается практики менеджмента, то зачастую для малых и средних предприятий характерно рассмотрение политики управления прибылью только с позиции ее формирования. При этом распределение и использование прибыли, как элементы управления, не рассматриваются менеджерами вообще. Таким образом, предприятия, обладающие высокими показателями рентабельности продаж, положительной динамикой прибыли, по факту из-за нерационального использования теряют часть дохода или несут дополнительные расходы. Несомненно, построение эффективной и всеобъемлющей системы управления прибылью для небольших предприятий требует высоких затрат, причем на постоянной основе. Однако, на наш взгляд, у каждой организации существует возможность наделения работников некоторыми функциями управления прибылью – организации и осуществления планирования распределения прибыли, а также контроля над ее рациональным использованием.

Научный руководитель - ст. преп. Смирнова Е. М.

М. В. СЫСОЕВА

Ивановский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ ЛИКВИДНОСТЬЮ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Ликвидность лежит в основе надежности и устойчивости коммерческих банков, так как создает условия для его платежеспособности. Одной из наиболее важных задач управления любым банком является обеспечение соответствующего уровня ликвидности и платежеспособности. Ликвидность имеет немаловажное значение не только для самого банка, но и для его клиентов. Высокая ликвидность является показателем того, что клиент в любой момент сможет вернуть вложенные средства или получить кредит в банке.

Управление ликвидностью представляет собой совокупность действий, направленных на обеспечение ликвидности как отдельного коммерческого банка, так и банковской системы в целом. Управление ликвидностью коммерческого банка в России осуществляется на двух уровнях: на уровне Банка России (централизованное управление), на уровне коммерческого банка (децентрализованное управление).

Целью централизованного управления ликвидностью является поддержание ликвидности каждой кредитной организации. Соответственно, задачами такого управления выступают: определение регулятивных норм и правил деятельности кредитных организаций, обеспечивающих их ликвидность, выбор инструментов регулирования ликвидности, организация контроля за состоянием ликвидности отдельной кредитной организации и банковской системы в целом.

В таких теориях управления ликвидностью как теория коммерческих ссуд, теория перемещения и теория ожидаемых доходов определяющую роль при регулировании деятельности банка играют активные операции, а в теории управления пассивами – пассивные. В управлении ликвидностью коммерческих банков используют и другие подходы - подход единого резервного фонда и подход конвертируемости банковских средств. Основу метода коэффициентов составляют обязательные нормативы ликвидности, установленные Банком России. Другой метод оценки ликвидности базируется на прогнозировании ликвидной позиции коммерческого банка на соответствующие даты. Критерием ликвидности банка является сопряженность всех его активов и пассивов по срокам и суммам и способность обеспечить себя ликвидными активами при возникновении несоответствия.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Симонцева С. В.

Н. В. ТАРАСОВА

Ивановский государственный университет

АКТИВНЫЕ ОПЕРАЦИИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

В современных условиях развития рыночной экономики важной составляющей успешного функционирования кредитной организации является грамотное ведение активных операций.

Под активными операциями банка подразумевают размещение на ссудном, валютном и инвестиционном рынках как собственных, так заемных и привлеченных средств банка для получения наибольшего дохода. От качественного размещения и состояния активных операций зависят ликвидность, прибыльность, финансовая надежность и устойчивость банка в целом.

Одни операции банк осуществляет для поддержания определенного уровня ликвидности – такие операции позволяют банку стабильно работать, но не приносят доходов, другие - приносят ему доход, но могут оказаться весьма рискованными. Поэтому каждый коммерческий банк самостоятельно определяет оптимальное соотношение таких операций, необходимых для обеспечения нормального функционирования банка.

Наиболее распространенные формы активных операций коммерческих банков: предоставление денежных средств в кредит, вложения в ценные бумаги, инвестиции в производство, кассовое обслуживание. Такая общая тенденция в структуре активов банков характерна как для российских банков, так и банков в других странах. Каждый банк должен стремиться к созданию рациональной структуры активов, которая в основном зависит от качества активов.

Несмотря на посткризисные явления в банковском секторе России прослеживаются тенденции роста основных активных операций (кредитных и вложений в ценные бумаги) и сокращение наличных операций банков, что характерно для практики зарубежных банков. Особым мотивом банков является снижение доли денежных средств, не приносящих дохода, в активах банка и создание краткосрочного портфеля инвестиций, сопоставимого по ликвидности с наличными денежными средствами, но приносящего при этом прибыль.

Поддержание высокого качества активов банка подразумевает обеспечение как можно более полной возвратности вложенных средств. Для этого банк осуществляет диверсификацию активов с учетом оценки риска и ликвидности.

С. В. ТИТОВА
Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛИКВИДНОСТЬЮ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Мировая экономическая теория и практика в последние десятилетия уделяет особое внимание проблемам повышения устойчивости кредитных институтов, важнейшей из которых является проблема эффективного управления ликвидностью коммерческих банков.

Понятие «ликвидность» коммерческого банка означает возможность банка своевременно и полно обеспечивать выполнение своих долговых и финансовых обязательств перед всеми контрагентами, что определяется наличием достаточного собственного капитала банка, оптимальным размещением и величиной средств по статьям актива и пассива баланса с учетом соответствующих сроков.

Банки заимствуют крупные суммы краткосрочных депозитов и резервов у граждан, предприятий и других кредитных учреждений, затем пускают их в оборот и предоставляют долгосрочные кредиты своим клиентам. Проблема, возникающая в случае несовпадения сроков, состоит в том, что банки имеют необычно высокую долю обязательств, требующую немедленного выполнения, таких, как вклады до востребования, текущие счета и займы денежного рынка. Таким образом, банки всегда должны быть готовы удовлетворить безотлагательный спрос на денежные средства, который может быть весьма значительным в отдельные моменты времени.

Другим источником потенциальных проблем ликвидности является чувствительность банков к изменениям процентных ставок. Когда происходит рост процентных ставок, некоторые вкладчики изымают свои средства в поисках более высоких прибылей в других местах. Многие клиенты, взявшие ссуды, могут приостановить подачу заявок на новые кредиты или ускорить использование кредитных линий, еще имеющих низкие процентные ставки. Таким образом, изменение процентных ставок отражается на спросе клиентов и на депозиты, и на кредиты, что оказывает сильное влияние на уровень ликвидности банка.

Таким образом, управление ликвидностью банка, по нашему мнению, направлено на предотвращение и устранение, как недостатка, так и излишка ликвидности.

Научный руководитель - ст. преп. Корягина Т. М.

В. С. ФОМИЧЁВА

Ивановский государственный университет

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В настоящее время ипотечное кредитование в России является главным инструментом обеспечения доступным жильём населения страны. Ипотека хотя и не является новой услугой, но всё же остаётся незнакомой для части потенциальных потребителей.

Основы для развития ипотечного кредитования в нашей стране уже сформированы. На сегодняшний момент ипотека в России представлена рядом программ со сроком погашения от 3 до 30 лет. Кредиты предоставляются как на приобретение квартиры на первичном и вторичном рынке, так и на приобретение или строительство жилого дома с земельным участком.

Согласно данным Агентства по ипотечному жилищному кредитованию (АИЖК), в 2013 году суммарный объём выданных ипотечных кредитов увеличился почти на 30% и составил 1,3 трлн. рублей. По оценкам АИЖК, рост рынка в 2014 году продолжится, но несколько замедлится темп роста выдачи ипотечных кредитов и составит около 15%. Средняя процентная ставка по ипотеке в нашей стране составляет около 12%, что в 2 раза выше, чем, например, в США, где ипотечные кредиты выдаются под 6% годовых. По данным АИЖК, в первом квартале 2013 года наблюдался рост процентных ставок, которые достигли своего максимума в марте и составили 12,9%. Но со второго квартала они начали постепенно снижаться. Этому поспособствовало улучшение ситуации с ликвидностью по сравнению с 2012 годом. К октябрю 2013 года средневзвешенные ставки составили 12,3% и снизились на 0,1% по сравнению с октябрём 2012 года. Важно отметить, что для отдельных категорий граждан АИЖК предоставляет кредиты по ставкам, ниже рыночных. Для молодых учителей действуют ставки 8,5-10,5%, для молодых учёных - 10-10,5%, для получателей материнского капитала - 7,65-13,05%, для военнослужащих - 9,5-10,5%.

Чтобы сделать ипотеку ещё более доступной населению, необходимо сотрудничество государства и банков. Так при

совместном партнёрстве, по мнению аналитиков девелоперской компании RDI, объявленные на перспективу ставки по ипотечному кредитованию будут реальными и должны снизиться ниже отметки 10% годовых.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Амосова Н. А.

Е. А. ЧЕТВЕРИКОВА

Ивановский государственный университет

РЕФОРМИРОВАНИЕ ПЕНСИОННЫХ НАКОПЛЕНИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В настоящее время пенсионная система Российской Федерации претерпевает серьёзные изменения. Одним из важнейших направлений финансовой политики государства является пенсионная реформа в отношении накопительной части пенсии.

Необходимость серьёзных преобразований в пенсионной системе стала очевидна, поскольку существующий в настоящее время принцип формирования пенсионных накоплений не сможет обеспечить высокий коэффициент замещения утраченного заработка.

С 2014 года в Российской Федерации вводится новая пенсионная формула: 1) приостанавливается на год формирование пенсионных накоплений граждан с дальнейшей их индексацией;

2) изменяется механизм управления своей будущей пенсией. Застрахованные лица должны до конца 2015 года определиться с вариантом инвестирования пенсионных накоплений. Можно оставить данные средства в Пенсионном фонде России и тогда все отчисления от заработной платы работников будут поступать в индивидуальную часть страховой пенсии. В этом случае размер будущей пенсии будет зависеть от размеров индексации, которые определяются Правительством РФ. Этот механизм будет действовать автоматически, по умолчанию граждан.

Другим вариантом управления своими отчислениями, на наш взгляд, более оптимальным, является их передача в негосударственный пенсионный фонд, заключив с ним договор. Перечисляемые 6% заработной платы работника инвестируются данной организацией, что может обеспечить значительное увеличение накопительной части пенсии. В рамках данного варианта необходимо выбрать такой НПФ, который обеспечит высокую надёжность и доходность пенсионных накоплений.

Важно отметить, что выбор НПФ не является одноразовым актом. Каждое застрахованное лицо может реализовать свои права на выбор инвестиционного портфеля на ежегодной основе. Поэтому, необходимо регулярно сравнивать результативность инвестиций, при этом концентрироваться на долгосрочных целях, в разумной степени избегая краткосрочных выгод.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Курникова И. В.

Секция
**«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА,
БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА, АУДИТА»**

А. П. БУРАЛКОВА

Ивановский государственный университет

**ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА
В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

Для осуществления успешной деятельности торговые организации в условиях рыночной экономики должны быстро и оперативно реагировать на любое изменение условий торговли путем анализа, прогнозирования и, как следствие, принятие эффективных управленческих решений.

Основным источником получения достоверной и полной информации о деятельности торговой организации для руководства является система управленческого учета и отчетности. При этом в Российской Федерации организации торговли только начинают внедрение системы управленческого учета, но происходит это достаточно быстрыми темпами.

Текущие затраты торговой организации представлены в основном ее издержками обращения. Так, при осуществлении своей деятельности торговая организация расходует средства на транспортировку, хранение, доработку, фасовку товаров, на заработную плату торговых работников, отчисления на социальные нужды, на амортизацию основных средств и др.

В организациях торговли синтетический учет издержек обращения ведется на счете 44 «Расходы на продажу». Аналитический учет по счету "Расходы на продажу" ведется по видам и каждой статье расходов, по местам возникновения затрат, по классификационным группам.

Управленческий учет для торговых организаций в рыночной экономике имеет очень важное значение, поскольку в финансовом учете не содержится информации о классификации затрат. Так, деление затрат на постоянные и переменные, позволяет провести анализ безубыточности, а следовательно принять рациональные управленческие решения о продаже товаров, об установлении цены и др.

Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент Шитик Е. В.

Н. В. ЖЕГЛОВА
Ивановский государственный университет

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАДЕЖНОСТИ В ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Активный переход к инновационному развитию в зарубежной практике начал осуществляться с 80-90-х годов XX века. Данная проблематика актуальна и на сегодняшний день. При этом на первый план выходят вопросы обеспечения экономической надежности в процессе развития промышленных предприятий.

На большинстве российских предприятий инновационное развитие ведется экстенсивным путем, опирающимся на жесткие правила и жесткие организационные структуры. Экономической надежности производственных систем уделяется недостаточно внимания: любое промышленное предприятие является сложной открытой системой, состоящей из множества подсистем и элементов.

Следовательно, в ходе инновационного развития экономическую надежность необходимо рассматривать в различных сегментах финансово-хозяйственной деятельности. При этом возникает проблема идентификации и оценки изменений экономической надёжности производственных систем.

С нашей точки зрения, решению данной проблемы способствует использование индекса экономической надёжности.

Именно индекс экономической надежности, учитывающий макро- и микроэкономические условия, может стать необходимым инструментом, отражающим общую жизнеспособность предприятия в процессе развития промышленного производства.

Очевидно, что гибкость в построении индекса гарантирует качество и точность оценок экономической надёжности промышленного предприятия.

Таким образом, инновационное развитие промышленного предприятия является объективной необходимостью. Формирование универсального инструментария оценки экономической надежности является сложной комплексной задачей, решению которой способствует использование индекса экономической надёжности.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Маринцев Д. А.

В. А. ЖОХОВА
Ивановский государственный университет

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ МАТРИЦЫ БКГ

Матрица БКГ - инструмент для стратегического анализа и планирования в маркетинге. Создана основателем Бостонской консалтинговой группы для анализа актуальности продуктов компании. В основе матрицы БКГ лежит модель жизненного цикла товара, в соответствии с которой товар в своем развитии проходит четыре стадии: выход на рынок (товар-«проблема»), рост (товар-«звезда»), зрелость (товар-«дойная корова») и спад (товар-«собака»). Для оценки конкурентоспособности отдельных видов бизнеса в матрице БКГ используются два критерия: темп роста отраслевого рынка; относительная доля рынка. Темп роста рынка определяется как средневзвешенное значение темпов роста различных сегментов рынка, в которых действует предприятие, или принимается равным темпу роста валового национального продукта. Относительная доля рынка определяется делением доли рынка рассматриваемого бизнеса на долю рынка крупнейшего конкурента.

Анализ матриц дает возможность определить, какие продукты или услуги предприятия занимают по сравнению с конкурентами ведущие позиции, какие – отстающие, а также оценить предварительно целесообразность и направления распределения стратегических ресурсов между ними. По такой форме представления результатов изучения положения продукции предприятия на рынке можно сказать, что это относительно простой, наглядный и остроумный инструмент стратегического анализа. Но, наряду с этим, матрица БКГ ограничена в своей применимости. Она действует только в отраслях с большим опытом рыночной работы и массовым производством. Матрица исходит только из «внутренних» конкурентных преимуществ, не учитывая возможности «внешних». В реальной жизни и «собака» может быть рентабельной за счет отличительных свойств, нравящихся клиентам в определенных нишах рынка. Наконец, достаточно серьезными могут стать проблемы измерений, как в связи с недостаточным знанием долей конкурентов, так и в связи с неясностью выбора варианта измерения темпов роста рынка: по фактическим достижениям прошлого периода или по прогнозным, данным на будущее.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Маринцев Д. А.

А. А. ИЛЬИНА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ МЕТОДА ДЕЛЬФИ В ПРАКТИКУ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

На сегодняшний день метод Дельфи в отечественной практике используется достаточно редко. Причинами этого выступают разные факторы. Во-первых, остаётся высок конформизм экспертов, связанный с влиянием прошлого: долгие годы аналитика в стране оставалась централизованной. Во-вторых, в России по-прежнему не существует независимых аналитических структур. В-третьих, сохраняется нехватка экспертов, которая приводит к невозможности применения метода как такового: все эксперты, как правило, знакомы друг с другом, из-за чего невозможна полная независимость их оценок.

Стоит напомнить, что метод Дельфи представляет собой многотуровый анонимный опрос экспертов, при котором на каждом последующем туре экспертам сообщаются статистические итоги предыдущего тура, и эксперт может изменить свою оценку с учетом обобщенного мнения других экспертов. Основными достоинствами метода являются: метод Дельфи способствует выработке независимости мышления членов группы, он обеспечивает спокойное и объективное изучение проблем, которые требуют оценки.

Чтобы понять каким образом возможно внедрить применение метода Дельфи, необходимо обратить внимание на названные факторы. Если проанализировать их, то становится очевидным, что для решения проблемы необходимо создать систему аналитических структур в России, а также увеличить число самих аналитиков. На наш взгляд, для этого возможно: а) введение специализированных кафедр в вузах для создания сети экспертов высшей квалификации, б) проведение экспертных оценок методом Дельфи с привлечением зарубежных специалистов, в) приглашение к участию в опросах не только квалифицированных аналитиков, но и специалистов, работающих непосредственно в анализируемой сфере (отрасли и т.п.).

Таким образом, на сегодняшний день метод Дельфи остаётся редко применяемым, но перспективы его широкого внедрения, безусловно, существуют. Однако для этого необходимо учитывать сложившиеся в стране особенности в сфере аналитики.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Маринцев Д. А.

Т. М. КОЗЛОВА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ПО ЦЕНТРАМ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Под центром ответственности (далее ЦО) следует понимать структурное подразделение организации, во главе которого стоит руководитель (менеджер), контролирующий затраты, доходы и средства, инвестируемые в этот сегмент бизнеса.

Исторически, учет по ЦО в США появился в начале 20 в., когда происходила централизация всех функций управления, появилась вертикальная организационная структура и административно-командный метод руководства.

В России лишь на нынешнем этапе развития были выдвинуты гипотезы и направления интеграций управления и учета по ЦО в перспективе.

ЦО подобен небольшому бизнесу, и менеджер должен управлять им так, чтобы принести максимальную выгоду той организации, частью которой он является. Менеджер ЦО и его руководитель устанавливают цели для своего центра.

Отсюда вытекает первая проблема данного вида учета. Выбранная цель должна заострять внимание сотрудников. Если цель не конкретна и не измеряема, то сотрудники данного центра не смогут достигнуть желаемого результата, что будет выражено в потерях финансово-хозяйственной деятельности.

Вследствие делегирования полномочий от ЦО низшего уровня к высшим, можно определить отклонения фактических результатов деятельности подразделений и организации в целом.

Если менеджер низшего уровня неправильно составил отчет по своему центру, то возникают искажения, которые приводят к неправильным действиям (решениям) менеджеров других уровней, вследствие чего предприятие может оказаться на пороге банкротства.

Информационная база для учета по ЦО весьма неоднородна и обширна, сбор и обработка такого объема информации является чрезвычайно трудоемким процессом. А для принятия управленческих решений информация должна быть полной и своевременно обработанной. Внедрение управленческого учета и контроля по ЦО позволяет решать многие проблемы, выдвигаемые требованиями и особенностями формирования управляющей системы на современном предприятии.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Самсонова Т. Т.

И. А. КОЛБАШЕВА

Ивановский государственный университет

ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПРИ МЕТОДЕ ДИРЕКТ-КОСТИНГ

Главное назначение системы директ-костинг - быть информационной основой предпринимательских решений. Полученные в системе данные используются только для внутренних управленческих целей, основной целью является максимизация прибыли. В рамках данной цели с помощью информации, полученной в системе директ – костинг, решаются следующие задачи:

1) выбор оптимальной производственной программы (ассортимента продукции). При полной загрузке мощностей "директ - костинг" позволяет сформировать наиболее рентабельную производственную программу с использованием показателя маржинальной прибыли на единицу ограничивающего фактора.

2) оценка последствий ликвидации неприбыльного сегмента деятельности на основе анализа двух отчетов о финансовых результатах, составленных с использованием маржинального подхода, один из которых содержит данные о сегменте, а другой нет. При анализе необходимо учесть, что при прекращении деятельности сегмента часть постоянных затрат может сохраниться.

3) решение о собственном производстве или закупке. При принятии решения необходимо сравнить предлагаемую цену поставки комплектующих с переменными затратами на их производство.

Также использование аналитических возможностей системы «директ-костинг» помогает рассчитать точку безубыточности; определить нижний краткосрочный предел цены, равный себестоимости в части переменных затрат; сделать выбор варианта капитальных вложений (инвестиций); оценить эффективность деятельности подразделений предприятия (центров ответственности).

Во многих случаях метод директ-костинг дает более объективную оценку ситуации, чем методы, основанные на учете полных затрат, так как снабжает информацией о затратах, не искаженных в результате распределения постоянных расходов и относительно неизменных в расчете на единицу продукции.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Шитик Е. В.

А. В. МАЛЁНКИН
Ивановский государственный университет

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

Модернизация системы государственной закупочной деятельности является одной из важнейших задач бюджетной политики. С 1 января 2014 года вступил в силу Федеральный закон от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», который существенно изменил и усовершенствовал регулирование отношений в этой области в целях повышения эффективности и результативности государственных закупок, обеспечения гласности и прозрачности, предотвращение коррупции в данной сфере.

Для реализации принципов контрактной системы в сфере закупок необходимо создать комплекс надежных оценочных показателей эффективности государственных закупок. Одним из основных таких показателей, на наш взгляд, является показатель получения абсолютной или относительной экономии бюджетных средств. Данный показатель будет объективно отражать реальные результаты экономии бюджетных средств только при обоснованном формировании цен контрактов на товары, работы, услуги. В соответствии с Федеральным законом № 44-ФЗ обоснование начальной (максимальной) цены контракта регулируется достаточно подробно. Заказчики обязаны будут руководствоваться одним или несколькими из следующих методов обоснования начальной цены контракта:

- метод сопоставимых рыночных цен (анализ рынка);
- нормативный метод;
- тарифный метод;
- проектно-сметный метод;
- затратный метод.

Приоритетным является метод сопоставления рыночных цен, остальные могут применяться только в случаях, определенных в ч. 7 – 11 ст. 22 Закона № 44-ФЗ.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Маринцев Д. А.

И. А. МЕЛЕХОНОВА

Ивановский государственный университет

ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ МЕТОДОВ УЧЕТА ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

С переходом к рыночной экономике предприятию приходится постоянно совершенствовать свое производство, чтобы не уступать, а лучше превосходить конкурентов. Для того, чтобы «оставаться на плаву» и быть конкурентоспособным, необходимо уметь управлять своими затратами и оценивать их влияние на финансовый результат.

Метод калькулирования полной себестоимости используется только в отечественном учете. Он позволяет получить представление обо всех прямых и косвенных затратах, однако следует отметить большую трудоемкость расчета, невозможность эффективного и своевременного управления себестоимостью. В соответствии с МСФО, в себестоимость продукции должны быть включены только производственные затраты. Поэтому следующий методом мы рассмотрим формирование сокращенной (производственной) себестоимости. Он отличается от предыдущего лишь тем, что общехозяйственные расходы списываются в конце отчетного периода на счет 90 «Продажи», и это позволяет значительно снизить трудозатраты. Этот метод рассчитан на небольшой ассортимент с достаточно прогнозируемым спросом.

В управленческом учете при формировании себестоимости продукции используют систему «директ-костинг», которая учитывает только переменные расходы. Эта система самая гибкая, так как позволяет быстро отреагировать на меняющиеся условия рынка. Однако возникает трудность разделения затрат на постоянные и переменные. Финансовый результат при использовании каждого из этих методов зависит от соотношения произведенной и проданной продукции, от существенности величины переменных расходов по отношению к постоянным в системе «директ-костинг», от соотношения общехозяйственных и коммерческих расходов при формировании производственной себестоимости. Совокупная прибыль при этом будет одной и той же. Различия появляются в величине прибыли, относимой на каждый учетный период.

Используя различные методы калькулирования в зависимости от особенностей производства, его сложности, номенклатуры выпускаемой продукции и от того, какое мнение должно сложиться у

пользователей отчетности, предприятие может влиять на финансовый результат так, как ему выгоднее в конкретной ситуации.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Шитик Е. В.

Ю. Н. НИКИШИНА

Ивановский государственный университет

ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ В ОРГАНИЗАЦИИ

Еще пару лет назад об электронном документообороте говорили как о «светлом будущем», однако, экономика продолжает бурно и стремительно развиваться, а вместе с тем, растут и информационные потоки, что вынуждает руководителей организаций разрабатывать эффективную и полноценную систему по управлению информационными потоками и документацией. В нашем исследовании рассмотрены вопросы перехода организации с бумажного документооборота на полностью автоматизированный, пути разрешения данных проблем, а также оценка эффективности внедрения электронного документооборота в деятельность предприятия.

Основные функции заключаются в контроле руководителем за исполнением документов, возможности содержания документов в специальных электронных хранилищах, возможности удаленной работы с документами через интернет и т. д. В соответствии с вышеперечисленными функциями электронного документооборота, в системе электронного документооборота (СЭД) применяются различные технологии: по хранению электронных документов, штрихкодированию документов, подписанию документов электронно-цифровой подписью (ЭЦП).

Одна из специфических особенностей СЭД состоит в том, что она должна быть внедрена повсеместно и на всех рабочих местах, занятых созданием, редактированием или хранением документов, либо использование данной системы будет неэффективным. При внедрении электронного документооборота, организация может столкнуться с проблемами: консерватизм работников, взаимодействие с внешним миром, обеспечение юридической силы электронных документов. Регулирование электронного документооборота в России осуществляется рядом документов: № 63-ФЗ «Об электронной подписи» от 06.04.2011 г., ст. 160, 434 ГК РФ, ст. 169 НК РФ и

другими. Проведенное нами исследование отражает необходимость перехода на абсолютно безбумажный документооборот и выгоды для организации при внедрении вышеупомянутой системы.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Шахова И. Ю.

К. А. ПЛЕТЮХИНА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПОЗАКАЗНОГО МЕТОДА УЧЕТА ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ

Немаловажная роль в управленческом учете отводится используемому методу учета производственных затрат и калькулирования себестоимости продукции. Одним из таких методов является позаказный метод.

Главным условием применения позаказного метода является возможность выделить и индивидуализировать изготовление уникального или выполняемого по специальному заказу изделия или небольшой партии изделий и получить информацию не о средней, а об индивидуальной себестоимости единицы продукции. Он применяется, как правило, в индивидуальных и мелкосерийных производствах, а так же в типографиях, издательствах, рекламных и аудиторских компаниях и любых других организациях, работающих на заказ и предоставляющих услуги в соответствии требованиями покупателей.

Сущность позаказного метода заключается в следующем: все прямые основные затраты учитывают по статьям калькуляции по отдельным производственным заказам, выдаваемым на заранее определенное количество изделий данного вида. Остальные затраты учитывают по местам возникновения в зависимости от их назначения по статьям и включают в себестоимость отдельных заказов в соответствии с установленной базой распределения. Объектом учета затрат и объектом калькулирования при этом методе является отдельный производственный заказ, фактическая себестоимость которого определяется после его изготовления.

К преимуществам позаказного метода относятся возможности оценки эффективности выполнения заказов, сопоставления затрат по отдельным заказам, выявления наиболее рентабельных заказов, обеспечения базы для планирования производственных затрат и продажных цен по будущим

заказам, контроля затрат по заказам путем расчета отклонений между нормативными и фактическими данными. К недостаткам позаказного метода относятся: большой объем счетной работы; сложность разграничения затрат между заказами при выполнении большого числа заказов одновременно; отсутствие ежемесячного определения себестоимости при длительном выполнении одного заказа.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Шитик Е. В.

Т. А. РОГОВА

Ивановский государственный университет

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТЫ ФАКТОРИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

Не смотря на общее падение экономики, рынок факторинговых услуг в России продолжает оставаться наиболее динамично развивающимся. В то же время, в отечественном законодательстве до сих пор отсутствуют специальные нормы, регулирующие правоотношения в рамках договора факторинга. Вместо них используются общие нормы обязательственного права, которые не отражают все особенности отношений, возникающих при использовании договоров факторинга. Однако, в связи с тем, что определение договора финансирования под уступку денежного требования, имеющееся в ГК, весьма схоже с понятием факторинга в Конвенции УНИДРУА о международном факторинге, эти понятия используются как равнозначные. Тем не менее, классический факторинг является более узким понятием и представляет собой комплекс финансовых услуг, оказываемых клиенту в обмен на уступку дебиторской задолженности, включающих: финансирование товарных кредитов, страхование кредитных рисков, управление дебиторской задолженностью и информационное обслуживание. Таким образом, у сторон, заключающих договор факторинга, зачастую нет четкого понимания существенных условий такого договора. Это может привести как к неправильной квалификации договора факторинга как иного вида договора, так и признанию судом договора недействительным. Это становится особенно актуально в связи с принятием поправок в ГК РФ в части признания недействительности сделок. Как следствие, возникает вероятность, что в случае представления должником

достаточного обоснования нарушения своих интересов суд примет решение о признании такой сделки недействительной, что может повлечь неблагоприятные последствия для финансового агента.

В России в достаточной мере до сих пор не выработана практика применения и не ясен механизм факторинга. Для успешного развития рынка данных услуг требуется существенная доработка действующего законодательства.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Самсонова Т. Т.

Д. С. СИРОТКИНА

Ивановский государственный университет

КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ПО МСФО: НОВОВВЕДЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ СОСТАВЛЕНИЯ РОССИЙСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

В 2013-2014 году в РФ продолжается процесс реформирования бухгалтерского учета и отчетности, сближения с международными стандартами, в рамках которого постепенно вводятся изменения в нормативные документы, регламентирующие составление консолидированной отчетности по МСФО. Реформирование правил составления отчетности создает для российских организаций различные проблемы.

В 2013 году вводится понятие инвестиционной компании и для нее указываются случаи неприменения консолидации. В конце 2013 года публикуется законопроект, требующий представление данных в отчетности в рублях и расширяющий сферу применения консолидированной финансовой отчетности по МСФО, например, на негосударственные пенсионные фонды, управляющие компании инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, общественно значимые государственные унитарные предприятия. Соответственно, при его принятии, у российских организаций, не перешедших ранее на МСФО, могут возникнуть проблемы трансформации данных в МСФО, пересчета и отражения курсовых разниц, применения МСФО (IFRS) 1.

Перед элиминированием показателей может выявиться несопоставимость данных из-за различия учетных политик, видов деятельности в рамках группы, механизма трансфертного ценообразования, приведение же данных к сопоставимому виду может

сопровождаться проблемами невозможности его осуществления. Кроме этого, данные консолидированной отчетности не позволят определить вклад каждого контролируемого предприятия (и преимущество его нахождения в периметре консолидации) в прибыль группы. Данную проблему предлагается решить путем составления совместимой отчетности.

В перспективе планируется ввести обязательную публикацию квартальной консолидированной отчетности, следовательно, возможно повышение требований к срокам ее формирования, а значит, увеличение затрат на составление. При принятии всех нововведений составления отчетности у российских организаций кроме преимуществ появятся проблемы, процесс решения которых трудоемок, м.б. финансово затратен, но необходим.

Научный руководитель - канд. техн. наук, доцент Шитик Е. В.

Ю. А. СМЕРНОВА

Ивановский государственный университет

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД, КАК МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ

Понятие системы используется в различных сферах человеческой жизни. Говоря об актуальности системного подхода в современном мире, следует отметить, что зарождение представления об упорядоченности и целостности возникли еще в античной Греции. Потребность в использовании данного подхода обострилась в связи с необходимостью управления объектами, имеющими большие размеры в пространстве и во времени в условиях динамичных изменений внешней среды.

Системный подход – это метод, основная задача которого состоит в исследовании сложноорганизованных объектов - систем разных типов и классов. Академик Российской Академии наук В.Г.Афанасьев выделял ряд взаимосвязанных аспектов, которые в совокупности составляют системный подход: системно – элементный, системно – структурный, системно - функциональный, системно – коммуникативный, системно – интегративный, системно – исторический.

В экономическом анализе системность обуславливается тем, что хозяйственные процессы рассматриваются как многообразные,

внутренне сложные единства. Всестороннее изучение связей и зависимостей внутри изучаемого объекта является главной задачей любого исследования.

Применение системного подхода в анализе экономической деятельности позволяет разработать научно обоснованные варианты решения хозяйственных задач. Определив эффективность разработанных вариантов, мы получаем возможность выбора наиболее целесообразного управленческого решения.

Следует отметить типичные ситуации, которые требуют применения системного анализа: выявление проблемы в условиях большой неопределенности; точное определение систем; выбор стратегии анализа; выявление целей развития и функционирования системы.

Таким образом, системный подход является важным методом в экономическом исследовании. Рассматривая объект, как целостную систему, мы ищем альтернативы решения поставленных задач.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Маринцев Д. А.

А. В. СУРЖИКОВ

Ивановский государственный университет

ВЫБОР СТЕПЕНИ ЦЕНТРАЛИЗАЦИИ СИСТЕМЫ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Централизация управления риском представляет собой многогранную проблему для промышленного предприятия, порождающую как положительные, так и отрицательные эффекты. С одной стороны, такой подход является основой для разработки однозначных управленческих решений, высокой координации действий подразделений организации, усиления стратегической направленности управленческого процесса. С другой стороны, он влечет за собой ряд существенных недостатков таких, как принятие решений на основе «вторичной» информации, высокая степень субъективности принимаемых решений, высокая загруженность центра, принимающего решения и вследствие этого замедление процесса управления.

По-нашему мнению, целесообразно определить зависимость выбора оптимального построения структуры управления рисками от следующих факторов и их сочетаний: масштаба бизнеса; отрасли промышленности, в которой действует фирма; специфики решения

определенных хозяйственных задач; психологических факторов управления (психологического климата в коллективе, стиля руководства должностных лиц). В контексте решения озвученной проблемы необходимо также рассмотреть особенности роли риск-менеджера в системе со значительным делегированием полномочий. При централизованной системе – риск-менеджер подготавливает информацию и варианты решений руководителю и контролирует выполнение, а также обеспечивает наличие обратной связи. В высоко децентрализованных системах он, по-нашему мнению, несет функцию обеспечения единоначалия инструментов и стандартов, функцию связующего звена – для применения передового опыта подразделений в области управления риском. Важно отметить, что риск-менеджер при любом характере построения системы управления рисками не подменяет руководителя фирмы в процессе принятия решения.

Таким образом, выбор степени централизации подразделения по управлению рисками в промышленном предприятии очевидно должен зависеть от некоторых его объективных характеристик, в тоже время оставаясь проявлением специфики организации.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Маринцев Д. А.

Д. Э. ТЕНЗОК

Ивановский государственный университет

«СТАНДАРТ-КОСТ» КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ

Актуальность изучения системы «стандарт-кост» заключается в том, что в учет вносится то, что должно произойти, а не то, что произошло, учитывается не сущее, а должное, и обособленно отражаются возникшие отклонения.

Основная цель системы «стандарт-кост» - выявление потерь и отклонений в прибыли организации. В основе системы лежит предварительное нормирование затрат. Величина затрат в предстоящем периоде рассчитывается, исходя из их достигнутого уровня и запланированного снижения. Выявляемые отклонения от установленных стандартных норм затрат подвергаются анализу для выяснения причин их возникновения. Это позволяет администрации оперативно управлять затратами на производство.

Важнейшим элементом учета методом «стандарт-кост» является учет по отклонениям. Рассчитываются отклонения от норм затрат по

труду, материалам, накладным расходам, валовой прибыли, выпуску готовой продукции, общехозяйственным и коммерческим расходам при системе «стандарт-кост» по формулам. Затем отклонения анализируются, как правило, в два этапа. Все отклонения по содержанию можно подразделить на три группы: отрицательные, положительные и условные.

Данной системе присущи как достоинства, так и свои недостатки. Система «стандарт-кост» - это контроль за наиболее точным выявлением отклонений от установленных стандартов затрат, что способствует совершенствованию и самих стандартов затрат. Но на практике очень трудно составить стандарты согласно технологической карте производства. Изменение цен, вызванное конкурентной борьбой за рынки сбыта товаров, а также инфляцией, осложняет исчисление стоимости остатков готовых изделий на складе и незавершенного производства. Несмотря на недостатки, руководители фирм и компаний используют систему учета «стандарт-кост» как мощный инструмент контроля за издержками производства и калькулирования себестоимости продукции, а также для управления, планирования и принятия необходимых решений.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Шитик Е. В.

А. Е. ТРОФИМОВА

Ивановский государственный университет

МОЗГОВОЙ ШТУРМ КАК МЕТОД ПРИНЯТИЯ КОЛЛЕКТИВНЫХ РЕШЕНИЙ

В настоящее время одним из наиболее известных аналитических методов генерирования новых идей путем творческого сотрудничества группы специалистов является метод мозгового штурма или метод мозговой атаки. Данный аналитический подход позволяет в рамках делового совещания использовать по максимуму творческий потенциал каждого его участника и добиться необходимого эффекта при решении нестандартных ситуаций и проблем силами коллектива.

Актуальность рассматриваемого вопроса объясняется тем, что мозговой штурм, как креативный метод решения задач, стимулирует активность, интуитивное мышление людей в процессе поиска идей и предложений. Метод способствует интегрированию накопленной аналитической информации и на этой основе значительно повышает

эффективность применяемых решений, что особенно важно в условиях жесткой конкуренции, когда необходимы инновационные стратегии.

Метод особенно эффективен тогда, когда существующие подходы не дают приемлемых путей преодоления проблемной ситуации и требуются принципиально новые, нестандартные установки. Соответственно, в решении прогнозных задач метод мозгового штурма наиболее эффективен при прогнозировании, когда прорабатываются альтернативные пути достижения цели.

Таким образом, мозговой штурм является неотъемлемой частью процесса принятия решений в организации. Несомненно, что грамотный руководитель должен всегда держать на вооружении данную технику принятия решений, так как она способствует выбору оптимальной стратегии финансово-хозяйственной деятельности. Это позволяет коллективу не только выжить в условиях интеллектуальной конкуренции, но и благодаря компетентности и грамотности при внедрении инноваций создать корпоративную культуру, способствующую развитию предприятия.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Маринцев Д. А.

К. А. ХАЛЕЗОВА

Ивановский государственный университет

ОБ ОТМЕНЕ УНИФИЦИРОВАННЫХ ФОРМ КАДРОВОГО ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА

Начиная с 2013 года, вступил в силу федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ. Однако, его введение затронуло не только порядок ведения бухгалтерского учета, но и организацию кадрового делопроизводства, поскольку данным законом была отменена обязательность применения унифицированных форм первичных документов по учету труда и его оплаты. Унифицированные формы кадрового документооборота далеко не всегда были обязательны к применению в нашей стране. Так, например, во второй половине прошлого века вообще не существовало единых, обязательных к применению унифицированных документов. Они появились чуть позже (в середине 80-х годов) в связи с массовым внедрением вычислительной техники. Но и тогда большая часть существовавших документов разрабатывалась предприятиями самостоятельно.

Кадровые документы были унифицированы полностью только в 2004 году, в связи с утверждением Постановления Госкомстата РФ №1. Безусловно, у этих форм были как достоинства, так и недостатки. Но в целом они позволяли избежать хаоса в кадровом деле, несмотря на то, что в большей степени были нацелены на удовлетворение потребностей бухгалтерского учета. Право на самостоятельную разработку кадровых документов, предоставленное предприятиям с 2013 года, расширило возможности адаптировать их к специфике деятельности. В тоже время, использование собственных форм первичных документов по учету труда и его оплаты противоречит требованиям различных федеральных законов и подзаконных актов (например, Трудового кодекса РФ, федерального закона №53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе» и др.) и может вызвать претензии со стороны проверяющих органов.

В связи с этим, на наш взгляд, организациям целесообразнее использовать унифицированные формы документов по учету труда и его оплаты, поскольку разночтения с трудовым и прочими видами законодательства мешают оперативному и точному ведению кадрового учета.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Шахова И. Ю.

К. А. ХАЛЕЗОВА

Ивановский государственный университет

О СООТВЕТСТВИИ РОССИЙСКОГО ТЕРМИНА «БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ» МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ

В течение всего периода формирования рыночной экономики в нашей стране бухгалтерский учет постоянно совершенствовался, все в большей степени соответствуя требованиям международных стандартов. Однако, значение и содержание понятия самого бухгалтерского учета в России отличались от принятых в международной практике. Отечественный термин «бухгалтерский учет» переводится на английский язык как “accounting” или “bookkeeping”. Однако, при более глубоком рассмотрении этимологии данных терминов и сфер их применения, можно понять, что “bookkeeping” - это счетоводство, т.е. процесс ведения учетных записей, регистрации, обработки и хранения бухгалтерской информации; бухгалтерское хозяйство. Это понятие во многом схоже с

определением, данным в утратившем силу законе «О бухгалтерском учете» № 129-ФЗ. Этот закон гласил, что «бухгалтерский учет – это упорядоченная система сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении об имуществе, обязательствах организаций и их движении путем сплошного, непрерывного и документального учета всех хозяйственных операций». В настоящее время термин “accounting” обозначает более широкое понятие чем “bookkeeping”, так как включает в себя бухгалтерский учет, планирование и контроль, анализ хозяйственной деятельности, т.е. по существу все основные функции управления на уровне предприятия. И именно данное определение соответствует новому пониманию бухгалтерского учета, закрепленного федеральным законом № 402-ФЗ: «бухгалтерский учет - это формирование документированной систематизированной информации об объектах учета и составление на ее основе бухгалтерской (финансовой) отчетности». Таким образом, современное трактование термина бухгалтерского учета в России стало соответствовать принятому в международной практике, а именно – “accounting”. Понятие бухгалтерского учета стало включать в себя не только операции по ведению счетов, но и составление финансовой отчетности, формирование информации для планирования, контроля и анализа данных, что сделало учет реальным элементом системы управления современным предприятием.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Шахова И. Ю.

Ж. В. АБДУЛОВА
Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В нашем исследовании рассматривается проблема безработицы в современной России, которая не является каким-то абсолютно оторванным от экономики страны показателем. Безработица представляет собой макроэкономическую проблему, оказывающую наиболее прямое и сильное воздействие на каждого человека. Потеря работы для большинства людей означает снижение жизненного уровня и наносит серьезную психологическую травму. Проблема безработицы затронула и Россию, безработица в августе 2013 г. составила 5,2 % экономически актуального населения (4 млн человек). При этом в государственных учреждениях службы занятости населения в качестве безработных были зарегистрированы 900 тыс. человек, в том числе 800 тыс. человек получали пособие по безработице. В 2014 г. ожидают, что безработица в России будет в пределах 6 %.

Существует несколько основных причин безработицы: во-первых, слишком низкий спрос на рабочую силу, во-вторых, завышение требований самих работников, предъявляемых работодателю относительно размера желаемой заработной платы. Также можно выделить основные виды безработицы: во-первых, структурная – невозможность трудоустройства из-за различий в структуре спроса и предложения рабочей силы разной квалификации, во-вторых, фрикционная – невозможность для уволенного работника найти свободное место по своей специальности, в-третьих, циклическая - характерна для экономического кризиса, возникает в результате спада производства.

Государство должно уделять особое внимание проблемам занятости. Государство должно бороться с безработицей следующими мерами: повышая государственные доходы или снижая налоги, создавая новые рабочие места, чтобы увеличить объем спроса на рабочую силу. Государственная программа уже принята и начала действовать. Принятый курс новых реформ, нововведений, ориентирован в основном на молодежь, которой в будущем придется

взять на себя управление государством, и нужно будет решать уже на сегодняшний день ставшие неотложными проблемы.

Научный руководитель – д-р экон. наук, доцент Николаева Е. Е.

А. В. АГАПОВА, Д. М. НАЗИР
Ивановский государственный университет

ИНДИКАТОРЫ И ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА

В условиях глобализации всех сфер общественной жизни, тесной торговли между странами, исследуемая проблема весьма актуальна. Конкурентоспособность представляет собой способность и возможность прибыльно производить и реализовывать товары и услуги по цене не выше и по качеству, не уступающему качеству аналогичной продукции других контрагентов в своей экономической нише. Конкурентоспособность народного хозяйства обозначает способность компаний и/или отдельных отраслей данной страны успешно конкурировать на тех или иных международных рынках.

Одно из известнейших исследований в этой области – монография «Конкурентные преимущества наций» профессора Майкла Портера. Он попытался выявить причины успеха страны в международной конкуренции в той или иной отрасли с помощью «конкурентного ромба», который состоит из следующей системы показателей: 1) факторные условия; 2) условия спроса; 3) состояние отраслей; 4) стратегия фирмы, которой она придерживается в данной конкурентной ситуации.

Главной идеей М. Портера является идея о том, что основные для конкурентоспособности факторы страной не наследуются, а создаются. Государство не было включено М. Портером в основные детерминанты ромба. Он считал, что прямое государственное вмешательство негативно влияет на конкурентоспособность.

На наш взгляд, основные индикаторы конкурентоспособности национальной экономики – это научные достижения и внедрение в производство результатов НТР, наличие высококвалифицированных кадров (интеллектуальный капитал), участие в МРТ и развитость менеджмента. В современных условиях особое внимание следует обратить на последний индикатор. Для достойного конкурентирования со своими контрагентами важно не просто производить современные

товары и необходимые услуги, но и правильно управлять ресурсами, направлением научных исследований, привлекать инвесторов, мотивировать отечественных производителей, разрабатывать грамотную экономическую политику. Всем этим занимается менеджмент.

Научный руководитель – д-р экон. наук, доцент Николаева Е. Е.

М. А. ВИКТОРОВА

Ивановский государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

В последние годы на фоне нестабильности на финансовых рынках произошло возвращение инвестиционного интереса к недвижимости, и жилье стало восприниматься как надежный долгосрочный инструмент инвестирования. Наметилась тенденция роста выдачи ипотечных кредитов, хотя в целом происходит удорожание кредитов.

По итогам 2013 года количество прав собственности, зарегистрированных в сделках с жильем, превысило 4,2 млн (на 8,5 % выше уровня 2012 года). Определяющую роль в этом сыграло увеличение доли ипотечных сделок: каждое пятое право собственности по жилью приобреталось в счет ипотечного кредита, и данный показатель является самым высоким за всю историю ипотечного кредитования в России. За прошедший год населению было предоставлено 691,7 тыс. ипотечных кредитов на общую сумму 1032 млрд руб. Это в 1,35 раза превышает уровень 2012 года. Такие объемы выдачи являются максимальными за всю историю наблюдений показателя ежегодной выдачи ипотечных кредитов Банком России.

Таким образом, основной тенденцией последних полутора-двух лет стал рост рынка в условиях увеличения ставок по ипотечным кредитам. В более долгосрочной перспективе (через 3–5 лет) при благоприятных внешних факторах за счет увеличения объема рынка и предложений дешевых денег процентная ставка по ипотеке может составить 8–9 % годовых, а в дальнейшем – на уровне плюс 2–3 % к уровню инфляции. В целом для того, чтобы ипотека стала доступной, необходимы следующие условия: стабильная экономическая ситуация в стране и динамично развивающийся рынок труда; низкие ставки,

невысокий первоначальный взнос и длительный (до 50 лет) срок; активное строительство нового доступного жилья; устранение административных барьеров.

Проблема доступности жилья заключается не только и не столько в стоимости ипотеки, серьезным барьером является стоимость квадратного метра жилья. Ипотека лишь финансовый инструмент, который авансирует доходы. Спрос на жилье на ближайшие годы остается достаточно высоким, и в первую очередь это касается жилья эконом-класса.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Е. Е. Иродова

Ф. Я. ГАМЗИНА

Ивановский государственный университет

ХАРАКТЕРИСТИКА НАУКОГРАДА «СКОЛКОВО» И ЕГО ПЕРСПЕКТИВЫ

Российская федерация, встав на путь рыночной экономики, должна интегрировать в мировое экономическое сообщество, в его рынки, в том числе и рынок инноваций.

Предметом настоящего исследования является обоснование стратегии развития кластерных образований проекта «Сколково».

Инновационный центр «Сколково» строящийся в Москве – это современный научно-технологический инновационный комплекс по разработке и коммерциализации новых технологий. Он должен объединять 5 кластеров. Это кластеры информационных, биомедицинских, энергоэффективных, ядерных и космических технологий.

Кластер информационных и компьютерных технологий

Самым крупным кластером Сколково является кластер информационных и компьютерных технологий. Частью IT-кластера стали уже 209 компаний.

Кластер энергоэффективных технологий

Основная задача кластер – создать благоприятную среду для поддержки инновационных разработок в сферах, связанных с внедрением новых, прорывных технологических решений.

Кластер космических технологий и телекоммуникаций

Компании кластера космических технологий и телекоммуникаций занимаются космическими проектами и развитием телекоммуникационных технологий.

Кластер биомедицинских технологий

Главная задача кластера – поддержать инновации в области биомедицинских технологий.

Кластер ядерных технологий

Инновационное развитие ядерных технологий является неотъемлемым условием укрепления (по некоторым направлениям – завоевания) позиций глобального технологического лидерства и сохранения обороноспособности России.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Новиков А. И.

В. С. ГРЯЗНОВ

Ивановский государственный университет

**ПОСЛЕДСТВИЯ
МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА 2008–2010 гг.
НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

В моем исследовании рассматриваются проблемы, вызванные кризисом 2008-2010 годов для России. Источниками данных служат: данные Государственного информационно-аналитического агентства Российской Федерации – «РИА новости», статьи в авторитетных журналах и газетах («Коммерсантъ», «Российская газета», «Экономика и жизнь» и т. д.) Стоит отметить, что кризис ударил не только по финансовому, но и по реальному сектору экономики. Также данные показывают наличие ряда не только отрицательных, но и положительных последствий финансового кризиса для России.

Среди негативных последствий выделяется девальвация рубля, то есть снижение курса рубля по отношению к главным мировым валютам – доллару и евро, хотя она и не такая резкая, как в 1998 году. В связи с этим можно наблюдать общее снижение доходов населения на фоне роста цен на товары и услуги. Также кризису подверглась банковская система. Что касается банковской системы, то здесь можно отметить ужесточение требований банков к потенциальным заемщикам, повышение ставок по вновь выдаваемым кредитам, свертывание многих ипотечных и потребительских программ. Государство всеми силами поддерживало сферу банковских услуг,

понимая ее большую значимость для страны, но все же некоторым мелким региональным банкам не удастся избежать краха. Основная помощь Правительства направлена на поддержание наиболее крупных и значимых кредитных организаций. Среди положительных последствий эксперты отмечают такую тенденцию, как «естественный отбор» на промышленном рынке. «Выживают» наиболее конкурентные фирмы, которые проводят наиболее эффективную политику управления ресурсами. Компании, которые не выдерживают конкуренции, покидают рынок. Как следствие конкурентной борьбы снизились цены (или их темпы роста), что является положительным моментом для экономики. В результате происходит и общее оздоровление экономики, что способствует выходу на передний план отечественных производителей.

Приведенные данные свидетельствуют о противоречивом воздействии финансового кризиса на экономику России.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Иродова Е. Е.

А. В. ЗОТОВА

Ивановский государственный университет

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЛАСТНОГО ТЕАТРА

Становление в Российской Федерации современной рыночной экономики привело к радикальным изменениям в деятельности некоммерческих организаций и, в частности, Ивановского областного театра. Этот процесс способствовал усилению экономических аспектов его деятельности.

По нашему мнению, к экономическим аспектам деятельности областного театра можно отнести формирование и использование его экономической базы.

Формирование экономической базы театра, представляет собой обеспечение его финансовыми, материальными, информационными и трудовыми ресурсами, необходимыми для осуществления деятельности. Причем ее создание и развитие должно осуществляться непрерывно, а не откладываться на будущее.

Материальной основой экономической базы является финансовая база театра. Ее конкретные размеры определяются многими факторами, основными из которых можно считать величину

трудового коллектива, затраты на содержание здания театра и количество проведенных спектаклей в месяц.

Основными источниками формирования финансовой базы театра являются государственное финансирование, спонсорская помощь и коммерческая деятельность самого театра. Причем основной тенденцией ее формирования должна стать увеличение доли средств, полученных от коммерческой деятельности.

Финансовая база театра определяет уровень его материально-технической базы и величину фонда заработной платы.

Эти два фактора определяют возможности областного театра в его репертуарной и творческой деятельности, а также жизненный уровень его трудового коллектива.

Таким образом, становление в России современной рыночной экономики привело к усилению экономических аспектов деятельности Ивановского областного театра.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Солдатов В. В.

А. В. КАЛИНИН
Шуйский филиал ИвГУ

ДЕФОРМАЦИИ РЫНКА ТРУДА ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Анализ таких показателей как уровень безработицы, коэффициент напряженности, структуры вакансий позволяет сделать вывод, что рынок труда Ивановской области деформирован. Деформации рынка труда проявляются, во-первых, в территориальных диспропорциях, во-вторых, в несбалансированности спроса и предложения.

Первая деформация заключается в неоднородности состояния рынка труда на уровне муниципальных образований. Лишь в шести муниципальных образованиях уровень безработицы ниже среднего значения по области. Еще в семи муниципалитетах данный показатель превышает среднее значение, но не более чем в два раза. В остальных муниципальных образованиях Ивановской области уровень безработицы более чем в два раза превысил среднеобластное значение.

Рынок труда в разрезе муниципальных образований достаточно четко характеризует состояние всей местной экономики. Очевидно, что для наименее развитых районов характерна и сложная

ситуация на рынке труда. Сокращение производства приводит к сокращению спроса на рабочую силу, что приводит к росту безработицы.

Второй тип деформаций рынка труда связан с несбалансированностью спроса и предложения. О соотношении спроса и предложения на регистрируемом рынке труда можно судить по коэффициенту напряженности. Наиболее проблемными районами являются Верхнеландеховский и Пестяковский.

В городе Иванове, Ивановском, Шуйском, Лежневском, Родниковском, Тейковском, Палехском и Вичугском районах ситуация иная: на регистрируемом рынке труда наблюдается дефицит рабочей силы, что также нельзя рассматривать как положительное явление. Если вакансии длительное время остаются незамещенными, это свидетельствует об их плохом «качестве»: низкой заработной платой, неудовлетворительных условиях труда и т. д.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Бабаев Б. Д.

Е. А. КАСАТКИНА

Ивановский государственный университет

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ И ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ. ЗНАЧЕНИЕ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Научно-технический прогресс привносит в нашу жизнь значительные изменения. Подобные метаморфозы происходят и в экономической сфере. К ним относят создание электронных денег и электронной платежной системы.

В рамках исследования рассматриваются такие аспекты, как история возникновения, виды, перспективы развития, преимущества и недостатки, значение в экономике России электронных денег и электронной платежной системы и др.

Источником служат учебные пособия Центра исследований платежных систем и расчетов, различные статистические данные и научные статьи.

В последнее время все большей популярностью пользуется виртуальная валюта – Bitcoin (Биткойн). Особенность состоит в том, что никакие центральные органы не производят эмиссию новых денег. Все операции производятся коллективно, посредством Интернет-сети,

объединяющей всех участвующих субъектов. Существует возможность заработка при помощи Биткойн, так как наблюдается тенденция к росту курса данной виртуальной валюты.

В России электронные деньги лишь набирают свою популярность. Наибольшее распространение получили электронные деньги в виде пластиковых банковских. Растет востребованность электронных платежей. Люди все чаще используют такие системы как PayPal, Webmoney и др. для оплаты товаров и услуг.

Исследуя данную тему можно отметить, что наблюдается динамичное развитие электронных денег и вероятно в будущем они примут на себя функции наличных денег.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Николаева Е. Е.

Н. А. КНЯГИНИНА
Шуйский филиал ИвГУ

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МАЛОГО ГОРОДА

Проблема саморазвития малых городов является наиболее значимой в решении вопросов на уровне региональных и местных властей. Экономическая эффективность регионального развития зависит от состояния экономического потенциала территории, который в свою очередь обеспечивает конкурентоспособность выпускаемых товаров и услуг. Следует выделить, чем выше оценка потенциала территории, тем существует больше возможностей. Объектом исследования выступает город Шуя Ивановской области. Экономическое и стратегическое развитие территории малого города рассмотрим в основе материальной базы, которая представляет экономические возможности. Достижения более высокого экономического потенциала является важной частью саморазвития региональной экономики.

Методику оценки выявления потенциала территории можно разделить на следующие этапы:

Во-первых, рассмотрение социально-экономическое положение города Шуи, Ивановской области. Город испытывает множество проблем связанных с сокращением доли промышленных производств; проблемой нехватки рабочих мест (до 15 % населения города работают на стороне); высокой конкуренцией торговых сетей; сокращением ЛПХ; неразвитостью инфраструктуры и др.

Во-вторых, проведен анализ ведущих отраслей хозяйствования малого города и оценено их соотношение к среднему показателю по Ивановской области. По итогам данного анализа следует, что наиболее сильными отраслями для города являются обработка древесины, текстильная и швейная промышленность, пищевая промышленность.

В-третьих, сделана оценка производственного, природного, предпринимательского, трудового и лично-подсобного потенциалов.

На четвертом этапе данной методики выявлены основные направления реализации видов экономической деятельности, ведущих к саморазвитию города.

Предложенные направления совершенствования позволят выявить возможности развития малого города, что послужит увеличением финансовых поступлений.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Бабаев Б. Д.

М. А. КОЗЫРЕВ

Ивановский государственный университет

БРЕНД КАК ПРЕИМУЩЕСТВО В УСЛОВИЯХ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Современная экономика – это инновационная экономика, экономика, основанная на знаниях, в которой приоритетное место занимают уже не традиционные факторы производства и природные ресурсы, а знания и интеллект. Одним из факторов, существенно влияющих на функционирование региона в условиях современной экономики, является бренд.

Бренд – это образ марки товара (услуги) в сознании покупателя, выделяющий его в ряду конкурентов. В связи с этим далеко не каждая товарная марка может стать брендом: для этого она должна приобрести известность на рынке и доверие у покупателей, поэтому маркетологи выделяют в процессе формирования бренда несколько этапов:

– создание визуально-словесного выражения (фирменное название, товарный знак, фирменный стиль, слоган);

– использование в деятельности (деловых документов, рекламных мероприятий, рекламных сувениров);

– формирование бренда (рамки бренда, программа продвижения бренда, анализ результатов программы);

– сложившийся бренд (исследования, диагностика, программа дальнейшего развития).

Процесс развития бренда носит непрерывный характер: даже после того, как он начинает самостоятельно работать на рынке и приносить доход, необходимо осуществлять его обновление, вызванное изменчивостью рыночной среды и покупательского восприятия. Кроме этого необходимо помнить, что формирование бренда, с одной стороны, тесно связано с процессами сегментирования и позиционирования, а с другой – с созданием творческой идеи (креатива).

Сегодня в Ивановской области создается текстильный кластер, и для его успешного развития нужно создать мощный бренд. В этом процессе нововведения, креатив, новейшие технологии при его создании – обязательное условие. Именно тогда кластер будет способствовать тому, что Иваново начнет позиционировать себя как всероссийский центр по производству и реализации текстильной продукции.

Научный руководитель – канд. экон. наук., доцент Солдатов В. В.

Т. М. КОРЯГИНА

Ивановский государственный университет

КАТЕГОРИИ «СБЕРЕЖЕНИЯ» И «НАКОПЛЕНИЯ» В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

В настоящее время авторы зачастую трактуют сбережения, тем или иным образом используя категорию накопления. Так, касаясь практики современного банковского дела, можно привести пример трактовки сущности сбережений профессора О.И. Лаврушина. Он определяет сбережения в сопоставлении с понятием «средства накопления», считая, что последние являются важной предпосылкой развития сбережений и кредитных отношений в стране. Ю.И. Кашин также придерживается позиции, что категория «накопление» шире категории «сбережения», отмечая следующее: «Образование покоящихся отложенных денежных знаков в наличной и депозитной формах выливается в процесс накопления (собирания и сбережения), охватывающий как общественный обмен в целом, так и обмен между

обществом в лице государства и населением, в частности. Одна часть денежных накоплений проистекает из самого механизма обращения и является неотъемлемым условием выполнения деньгами функций в активном обороте. Образование другой части денежных накоплений является следствием самостоятельного накопления денег, который как бы отпочковывается от процесса, выступающего его экономической основой, — обращения, оборота фондов, образования и использования денежных доходов». По мнению М.Ю. Маковецкого, сбережение представляет собой использование своих доходов с целью сокращения текущего потребления ради увеличения потребления будущего. Накопление — использование сбережений для расширения производства, т.е. для производительного потребления.

На наш взгляд, сбережения со стороны возможностей своего использования могут идти: во-первых, на цели потребления, во-вторых, на цели накопления, в-третьих, на прочие нужды. Таким образом, если рассматривать сбережения в качестве ресурса накопления, то они представляют собой накапливаемые сбережения, или накопления. С другой стороны, источниками сбережений являются: амортизационные отчисления, прибавочный продукт, часть необходимого продукта, временно свободные оборотные средства, в совокупности представляющие собой первичные доходы. Источники же накоплений непосредственно связаны с конечными доходами, их распределением и использованием.

П. О. КРЮКОВ

Ивановский государственный университет

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Во всех экономических системах, без исключения, государство регулирует экономику. Особенно возрастает роль государственного регулирования в условиях экономического кризиса. Мировой опыт показал, что выход из кризиса возможен лишь при жесткой централизации государственной власти и проведении нетривиальных мер по обеспечению экономического роста. В современной рыночной экономике такое регулирование осуществляется в меньших масштабах, чем, к примеру, в административно-командной системе, но экономическая роль государства все-таки велика. В плановой экономике государство играет решающую роль в определении всех экономических пропорций. В рыночной экономике основным регулятором экономических пропорций является рынок.

Государственное регулирование играет вспомогательную роль. Оно строится на основе принципа «необходимости»: только в тех сферах, где рыночные регуляторы в силу различных причин неэффективны, допустимо и целесообразно государственное регулирование. Изменение основополагающего принципа формирования системы государственного регулирования – одно из главных стартовых условий перехода к рыночной экономике. На переходном этапе эта система характеризуется двумя определяющими тенденциями. С одной стороны, государственное регулирование экономических процессов теряет здесь всеобъемлющий характер, степень государственного вмешательства в экономику уменьшается. С другой стороны, происходит изменение форм и методов регулирования. На этапе перехода к рынку роль государства более значима, чем в сложившемся рыночном хозяйстве. Это связано с двумя основными причинами. На переходном этапе рынок находится в стадии становления и его регулирующие возможности недостаточно высоки, что обуславливает необходимость более интенсивного вмешательства государства в экономические процессы. И переход от планового хозяйства к рыночному не происходит автоматически. Государство призвано регулировать процессы перехода, стимулировать создание инфраструктуры рынка, условий для его нормального функционирования. Проблема выбора и сочетания многообразных форм, методов и инструментов регулирования – одна из наиболее важных, сложных и дискуссионных проблем в экономической науке.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Иродова Е. Е.

Е. С. КШУКИНА

Ивановский государственный университет

КРИЗИС СОВРЕМЕННОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

В моем исследовании рассматривается ситуация, сложившаяся в банковской системе, а именно кризис современной банковской системы. Источниками служат, главным образом, статистические данные, различные научные исследования и публикации.

Учитывая актуальность затронутой темы, хотелось бы более подробно осветить основные моменты, касающиеся начавшегося кризиса банковской системы. Сейчас люди все больше стали сталкиваться с проблемой ликвидации банков, в которых у них были открыты депозиты. В настоящее время, уменьшение количества

банков связывают не с поглощением неустойчивых мелких банков более крупными, а с отзывом лицензии у уже работавших финансово-кредитных учреждений.

Так, например, уже за начавшийся 2014 год лицензии были отозваны у 20 банков (в их числе такие московские банки, как Монолит, Мой Банк, Евротраст и др.) Если процесс будет развиваться с такой же скоростью, то к концу 2014 года мы лишимся уже 80 коммерческих банков по всей России. Это превзойдет показатель 2013 года почти в 2 раза (по данным интернет сайта banki.ru в 2013 году лицензии отозвали у 44 банков).

Помимо уверенности в банке, в котором физическое или юридическое лицо хочет открыть свой депозит, необходимо также знать последствия возможного разорения банка. 700 тысяч рублей – это максимальная сумма вкладов, на которую распространяется страховка государства в стопроцентном размере. Если вклад в разорившемся банке превышал 700 тысяч рублей, то для возврата оставшейся суммы вкладчик вынужден предъявлять требования непосредственно к банку. Застраховать себя от судебных разбирательств можно, распределив свои накопления по разным банкам, чтобы размер каждого вклада не превышал 700 тысяч рублей.

Приведенные данные свидетельствуют о набирающем обороте кризисе банковской системы. Поэтому необходимо со всей серьезностью подходить к вопросу выбора банка, который будет помогать как в хранении, так и в преумножении ваших денег.

Научный руководитель – д-р экон. наук, доцент Николаева Е. Е.

Т. Т. МАЦИЕВА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Существующий в настоящее время в России фондовый рынок является типичным крупным развивающимся рынком. Он характеризуется, с одной стороны, высокими темпами позитивных количественных и качественных изменений, с другой стороны – наличием многочисленных проблем, носящих комплексный характер и препятствующих более эффективному его развитию. События мирового финансового кризиса позволили наиболее отчетливо

выявить проблемы современного состояния фондового рынка России, а также недостатки в регулировании. К числу такого рода проблем следует отнести: неравномерность распределения финансовых ресурсов, более 80 % капитализации приходится на 6 крупных компании финансового и нефтегазового сектора; отсутствие системы защиты прав инвесторов; зависимость фондового рынка от нерезидентов.

Недостатками в развитии фондового рынка в современной России являются: низкая капитализация рынка, слишком высокая зависимость от иностранных инвесторов, недостаточное количество инструментов на рынке, незаинтересованность эмитентов в выходе на рынок, недостаточный внутренний инвестиционный спрос.

В результате проведенного исследования и выявленных недостатков предлагаются следующие мероприятия по их устранению: важную роль будет играть внедрение современных технологий в развитие фондового рынка, таких, как организация торгов в сети Интернет, совершенствование путей удаленного доступа, электронных торговых систем и методов расчета; совершенствование законодательной базы, регулирующей фондовый рынок.

Проведенное нами исследование иллюстрирует фондовый рынок как важнейший показатель состояния экономической системы.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Николаева Е. Е.

Л. М. РЕУТОВА

Ивановский государственный университет

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РУБЛЯ

В нашем исследовании рассматривается возможность становления российского рубля международной резервной валютой с точки зрения ключевых факторов, определяющих международный статус национальной валюты: объема национальной экономики, инфляции, волатильности валютного курса и размера национального финансового рынка.

Ряд условий говорит в пользу российской валюты, в частности, оборот и ликвидность валютного рынка, объем ВВП и внешней торговли, развитие международного рынка долговых ценных бумаг, номинированных в рублях.

Последствием политики интернационализации рубля для Банка России российской экономики в целом является увеличение притока иностранного капитала в национальный финансовый сектор. Также становление рубля как полноценной международной валюты предполагает существенное повышение его роли во внешнеторговых расчетах России, увеличение масштабов использования рублевых финансовых инструментов для размещения нерезидентами частных сбережений и официальных резервов, дальнейшее наращивание объемов и диверсификацию конверсионных операций с рублем на внутреннем и зарубежном рынках. Это позволит рублю стать в один ряд с такими давно признанными и популярными в мире валютами, как, например, шведская крона или канадский доллар.

Перспективы развития интернационализации рубля заключаются в следующем: рубль может занять заметное место в обслуживании экспорта и импорта России; стать привлекательной на мировом уровне инвестиционной валютой; получить небольшую долю в совокупных резервах зарубежных центральных банков. Несмотря на некоторые возможные отрицательные последствия интернационализации российской валюты, в целом, несомненно, выиграет от укрепления международного статуса национальной валюты: повысится инвестиционная привлекательность отечественной экономики, существенно увеличится приток долгосрочных зарубежных капиталовложений и т. д.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Николаева Е. Е.

Е. В. РОМАНОВА

Ивановский государственный университет

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Национальная экономика представляет собой сложную систему, состоящую из большого числа хозяйствующих субъектов и разнохарактерных экономических процессов.

Одним из наиболее значительных регулирующих субъектов национальной экономики является государство. Оно обеспечивает устойчивое развитие как в экономической, так и социальной сферах и выступает в качестве партнера, катализатора, помощника.

Государственное регулирование экономики (ГРЭ) – система мероприятий, осуществляемых государственными органами,

обеспечивающих поступательное развитие национальной экономики и социальной сферы.

Существует ряд показателей, с помощью которых можно сопоставить масштабы ГРЭ в разных странах:

- доля государственных расходов в ВВП (в России в 2000 г. – 37 %, в США – 35,7 %; во Франции – 47,5 %);
- доля государственных инвестиций в общем объеме инвестиций в основной капитал (в России – около 20 %);
- доля государственных расходов на НИОКР (в России – менее 1 %; развитые страны – 3 %); и др.

По количественным показателям нельзя составить полную картину о роли государства в экономике. Поэтому существует понятие эффективности ГРЭ. Эффективность ГРЭ – соответствие результатов социально-экономической политики государства заявленным целям этой политики, достижение поставленных целей с наименьшими общественными издержками.

Факторы эффективности ГРЭ: дееспособность государственной власти (законодательной, исполнительной и судебной); эффективность институциональной сферы; гибкость методов и инструментов ГРЭ.

ГРЭ направленно на решение различных задач: стимулирование экономического роста; регулирование занятости; поддержка экспорта и др. Конкретные направления, формы, масштабы ГРЭ определяются характером экономических и социальных проблем в той или иной стране в данный конкретный период.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Иродова Е. Е.

Р. Э. САЛМАНОВА

Ивановский государственный университет

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Ведущую, определяющую роль в формировании и развитии экономической структуры любого современного общества играет государственное регулирование, осуществляемое в рамках избранной властью экономической политики. Именно посредством финансовой системы государство образует централизованные и воздействует на формирование децентрализованных фондов денежных средств, обеспечивая возможность выполнения возложенных на государственные органы функций.

Целью данной работы является анализ государственного бюджета как важнейшего элемента финансовой системы общества основных функций бюджетной системы и бюджетного процесса.

Экономические и политические реформы, проводимые в России, не могли не затронуть сферу государственных финансов, и, в первую очередь, бюджетную систему. Государственный бюджет, являясь главным средством мобилизации и расходования ресурсов государства, дает политической власти реальную возможность воздействовать на экономику, финансировать ее структурную перестройку, стимулировать развитие приоритетных секторов экономики, обеспечивать социальную поддержку наименее защищенным слоям населения.

В соответствии с задачами страны существенно изменяются расходы на социальные цели (на образование, здравоохранение, социальное обеспечение, социальную помощь, культуру и искусство, средства массовой информации, инвестиционные программы в социальной сфере). Расходы на образование из федерального бюджета в 2005 году составили 154 456,6 млн. рублей. По консолидированному бюджету эти расходы составили 762,1 млрд. рублей (в 2004 году – 531,2 млрд. рублей). Бюджет 2005 года по отрасли образования серьезно отличались от того, что было в 2004 году. По расчётам Минфина и правительства общие расходы на образование возросли до 40 %, то есть с 531 млрд. до 762 млрд. рублей. За последние годы в связи с реализацией Федеральной целевой программы развития образования на 2011–2015 гг. расходы на общеобразовательные школы стали основными в общих расходах на образование.

Научный руководитель - д-р экон. наук, доцент Николаева Е. Е.

Е. В. СМИРНОВА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ ГОРОДА ФУРМАНОВА

Город Фурманов получил статус города сравнительно недавно, в 1918 г. Он не относится к историческим памятникам, не обладает большой территорией, обделен судоходными реками, да и средняя заработная плата не велика. Но тем не менее город стремительно развивается. Сегодня нельзя не заметить, что облик города меняется в лучшую сторону: появляются новые клумбы, реставрируются музеи,

облагораживаются парки, восстанавливаются производства, строятся новые торговые центры, благоустраиваются больницы и школы. Наблюдается оживление жизни, что подтверждается одним из наиболее значимых критериев жизнеспособности города, а именно приростом и увеличением численности молодого поколения.

Несмотря на недостатки, присущие маленьким городам, в городе Фурманове наблюдается стремительный прирост населения. И в этом легко убедиться, просто пройдя по немногочисленным, но ухоженным паркам, которые являются излюбленным местом прогулок молодых мам с детьми, влюбленных парочек и веселых молодежных компаний. Правда, сразу встает вопрос о трудоустройстве. Не секрет, что большая часть населения нашла себе применение в других городах. В основном в Москве, куда вахтовым методом отправляются на заработки мужчины лет двадцати пяти – сорока. Другая часть населения ездит на работу в г. Иваново.

Миграционные процессы объясняются кризисом в 2008–2010 годах, когда закрывались крупные текстильные предприятия и рабочая сила вынуждена была находить пути материального обеспечения своей семьи вне родного города. Но и данный вопрос успешно решается на сегодняшний день: заново открываются предприятия, строятся новые торговые центры, занимая население сферой торговли. Значимое место в жизни города играет администрация, на место старых градоначальников приходят молодые, амбициозные, полные идей и готовые к труду кадры, которые оправдывают надежды горожан.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Новиков А. И.

Ю. В. ШАРОВА

Ивановский государственный университет

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ СПРОС ФИРМ

Любая фирма, создавая или обновляя капитал, делает это с целью получения выгод, в частности максимизации прибыли. Побудительным мотивом к инвестированию является возможность получения дополнительной прибыли при увеличении объема (или повышении качества) используемого капитала. Таким образом, у фирм формируется инвестиционный спрос. Инвестиционный спрос – желаемое или планируемое фирмами пополнение своего капитала.

Размер дополнительной прибыли можно выразить в виде процента от инвестиционных затрат, то есть доходностью инвестиций. Доходность инвестиций может быть различной в зависимости от вида деятельности, размера фирмы или других факторов. Но существует общая закономерность – с увеличением объема инвестиций доходность снижается. Исходя из стремления к максимизации прибыли, фирма реализует в первую очередь наиболее выгодные проекты – однако возможности получения высоких доходов ограничены, и при расширении объема инвестиций внедряются менее выгодные проекты. Закон снижения доходности инвестиций объясняется снижающейся предельной эффективностью капитала. Доходность инвестиций снижается с увеличением объема, что характеризует возможности фирмы по получению выгод от инвестиционной деятельности, и определяет ее инвестиционный спрос. Независимо от того, какие средства – собственные или заемные, – использует фирма, издержками является цена, которую необходимо заплатить на рынке за использование заемных средств – рыночная процентная ставка. Если предприятие использует привлеченные средства – процент принимает форму прямых издержек – платы за использование средств. Если задействуются собственные средства – процентная ставка является альтернативными издержками – упущенной выгодой от того, что инвестиционные ресурсы не предоставлены для использования другими участниками рынка. Решение фирмы об объеме инвестиций определяется, с одной стороны, доходностью собственных инвестиционных программ, с другой – рыночной ставкой процента, то есть ценой за использование заемных средств. Таким образом, оптимальный объем инвестиций определяется равенством доходности инвестиций и рыночной процентной ставки.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Иродова Е. Е.

А. АНТОНОВА, Ю. С. СМИРНОВА
Ивановский государственный университет

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В НИДЕРЛАНДАХ

Здравоохранение в Нидерландах находится на довольно высоком уровне. Средняя продолжительность жизни женщин – 83 г., мужчин – 79 лет. Затраты на здравоохранение в Нидерландах 12 % ВВП. В 2010 г. затраты на здравоохранение в расчете на человека составили 5056\$. В 2008 и 2009 гг. нидерландская система здравоохранения была признана лучшей по европейской системе Euro Health Consumer Index. Около 95 % всего населения страны довольны качеством медицинского обслуживания.

В стране медицинское обслуживание разделяется на первичную и специализированную медпомощь. Главной особенностью системы оказания медицинской помощи является принцип диспетчерского контроля. На его основе пациент не может получить свободного доступа к стационарному лечению или специализированной помощи без направления от семейного врача (или врача общей практики). На каждого врача общей практики приходится в среднем 2.6 тыс. пациентов.

Отличительной особенностью нидерландского здравоохранения от медицины других развитых стран в том, что получить доступ к узким врачам-специалистам без направления от семейного врача невозможно. Встретить доктора с узкой специализацией в стране возможно только в госпиталях, частной практикой они не занимаются, а потому вторичную специализированную медицинскую помощь преимущественно осуществляют в клиниках Нидерландов.

Около 400 компаний занимаются НИОКР в здравоохранении и медико-биологической отрасли; это около 3 800 организаций, включая больницы, производственные мощности; около 50 % компаний, работающих в медико-биологической отрасли, генерируют оборот в области передовых технологий, диагностической и терапевтической продукции, ингредиентов для продуктов питания и косметики, др.

Голландия занимает 8-е место в мире по количеству патентов в медико-биологической отрасли и здравоохранении. Страна гордится национальной программой по геномике и крупными государственно-

частными программами по фармакотерапии, трансляционной и молекулярной медицине, а также регенеративной медицине.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Берендеева А. Б

Я. О. ГОЛУБЕВА, А. Г. САВЁЛОВА
Ивановский государственный университет

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ШВЕЙЦАРИИ

Как показало наше исследование, главная особенность системы образования в Швейцарии – гибкость. В стране есть школы, работающие по всем международно-принятым стандартам образования, вузы предлагают академические программы на 4 языках: немецком, французском, итальянском и английском. Школы также предлагают обучение по любой из систем образования: англо-американской, немецкой, французской, швейцарской, итальянской. Школы дают возможность подготовиться не только к поступлению в университет в Швейцарии, но и практически к любому высшему учебному заведению мира. Богатое оснащение школ Швейцарии и их уникальное географическое положение позволяют их ученикам зимой заниматься горными лыжами, сноубордом, хоккеем, а летом – конным спортом, альпинизмом, ходить в горные походы, плавать на яхтах. Швейцария первая в мире создала модель образования в индустрии гостеприимства, школы туристического и гостиничного бизнеса в Швейцарии считаются эталонными. Одна из сильнейших сторон высшего образования в Швейцарии – практическая направленность. Самых лучших банкиров и финансистов готовят в частных колледжах и бизнес-школах Швейцарии.

В стране широко развита система частных клиник, имеющих самую разную специализацию – от общеоздоровительных санаторных услуг до службы скорой помощи. Швейцарская медицина давно известна как одна из самых продвинутых в лечении многих тяжелых болезней. Клиники здесь напоминают 4-5 звездные отели, с роскошными номерами, развитой инфраструктурой и первоклассной кухней. Государство строго контролирует утвержденные расценки. Структура клиник: 40 % – частные, 60 % – государственные.

Медицину Швейцарии отличает отсутствие очередей, высокая компетенция докторов – для осуществления врачебной практики врач

обязан получить лицензию на медицинскую деятельность. Получение самой лицензии может длиться от 6 мес. до 2 лет. Из числа конкурентных преимуществ клиник – использование роботизированной техники, новейших разработок уникального медицинского оборудования, развитая и передовая фармакологическая промышленность и имидж врачей, как экспертов и новаторов.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Берендеева А. Б.

И. С. ЕЖОВА

Ивановский государственный университет

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В ГЕРМАНИИ И РОССИИ

Цель политики в области образования в Германии – оказать оптимальную поддержку каждому человеку и дать ему возможность получить квалифицированную подготовку, отвечающую его интересам и потребностям. Обучение в Германии является бесплатным как для граждан Германии, так и для граждан иностранных государств, однако в системе немецкого образования представлены и государственные, и частные образовательные учреждения, хотя количество последних незначительно. Наш сравнительный анализ системы образования в России и Германии показал следующее. Детские сады обычно находятся в частной собственности.

Школьное образование. Типы школ в Германии: 1 ступень – начальная школа и обучение в средних образовательных учреждениях, 2 ступень - средние школы в ФРГ делятся на четыре типа: гимназия, реальная школа, основная школа, объединенная школа. Есть институты и университеты различной направленности. Существует также ряд специализированных высших учебных заведений. Например, педагогические училища, теологические школы, художественные и художественно-музыкальные школы, школы кинематографии и т.д.

Российский уровень образования не признается в ФРГ соответствующим их уровню, если в России школьник закончил 4 класса, то в Германии, скорее всего, он будет принят снова в 4 класс. Кроме того, выпускник российской общеобразовательной школы с аттестатом зрелости о законченном среднем образовании признается только как ученик 10 класса, и до получения немецкого аттестата ему

придется доучиться еще 3 года, в 11, 12, 13 классах гимназии или объединенной школы.

Сами вузы не предоставляют никаких стипендий, но существует ряд специальных организаций, которые предоставляют стипендии – например, Германская служба академических обменов (ДААД). Определяющим критерием при предоставлении стипендии является успеваемость. Социальное положение заявителя играет не столь важную роль. 82 % средств в рамках от начального до высшего образования тратится на базовые образовательные услуги.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Берендеева А. Б.

К. М. МАХМАДИ

Ивановский государственный университет

ИСЛАМСКАЯ ЭКОНОМИКА

Вопреки довольно распространенному суждению, исламская экономика – сравнительно новая концепция, сформулированная в законченном виде лишь во второй половине XX века. Исламская экономика – это вид экономики, основанный на законах шариата. Коран и Сунна являются основными источниками, регулирующими исламское право.

Инвестирование по исламским канонам предполагает покупку только тех ценных бумаг, которые не противоречат религиозным нормам. Исламские инвестиционные принципы запрещают вложения в акции компаний, которые связаны с алкоголем, азартными играми, неэтичными развлечениями.

Ислам гарантирует право частной собственности и защищает ее. Богатство рассматривается как испытание и преходящее удовольствие мирской жизни. Общественное благо преобладает над частным, например, все природные ресурсы (морья, леса, реки и другие) могут быть только общим богатством и не могут быть в одних руках. По мнению Юсуфа Кардави (известный мусульманский богослов), исламское государство не должно вмешиваться в дела граждан, а наблюдать и контролировать. В современных концепциях исламской экономики мусульманские налоги являются средством обеспечения социальной справедливости путем перераспределения доходов в обществе.

Одним из главных в Исламской экономике является отказ от процента, от фьючерсных сделок, от «воздушной экономики». Активно развивается мусульманское банковское дело в Великобритании. Там есть и полностью исламские банки, развитие которых конкурирует с европейскими аналогичными финансовыми структурами. Западные хозяева большой экономики уже оценили преимущества мусульманской системы работы: отказ от фьючерсных игр, от создания суррогатов и ориентация на реальный сектор. Главная задача – не допустить игр со временем, «закладывания» времени – особенно будущего, ещё не прожитого времени – в пользу каких-то спекулянтов сегодня. В частности, существует запрет на продажу урожая пшеницы, который ещё не вырос, что, к слову, на Западе является обычным делом.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Николаева Е. Е.

Е. В. НОСОВА

Ивановский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТНК В РОССИИ

Всё более отчётливо прослеживается тенденция к разделению труда в общепланетарном масштабе. Символом глобализации является господство в мировой экономике транснациональных корпораций. Формирование и усиление корпоративных структур стало тенденцией развития мировой экономики и российской в частности. В России наибольшее развитие получили корпоративные структуры в непроизводственных отраслях – финансы и кредит, страховые и пенсионные компании. Новой формой интеграции ресурсов в России являются альянсы. Наибольшее распространение получили стратегические альянсы с иностранным капиталом. В этом случае российским компаниям не надо создавать особых механизмов сотрудничества, а следует лишь адаптироваться к уже налаженным схемам.

Анализ работы ТНК свидетельствует о том, что в России не всегда эффективно используется зарубежный опыт. Это, в первую очередь, объясняется особенностями экономического развития, но не менее важны и поведенческие факторы. Российские компании не готовы в полной мере к выстраиванию сложных, доверительных отношений, составляющих основу стратегических альянсов.

Россия из-за отсутствия практического опыта имеет ряд открытых вопросов, касающихся проблем экономического регулирования. Так, наиболее спорным является вопрос о степени вмешательства госсектора. Сложность связана с тем, что государство, с одной стороны, заинтересовано в интегрированной экономической мощи, с другой стороны, оно обязано поддерживать конкуренцию. В связи с этим существует необходимость урегулирования отношений в сфере формирования и функционирования эффективных корпоративных образований в мировой экономике в целом и экономики России в частности.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Новиков А. И.

М. И. ОСТРОВСКАЯ, Е. Е. ТОЛУБЕЕВА
Ивановский государственный университет

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ В ФИНЛЯНДИИ

Согласно законодательству в Финляндии имеется всеобщее обязательное образование. Общеобразовательная школа предполагает 9 лет обучения, а дети начинают ходить в неё с 7 лет. Если до школы больше 2,5 км, то по закону школьника (до 6 класса) обязаны доставлять туда и обратно на такси за счёт муниципалитета. В школе бесплатно выдают учебники и все канцелярские принадлежности и обучают финскому языку, математике, природоведению, домоводству. Обучение основам религии (лютеранства или православия) происходит только с согласия родителей и в соответствии с вероисповеданием. Атеисты имеют право разрешить преподавать ребёнку светскую этику, а в случае возражения дети освобождаются от любого из курсов. Библиотечные полки стоят в коридоре, и доступ к ним свободный. Программы обучения бакалавров представлены как на финском, так и на английском языках. В отдельных случаях обучение может происходить и на шведском языке. Высшее образование, как и начальное, полностью бесплатно как для граждан страны, так и для приезжих.

В феврале 2013 г. рост стоимости на жильё составил в Хельсинки 4,3 % (3501 евро за 1 м²), а по стране — 1,4 % (2185 евро за 1 м²). Преобладают небольшие дома и одно-, двухкомнатные квартиры – почти половина жилого фонда. Кондоминимум представляет собой

акционерную компанию, объединение в одном доме квартир с различными формами собственности и финансирования с целью наиболее эффективного управления эксплуатацией здания. Гос. займы могут предоставляться для покрытия 95 % расходов на строительство арендного жилья и до 90 % покупной стоимости с правом вселения, покрывать 95 % затрат на ремонтные работы. Займы на строительство арендного жилья предоставляются на срок до 33 лет, строительство собственного жилья – до 21 г. Существуют три категории пособий на жилье: общее пособие семьям, пособие пенсионерам, жилищное пособие для студентов. При начислении пособия учитывается не только доход и уровень благосостояния студента, но и экономическое положение родителей. Субсидирование посредством предоставления налоговых льгот включает в себя, например, освобождение от налога на доход, получаемый от владения жильем, от его продажи и др.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Берендеева А. Б.

Т. А. СЕРГЕИЧЕВА

Ивановский государственный университет

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЖИЛИЩНОЙ СФЕРЫ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Жилищная программа Соединенного Королевства имеет сходное с российским нацпроектом название – affordable housing, т. е. «доступное жилье». В британском понимании доступность – это отношение средней стоимости дома к величине средней годовой зарплаты в регионе или в стране. Этот коэффициент позволяет судить, справедлив ли текущий уровень цен на недвижимость. В настоящее время данный коэффициент составляет 11 (европейская норма 3–5 годовых доходов семьи из 3 чел.). Помощь в первую очередь адресована гражданам, выполняющим ключевые общественные функции: врачам, воспитателям, учителям, пожарным, полицейским, тем, кто трудится в системе градостроительства. Также есть ряд программ для престарелых, инвалидов и просто малоимущих граждан, приобретающих недвижимость впервые. Желающие приобрести малобюджетные дома или квартиры вправе обратиться в жилищные ассоциации, деятельность которых финансируется правительством через централизованный орган – Жилищную корпорацию. Она осуществляет контрольные функции за деятельностью ассоциаций на местах, а также привлекает к сотрудничеству частный капитал. Жилой

фонд жилищных ассоциаций предназначен как для покупки, так и для сдачи в аренду по ставкам гораздо ниже среднерыночных. Жилищные ассоциации предлагают малообеспеченным гражданам покупать жилье по ряду схем. Совместное владение (shared ownership) позволяет покупателю приобрести одновременно долю дома (обычно 50 %) по цене, установленной жилищной ассоциацией. За оставшиеся метры выплачивается арендная плата. Впоследствии покупатель может выкупить у жилищной ассоциации ее долю собственности по рыночной стоимости, вне зависимости от того, возросла эта цена или упала. Программа «*Купи дом*» (HomeBuy) рассчитана на тех, кто хотел бы приобрести жилье как на вторичном рынке, так и в новостройках. Есть программа для арендаторов муниципального жилищного фонда под названием «*Право выкупа*» (The Right to Buy). Суть ее состоит в том, что человек, снимающий у местного совета дом или квартиру, через 2 года приобретает право выкупить занимаемый объект со скидкой от 16 тыс. до 38 тыс. фунтов стерлингов, в зависимости от срока проживания по данному адресу.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Берендеева А. Б.

Е. С. СМЕРНОВА, Е. А. ЛИСИНА
Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ В АВСТРИИ

Наше исследование показало, что Австрия многие годы стабильно входит в десятку стран с наилучшими показателями в сфере медицины, занимая прочное место в ряду наиболее развитых в социальном отношении государств мира. В сфере здравоохранения созданное в начале 70-х гг. прошедшего века Федеральное министерство охраны здоровья имеет отрегулированную систему учреждений: от медицинских управлений на уровне земли (субъекта Федерации) до обязательного для каждой общины врача. В Австрии была принята Федеральная программа по медицинской профилактике, определившая новейшие течения австрийской медицины. На нужды здравоохранения Австрия расходует 8,3 % ВВП. Все работающее население Австрии пользуется преимуществами социального страхования, которое распространяется на лабораторные анализы, медицинское обследование и лечение, в том числе стоматологическое, хирургические операции, пребывание в стационаре, услуги врачей и

медицинских сестер. В Австрии несколько медицинских страховок. Поликлиник в Австрии нет. Первичная медицинская помощь оказывается практическими врачами (терапевтами). Это государственная должность, и получив ее однажды, с ней не расстаются до глубокой старости, знают всех жителей в третьем поколении и могут соперничать по посещаемости с церковью. Поселившись и прописавшись где-либо, человек автоматически попадает в сферу влияния участкового врача. Пациент имеет право выбора доктора, которое определяется еще и видом страховки. Отчисления в больничную кассу работодателя делают автоматически. Они же регистрируют в ней граждан; можно также застраховаться в частной фирме. В больницах, как правило, нет очередей, благодаря высокому технологическому уровню обслуживания. Условия пребывания в австрийских больницах выше среднего, что подразумевает одно-, двух-, трех-, четырехместные палаты и выбор меню. В большом количестве в Австрии есть дома престарелых и особая разновидность больницы – дома по уходу за тяжелобольными и лежачими больными. Детских больниц и детских врачей практически нет, но имеются клиники, где принимают роды и наблюдают за грудными детьми.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Берендеева А. Б.

И. С. СОТКИН

Ивановский государственный университет

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНТЕРЕСЫ ТНК

Объективные мотивы деятельности, которые побуждают и зарождают интерес к занятию предпринимательской деятельностью, проявляются, прежде всего, в постановке и достижении целей, порождающих производственные отношения между предприятиями, домашними хозяйствами и государствами. Однако в современной науке нет точного определения и трактовки экономического интереса ТНК, которое могло бы подчеркнуть всю его полноту, многообразность и противоречивость.

Одним из основных мотивов для побуждения экономического интереса ТНК служит получение прибыли, что порождает создание филиальной сети и диверсификацию ассортимента предлагаемых

товаров и услуг в различных странах и дальнейшее участие в предпринимательской деятельности и создании добавочной стоимости

С другой стороны, мотивом деятельности ТНК являются интерес в получении конкурентных преимуществ за счет предоставления социально-экономические гарантий для хозяйствующих субъектов, которые работают на них.

В-третьих, стимулы, создаваемые государством, зарождают интерес взаимодействия и сотрудничества крупного бизнеса (ТНК) с государством, в том числе заинтересованность ТНК в создании крупнейших филиальных сетей, способных положительно влиять на развитие социально-экономической сферы национальной экономики.

Односторонний взгляд на экономический интерес ТНК позволит дать лишь частичную политэкономическую оценку. Поскольку влияние ТНК носит как положительный характер, так и негативный характер, влияющий неоднозначно на домашнее хозяйство или государство, то необходимо учитывать существующую противоречивость в экономических интересах взаимодействующих хозяйствующих субъектов.

Научный руководитель – д-р экон. наук, доцент Николаева Е. Е.

Д. А. ТАРЫГИНА

Ивановский государственный университет

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ГЕРМАНИИ

Система здравоохранения Германии – одна из наиболее эффективных в мире. Основным её достоинством является способность обеспечить медицинскими услугами большинство населения страны. Опросы последних лет свидетельствуют, что более 90 % немцев удовлетворены предоставляемыми услугами здравоохранения, а около 40 % опрошенных высказали мнение о том, что действующая система здравоохранения нуждается лишь в незначительной корректировке.

Первый компонент системы здравоохранения Германии – сектор стационарного медицинского обслуживания – обеспечивается деятельностью врачей, работающих на постоянной основе в больницах (59 % врачей страны). Существует чёткое разграничение сфер деятельности частнопрактикующих и больничных врачей: первые не

могут заниматься практикой в стационаре, последние не имеют права оказывать медицинскую помощь как независимые специалисты.

2. Амбулаторное обслуживание – обеспечивается главным образом деятельностью врачей общей практики, число которых составляет 41 % от общего количества всех врачей в стране. Почти 85 % доходов этих специалистов возмещается из фондов обязательного и добровольного медицинского страхования.

3. Сектор производителей медикаментов и аптек. Характерная особенность – механизм ценового регулирования рынка медикаментов. По этой причине установленные цены многих лекарств в настоящее время составляют около одной трети их рыночной цены. Большая часть стоимости лекарств покрывается за счёт средств медицинского страхования.

4. Совокупность финансируемых на уровне земель программ оказания медицинской помощи лицам, доходы которых не позволяют им участвовать в схемах обязательного медицинского страхования. Пятый компонент – система медицинского обслуживания на предприятиях, которая предусматривает скорую медицинскую помощь, периодические медицинские осмотры и другие вспомогательные услуги. Большинство врачей, работающих на предприятиях, работает либо на основе договора найма, либо как врачи общей практики на гонорарной основе.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Берендеева А. Б.

Ю. С. АФАНАСЬЕВА

Ивановский государственный университет

ДНЕВНЫЕ ЧЕШУЕКРЫЛЫЕ КАК ИНДИКАТОРЫ АНТРОПОГЕННОЙ НАГРУЗКИ НА ЭКОНОМИКУ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

Экологическая ситуация в современном мире характеризуется антропогенным нарушением целостности биосферы и рядом отрицательных экологических последствий. Особую озабоченность вызывает загрязнение окружающей среды.

Булавоусые чешуекрылые очень чутко реагируют на все изменения в окружающей среде, и узнать, насколько в данной местности проявились результаты деятельности человека, можно по наличию или отсутствию определенных видов, по изменениям в их распространении. Целью работы явилось изучение влияния антропогенных воздействий на количество и видовое разнообразие дневных чешуекрылых и на экономику природопользования.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи: выявление влияния антропогенных воздействий на обилие видов флоры и фауны; определение влияния деятельности человека на видовое разнообразие дневных чешуекрылых в районах загрязнения окружающей среды.

Ветзель доказал возможность и перспективность использования бабочек, особенно дневных, в качестве индикаторов долговременных изменений окружающей среды, в частности:

1) Фаунистические списки дневных бабочек XIX–XX вв. существуют для всех областей зарубежных стран и России, что дает возможность сравнивать их с современным состоянием фауны.

2) Экология дневных бабочек хорошо разработана.

3) Они отличаются средними и крупными размерами, хорошо определяются по окраске.

4) Многие виды широко распространены в разных типах наземных экосистем.

5) Бабочки значительно быстрее реагируют на изменения, чем растения.

Зная, какое состояние имеет фауна дневных чешуекрылых в районах, где деятельность человека хорошо заметна, можно

оперативно отреагировать в случае, если численность и видовое разнообразие бабочек сильно снижено.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Новиков А. И.

Н. Н. БЕЛЯЕВА

Ивановский государственный университет

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В России за последнее время сделаны шаги в сторону формирования и развития малого бизнеса – многие граждане занимаются предпринимательством, которое дает ощутимый экономический и социальный эффект. Вместе с тем, если рассматривать потенциальные возможности нашего общества, то доля предпринимательского сектора в укреплении рыночной экономики пока явно недостаточна.

В нашей стране роль малого предпринимательства постоянно возрастает. Предпринимательство призвано решить такие важные проблемы в сегодняшней экономике, как: значительно и без существенных денежных вложений расширить производство многих потребительских товаров и услуг с использованием местных источников сырья; создать условия для трудоустройства рабочей силы, которая выходит с крупных предприятий; составить положительную альтернативу «теневому» бизнесу и многие другие.

В своей деятельности малое предпринимательство сталкивается с очень большим количеством проблем, которые тормозят его развитие. По нашему мнению проблемы, с которыми сталкивается предпринимательство, можно разделить на несколько групп: кадровая проблема (недостаточно инициативных в профессиональном отношении грамотных людей); организационные проблемы, связанные с юридическими вопросами об оформлении и регистрации, открытием счета в банке; проблема материально-технического обеспечения: нехватка производственных помещений и оборудования; финансовые (инвестиционные) проблемы (затруднения в легализации денежных средств для регистрации предприятия, проблема формирования стартового капитала, установление связей с поставщиками); кредитная необеспеченность; несовершенство налоговой системы; отсутствие систем государственной и общественной поддержки малого предпринимательства.

Малое предпринимательство обладает огромным потенциалом, позволяющим ему сделать рывок вперед в интересах углубления реформ и подъема российской экономики путем резкого увеличения числа малых предприятий. Однако существует целый ряд проблем, сдерживающих процесс развития малого предпринимательства в России.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Новиков А. И.

О. А. БОДЯГИНА

Ивановский государственный университет

ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

Человеческий капитал на современном этапе представляет собой один из главных факторов экономического роста, обеспечивающий конкурентоспособность национальной экономики, поэтому важно подчеркнуть необходимость его инвестирования. Под инвестициями в человеческий капитал обычно понимают расходы, как самого человека, так предприятия и государства для становления, поддержания, воспроизводства и повышения данного вида капитала. Повышая квалификацию и способности определенного индивида, мы видим, как возрастает его производительность труда, что способствует многократному компенсированию вложенных средств.

Большинство специалистов в области человеческого капитала выделяют три основных вида инвестиций: 1) Расходы на образование. Они подразумевают собой расходы на общее, специальное образование, а также включают в себя образование, направленное на повышение квалификации, как в рамках отдельного предприятия, так и в рамках национального хозяйства. По мере развития общества и изменения характера труда под воздействием НТР, формируется постоянная необходимость проверки актуальности знаний и их обновление, что требует немалых затрат. 2) Расходы на здравоохранение. Для активной и стабильной работы человека необходимо обеспечить его комфортными условиями существования и жизнедеятельности. Здесь мы говорим о профилактике заболеваний, медицинских услугах, диетическом питании и улучшении жилищных условий. 3) Расходы на мобильность рабочей силы. Предполагают разумное соотношение квалификации работника с заработной платой и уровнем производительности труда в определенном регионе.

Отдача от инвестиций в человеческий капитал зависит от срока жизни его носителя. Сам капитал не подвержен износу, способен накапливаться и умножаться, но требует больших вложений, которые оправдываются в долгосрочном периоде. Если сравнить инвестиции в человеческий капитал с другими инвестициями, то мы увидим, что это самое эффективное использование вложенных средств, как с точки зрения отдельного человека, так и с точки зрения государства. Поэтому, для благополучия и устойчивого развития государства и его экономики вложения в человеческий капитал необходимы.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Иродова Е. Е.

Т. А. БУЛЫГИНА

Ивановский государственный университет

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ИЗМЕНЕНИЯ В МОТИВАЦИИ НАЕМНЫХ РАБОТНИКОВ

Инновационная экономика – это экономика общества, основанная на знаниях, инновациях, доброжелательном восприятии новых идей, машин, систем и технологий, готовности их практической реализации в различных сферах человеческой деятельности. Она выделяет особую роль знаниям и инновациям.

Успешность построения инновационной экономики во многом зависит от человеческих ресурсов – производственных кадров. В связи с этим вызывает интерес создание действенного мотивационного механизма трудовой деятельности.

В основе мотивационного механизма инновационной экономики должен находиться достойный уровень заработной платы. В связи с этим важнейшим направлением социальной политики государства должно стать повышение минимальной величины заработной платы до ее соответствия величине прожиточного минимума. Кроме этого следует установить прямую зависимость использования средств внебюджетных фондов социального страхования от трудового вклада наемного работника.

Основными направлениями изменения мотивационного механизма можно считать:

- создание премиальных фондов за освоение и выпуск новой продукции, улучшение технологического процесса труда;
- введение новых систем премирования труда – бонусная система, система доплат за знания;

Не менее эффективными являются и нематериальные мотивационные механизмы, в числе которых: создание благоприятного внутреннего климата на предприятии, признание работника в трудовом коллективе, предоставление возможности выбора гибкого графика работы, организация досуговых мероприятий и др.

Таким образом, разработка системы эффективной мотивации трудовой деятельности позволит не только повысить производственную активность наемного работника, но и конечные результаты функционирования предприятий, а соответственно, и деятельность всей экономической системы в целом.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Солдатов В. В.

Л. Ш. БУРЧЕНКОВА

Ивановский государственный университет

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАПАДНЫХ ФИРМ

Проанализируем секреты успеха западных фирм на основе книги Ричарда Брэнсона – талантливое бизнесмена, миллиардера, построившего уникальный бренд Virgin, объединяющий несколько десятков совершенно различных бизнесов, включая магазины по продаже музыкальных дисков, авиа- и железнодорожные компании, радиостанцию и издательство. Его книга под названием «К черту все! Берись и делай!» - манифест жизни, действия, риска. Кредо ее автора - брать от жизни все. Это значит не бояться делать то, что хочешь. Автор описывает свой путь достижения цели, делится своими мыслями и опытом достижения богатства, рассказывает о своих друзьях. Книга несет огромный заряд оптимизма, мудрости и веры в возможности каждого человека.

Главы книги звучат в виде призывов: Берись и делай! Живи весело! Будь отважен! Бросай вызов самому себе! Твердо стой на ногах! Цени мгновение! Дорожи семьей и друзьями! Уважай людей! Твори добро!

Общий вывод по книге сформулируем в виде советов менеджеру: Успеха не добиться в одиночку, нужно работать вместе, дружной командой. Работать необходимо максимально честно. Никогда не стремитесь только к одной цели. Необходимо уважать личности своих сотрудников. Прислушивайтесь к советам/идеям

других людей. Тщательно все планируйте и готовьтесь к ответственным решениям заранее. Оправданный риск необходим. Всегда нужно держать данное кому-либо слово. Нужно верить в себя, полагаться на себя и принимать самостоятельные решения. Необходимо вовремя информировать сотрудников о переменах компании. Не сдавайтесь и ищите множество путей достижения цели, не ограничиваясь одним путем. Не тратьте время зря и открывайте для себя что-то новое. Помните, что отрицательный результат – это тоже результат.

Итоговый вывод автора: берите от жизни все; не бойтесь делать то, что хочется (совершенно неважно, достаточно ли у Вас знаний, опыта или образования), если есть голова на плечах и достаточно задора в сердце, любая цель будет по силам. Если что-то нравится – делайте, не нравится – бросайте не раздумывая – это позволит получить больше радости и от жизни, и от работы.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Берендеева А. Б.

А. А. ВОЛОСТНЫХ

Ивановский государственный университет

О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ПОЭТИЧЕСКОЕ ЭССЕ ОДНОЙ СТУДЕНТКИ

Я равнодушна к дальнейшей судьбе России. На мой взгляд, Россия может утратить свой былой облик, если мы не предпримем какие-то меры. Кроме того, меня крайне беспокоит ситуация, сложившаяся сейчас на Украине, и в связи с происходящим, я решила выразить свои мысли на бумаге.

Русь жива. Поставлю точку

И задумаюсь потом,

В этой строчке пока точка,

А что будет с ней потом?

Русь жива! Она всё дышит

По просторам тишь, да гладь

Выйди летом в чисто поле

Ну и воздух! Благодать!

Колокольчики, ромашки,

Дремлик и люпин в цвету

Надо уважать природу

За такую красоту!

Ну а если глянуть дальше,
И задать простой вопрос...
Русь жива?
Ответят: Как же! Ты что! Спросил сейчас всерьёз?!
Какая Русь! Побойся бога!
Посмотри вокруг себя
Город! Пыль! Трубы завода!
Это разве Русь жива?!
Я ответить постараюсь,
Опустив немного взгляд,
Ведь я – биолог, и постараюсь
Былую Русь вернуть назад!

Биолог – это не простая профессия, такие люди обладают особым восприятием окружающего мира. Биолог всегда в гармонии с природой! И я, как биолог, постараюсь «былую Русь вернуть назад»!

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Новиков А. И.

Ю. С. ВОРОБЬЁВА

Ивановский государственный университет

ИССЛЕДОВАНИЕ БИОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗРАСТА У МУЖЧИН, ЗАНИМАЮЩИХСЯ ФИЗИЧЕСКИМ И УМСТВЕННЫМ ТРУДОМ

Календарный (паспортный) возраст не является достаточным критерием состояния здоровья и трудоспособности человека. Календарный возраст у многих людей не соответствует их биологическому возрасту. Биологический возраст (БВ) более объективно отражает степень морфологического и физиологического развития организма. Целью работы является исследование биологического возраста у мужчин в зависимости от их трудовой деятельности. Исследованы антропометрические показатели 60 мужчин первого периода зрелости, определен биологический возраст и оценено общее состояние здоровья у студентов и рабочих. В работе использовались: проба Штанге, проба Генчи, индекс Кетле, проба Ромберга, методика Бойко, субъективная оценка здоровья (в баллах), формулы для подсчета БВ и должного биологического возраста для мужчин. Результаты исследования обработаны. Установлено, что к 3 группе относится 60 % студентов и 56,6 % рабочих. Это говорит о том,

что биологический возраст соответствует календарному возрасту. Ожидаемая продолжительность жизни будет равна среднестатистической по стране. В 5 группу риска и у студентов, и у рабочих входят до 10 % мужчин. К 4 группе риска относится 6,6 % студентов и 26,6 % рабочих. Это говорит о том, что нужно срочно принимать меры и бросать плохие привычки, больше уделять внимание своему здоровью. Во 2 группу у студентов входит 23,3 %, а у рабочих 6,6 %. На основании биологических процессов, протекающих в организме женщин, они стареют медленнее и живут дольше на 6 — 8 лет. У мужчин органические изменения в тканях наступают раньше на 6 — 8 лет, то есть, биологическое старение мужчин происходит раньше. В нашем регионе большую часть населения составляют женщины, тем самым это сказывается на демографическом процессе и экономике. Не хватает рабочей мужской силы.

Причины, приводящие к преждевременному старению, это нервно-эмоциональное перенапряжение, психическое переутомление, гиподинамия, неправильное питание, дыхание, употребление алкоголя, курение, из-за которых мы сами вольно или невольно укорачиваем свою активную жизнь.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Новиков А. И.

Р. Э. ДОСОВА

Ивановский государственный университет

УСПЕШНОЕ РАЗВИТИЕ: ОБЩЕСТВО И ЭКОНОМИКА

Существование Российской Федерации как суверенного государства в современном мире невозможно без успешного развития общества и экономики. Это положение предполагает выяснение источника развития нашей страны.

По нашему мнению, в основе дальнейшего развития России должно находиться противоречивое единство двух взаимосвязанных процессов: повышение общего и профессионального уровня образования общества и рост эффективности функционирования экономики страны.

Эти два процесса взаимосвязаны и должны осуществляться одновременно.

Повышение общего и профессионального уровня образования обществ создает условия для повышения производительности труда, а,

соответственно, и повышение эффективности функционирования экономики нашей страны в целом.

На рост производительности труда оказывает влияние не только профессиональная подготовка работников, но и общеобразовательный уровень всего населения. Это положение было отмечено в начале прошлого века русским экономистом С. Г. Струмилиным.

Рост эффективности функционирования экономики страны создает материальные условия для повышения общего и профессионального уровня образования общества.

Результатом этого процесса становится увеличение денежных средств, выделяемых на развитие общего и профессионального образования, а также качественные изменения в материально-технической базе.

В последние годы правительство обратило внимание на изменение материально-технической базы среднего образования, разработало программы развития и начало процесс перевооружения.

Таким образом, взаимосвязь этих двух процессов позволит осуществить успешное развитие общества и экономики.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Солдатов В. В.

Н. Е. ЗАЙЦЕВА

Ивановский государственный университет

СПЕЦИФИКА INTERNET-ПОТЕНЦИАЛА КАК ФАКТОРА РАЗВИТИЯ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В современной модели «новой» экономики главным фактором развития рыночных отношений выступает Internet-потенциал. Internet-потенциал - это фактор, определяющий состояние и возможности развития рыночных отношений и хозяйственных систем различного уровня, основанный на широком применении информационно-телекоммуникационных технологий. Сложность природы и структура Internet-потенциала определяет специфику данного фактора в сравнении с традиционными факторами экономического роста и развития экономических отношений.

Internet-потенциал как фактор не ограничен объективными причинами, расширена сфера применения за счет появления новых возможностей реализации, максимально мобилен и исключается географический аспект использования потенциала. Особая роль в

практической реализации отводится субъективным причинам, таким, как актуальность, полезность, достоверность, полнота и способ предоставления ресурса. Благодаря специфичному свойству «адресность» поддерживается постоянная потребность в факторе для развития экономических отношений и клиентоориентированности информационного предпринимательства. В процессе информационного производства значительными будут лишь первичные вложения в ресурс. Дальнейшее использование фактора будет связано со значительно меньшими затратами.

Специфичен и механизм ценообразования: цена на ресурс определяется исключительно на рынке, в качестве базовой выступает рыночная стоимость, цена не влияет на объем спроса, а, наоборот, спрос воздействует на цену. Она зависит от соотношения спроса и предложения, но решающее воздействие определяется внешними субъективными факторами. Только для Internet-потенциала характерно действие сетевых внешних эффектов и эффектов «ловушек». В силу того, что Internet-потенциал связан со сферой интеллектуального производства, значимым остается правовой аспект применения данного фактора в развитии экономических отношений.

Все эти особенности позволяют выделить и учитывать Internet-потенциал в общей системе экономических потенциалов.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Берендеева А. Б.

Н. С. КАЛАШНИКОВА

Ивановский государственный университет

ВРЕМЯ КАК РЕСУРС В ЭКОНОМИКЕ И МЕТОДЫ ЕГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Маршалл Кук – профессор, редактор по творческому письму, издал несколько сотен статей и 24 книги, среди которых бестселлер «Эффективный тайм-менеджмент». В данной книге Кук приводит 10 основных способов составить распорядок дня, подчеркивая, что правила планирования времени подходят не каждому человеку, поэтому их следует подбирать индивидуально: не планируйте слишком много дел; оставляйте между делами побольше времени, на случай, если не уложитесь в срок; планируйте не то, что можно сделать, а то, что нужно сделать; план должен быть гибким; планируйте разумно: все самое важное нужно делать в первую очередь, пока вы еще не успели с головой погрузиться в рутину;

разбивайте крупные задания на этапы; если вы не будете вносить отдых отдельным пунктом вашего распорядка дня, то вообще не будете отдыхать; планируйте не только завтрашний день, но и ближайшее время; не бойтесь отказываться от своих планов; вообще не нужно составлять распорядок дня, если справляетесь без него. Для того чтобы распланировать время нужно ответить на 4 основных вопроса: Что необходимо сделать? Каков объем этой работы? Как скоро это нужно сделать? Чем вам придется пожертвовать? М. Кук приводит несколько методов выбора конкретного дела из целого списка, предлагая разделить все дела на: важные и срочные, важные и не срочные, неважные и срочные, не важные и не срочные. Он советует заранее распланировать дела, отдавая предпочтение важным, чем срочным.

Автор дает полезные советы улучшения работоспособности за счет гармонии с собственными биоритмами, определения миссии, цели в жизни, согласно которой следует строить свои планы. Он показывает, что на ожидание, «потерю времени» в очереди можно посмотреть с другой стороны – это время можно потратить на дальнейшее планирование, фантазии, отдых, занятие другим делом. Писатель так же советует не накапливать бумаги, а сразу от них избавляться (передать, ответить, выбросить) и не браться за несколько дел одновременно. Нужно настойчиво, пусть и медленно, стараться управлять своим временем. Кроме этого, Маршалл Кук дает рекомендации менеджерам по управлению подчиненными.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Берендеева А. Б.

Е. В. КАЛОВСКАЯ
Ивановский государственный университет

ВЗГЛЯД СТУДЕНТКИ НА СОВРЕМЕННУЮ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СИТУАЦИЮ В РОССИИ: ПОЭТИЧЕСКОЕ ЭССЕ

Русь жива и будет жить!
Она живет в сердцах народа.
Мы неба синь привыкли пить,
Такая русская порода!

Но небо фабрики закрыли,

И не вода уж льется сверху.
Мы леса шум уже забыли...
Машины в городе, как перхоть.

И все богатство тех земель,
Что предки кровью защищали,
Мы распродали, и теперь
Страной гордиться перестали.

Народ, очнись! Открой глаза!
Отчизна требует спасенья!
Судьба страны в твоих руках...
Ей помоги, не верь в везенье

Но верю я, что Русь жива,
Она живет в сердцах народа.
Вернется неба синева!
Воспрянет русская порода!

В своем стихотворении, я хотела показать, что все современные экономические проблемы России, связаны с утратой исторических, традиционных корней. Общаясь со студентами биохимического факультета, отслеживая их гражданские позиции, я верю, что будущее у России не только есть, но и будет.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Новиков А. И.

Ю. В. КОСТЮЧЕНКО

Ивановский государственный университет

РОЛЬ ТОВАРНОГО ЗНАКА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Функционирование современной рыночной экономики невозможно без усиления конкуренции между субъектами экономической деятельности. В связи с этим особое значение приобретает исследование роли товарного знака в современной экономике.

Товарный знак – это зарегистрированное в установленном порядке обозначение, присвоенное товару для его отличия от других товаров и указания на его производителя или продавца.

Товарный знак является активом производителя, так как участвует во множестве актов производства и продажи продукции, его существование обусловлено его информационной природой, которая предполагает, что при обмене (продаже) товара информацией о нем пользуется покупатель, а ее собственником продавец, поэтому информация может продаваться многократно

В научной литературе выделяются следующие функции товарного знака:

- облегчить восприятие различий или создать различия;
- дать товарам имена;
- облегчить опознавание товара;
- указать на происхождение товара;
- сообщить информацию о товаре;
- стимулировать желание купить товар;
- символизировать гарантию.

Таким образом, товарный знак призван выполнять приведенные выше функции.

Форма товарного знака определяется его содержанием, то есть его целевой установкой, приверженностью к первому виду деятельности или основному виду деятельности фирмы.

Различают изменения во внутренней и внешней форме.

Изменения во внутренней форме отражает существенные изменения, а изменение внешней формы изменение шрифта, символов, моды и т. д.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Солдатов В. В.

Ю. А. ПАНЬШИНА

Ивановский государственный университет

ОНТОГЕНЕЗ «НЕДОТРОГИ КРУПНОЦВЕТКОВОЙ» И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Недотрога крупноцветковая относится к сорным растениям, как сорняк она занесена в «Черную книгу флоры Средней среды». Выбранная мной тема, в настоящее время, является очень актуальной, т. к. вред, который наносят сорные растения, связан не только со

снижением урожайности, но и ущербом для сельскохозяйственной отрасли. Цель моей работы заключается в изучении основных этапов онтогенеза «Недотроги крупноцветковой» в условиях Ивановской области. В соответствии с целью работы были поставлены следующие задачи:

- изучить особенности морфологии, экологии недотроги крупноцветковой;
- охарактеризовать ее распространение по Ивановской области;
- разработать рекомендации по контролю недотроги крупноцветковой в Ивановской области.

Недотрога крупноцветковая происходит из Гималаев. Завезённое как декоративное растение, ныне активно распространяется в средней полосе России.

Вред, причиняемый недотрогой, заключается в следующем:

1) Сорняки сильно затрудняют проведение многих сельскохозяйственных работ.

2) Прямое отрицательное влияние сорняков на величину урожая состоит в том, что сорняки снижают плодородие почвы, расходуя из почвы элементы питания растений.

3) Сорняки расходуют огромное количество воды и ставят культурные растения в условия ее недостатка.

В результате моей работы были изучены особенности морфологии, экологии недотроги крупноцветковой, охарактеризовано ее распространение по Ивановской области, разработаны рекомендации по контролю недотроги крупноцветковой в Ивановской области.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Новиков А. И.

А. Ю. ПЕРОВА

Ивановский государственный университет

АКЦИОНЕРНЫЕ КОМПАНИИ: ПРЕИМУЩЕСТВА И РИСКИ

Акционерное общество (АО)₂ как и все организационно-правовые формы, наряду с преимуществами содержит в себе определенные риски. Особенность АО состоит в том, что для его нормального развития требуется четкая сбалансированность механизмов его создания, функционирования и управления.

Рассматривая преимущества и риски АО, следует учитывать, что они существуют в тесной взаимосвязи друг с другом. А если быть точнее, из преимуществ вытекают риски АО. Рассмотрим более подробно данную взаимосвязь. Основным достоинством АО является возможность неограниченного объединения капиталов. Это дает возможность быстро собрать значительные средства, расширить производство и иметь все преимущества крупного производства. Однако оборотной стороной является риск потери контроля над предприятием. Переход управления в другие руки сопровождается разрушением существующих связей и делает невозможным нормальное функционирование предприятия. Также неограниченное объединение капиталов может привести к неоправданно большому учреждению АО (как в периоды грондерства), таким образом, возникают риски для всей экономики в целом. Второе преимущество – профессионализм управления, обусловленный отделением собственности на капитал от управления им. В АО не каждый акционер руководит своим капиталом, а команда профессиональных менеджеров управляет объединенными капиталами как единым целым. В свою очередь возникает риск конфликта интересов между менеджерами компании и ее акционерами. И как следствие таким дисбалансом в обществе могут воспользоваться конкуренты, что приведет к недружественному поглощению. Третье преимущество – открытость АО, акции находятся в свободном обращении и доступны для продажи и покупки, в том числе и третьими лицами. Данный факт означает утрату его закрытости, приватности, делает АО более уязвимым для его конкурентов.

Необходимо отметить и ограниченную ответственность акционеров, они не несут ответственности по обязательствам общества перед его кредиторами. Имущество АО полностью обособлено от имущества отдельных акционеров. Вследствие чего возникает риск неисполнения договорных и кредитных обязательств перед партнерами.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Иродова Е. Е.

А. В. СОЛОВЬЁВА

Ивановский государственный университет

ТОВАРНЫЙ ЗНАК КАК ФАКТОР НЕЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Товарный знак – имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенное для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и дифференциации их от товаров и услуг конкурентов

В научной литературе товарный знак рассматривается по двум основным направлениям как экономическое явление, составляющее капитальный актив фирмы и фактор неценовой конкуренции, и как элемент фирменного стиля, позволяющий индивидуализировать товар.

Восприятие товарного знака, как капитального актива фирмы и фактора неценовой конкуренции, обусловлено действием следующих основных причин.

– Выбор потребителями товаров не всегда основывается на знании их характеристик. Зачастую этот выбор определяется восприятием товарного знака как символа, посредством которого строятся представления о товаре.

– Возможность обеспечить монопольное положение производителя или продавца товара, за счет индивидуализации производимой и реализуемой продукции. В связи с этим товарный знак выступает как фактор производства стоимости товара.

– Донесение до потребителей информации о том, что именно товар этой фирмы лучше своих аналогов.

Восприятие товарного знака, как элемента фирменного стиля, свидетельствует об уверенности его владельца в положительном впечатлении, которое он производит на потребителя.

Таким образом, товарный знак становится основным фактором неценовой конкуренции

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Солдатов В. В.

Л. А. ХОХЛОВА

Ивановский государственный университет

ТОВАРНЫЙ ЗНАК КАК КАПИТАЛЬНЫЙ АКТИВ ФИРМЫ

В условиях современной рыночной экономики особое значение приобретает неценовая конкуренция, одним из важнейших элементов которой является товарный знак. В связи с этим особое значение приобретает изучение товарного знака как капитального нематериального актива фирмы.

Товарный знак, будучи средством искусственной дифференциации товаров, создает для его владельца возможность обеспечения монопольного положения на соответствующем товарном рынке. Это монопольное положение создается путем индивидуализации производимой продукции на товарном рынке, что обусловлено относительно большим доходом на единицу продукции. В результате этого товарный знак можно рассматривать как один из факторов производства стоимости товара.

Капитальный характер товарного знака как актива, предполагающего его участие во множестве актов производства и продажи продукции, обусловлен следующими функциями:

- облегчить восприятие или создать различия между аналогичными товарами;
- помочь опознать и запомнить товар;
- указать на изготовителя или продавца продукции;
- предоставить информацию о качествах товара;
- стимулировать желание приобрести товар;
- символизировать гарантию качества и престижности товара;
- защитить товар от подделок.

Выполнение товарным знаком перечисленных выше функций позволяет его владельцу получить дополнительные преимущества на рынке товарной продукции, а, соответственно, и больший доход на единицу продукции.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Солдатов В. В.

Е. А. ШЕСТЕРНИН
Ивановский государственный университет

СИСТЕМА ПТИЦЕЗАЩИТНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПРИ УСТРОЙСТВЕ ЛИНИЙ ЭЛЕКТРОПЕРЕДАЧ И ИХ ОЦЕНКА

Гибель миллионов птиц в результате поражение электрическим током в настоящее время становится одной из наиболее острых проблем охраны животного мира во многих регионах планеты. Одним из путей решения данной проблемы является установка птицевозащитных устройств (ПЗУ).

В данной работе мы ставим перед собой цель: выявить определенный спектр птицевозащитных мероприятий, которые существенно снизят птицевозопасность ЛЭП, снизят аварийность на линиях электропередачи и произвести их оценку. Для достижения поставленной цели мы сформулировали следующие задачи:

- определить разнообразие видов ПЗУ;
- выявить материально-техническую базу оснащения ЛЭП птицевозащитными устройствами;
- оценить эффективность установленных ПЗУ.

Наиболее птицевозопасными являются линии электропередач 6–10 кВ. Именно на них направлена разработка и установка ПЗУ. Птицевозащитные устройства в нашей стране устанавливаются с 80-х годов прошлого века. Это одни из самых примитивных ПЗУ, таких как заградительные элементы (металлические усы, штыри), отвлекающие присады, холостые изоляторы. В дальнейшем были запрещены, так как их признали птицевозопасными. Современная разработка ПЗУ значительно продвинулась в обеспечении безопасности ЛЭП. Данные птицевозащитные средства представляют собой колпаки из полимерных материалов, закрывающие изолятор, и защитных кожухов изолирующих тонконесущий провод. Но самым эффективным признано использование изолированного провода, покрытого специальной полимерной оболочкой, а также применение подвесных изоляторов в замен используемых штыревых изоляторов. Однако, их использование возможно только при прокладке новых линий электропередач. Использование последних двух средств ПЗУ экономически выгодно в сравнении с полимерными колпаками и защитными кожухами.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Новиков А. И.

А. Б. ШМЕЛЕВА

Ивановский государственный университет

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ЗДОРОВЬЯ СЕЛЬСКИХ ЖИТЕЛЕЙ

Во все времена у всех народов мира непреходящей ценностью человека и общества являлось и является физическое и психическое здоровье. Здоровье является самой большой жизненной ценностью.

Целью работы являлось оценить состояние здоровья сельских жителей.

Проблемой работы явилось социальное обезлюдивание сельской местности. Причинами этой проблемы являются: недостаток рабочих мест; отсутствие нормальных жилищных условий и социальной сферы жизни в сельской местности; недостаток медицинских услуг; отсутствие образовательных и медицинских учреждений и т.д.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

– выявить какие основные факторы влияют на здоровье сельских жителей;

– провести исследование по пакету методик.

Для решения задач были подобраны следующие методики:

– Индекс Кетле;

– Методика Бойко;

– адаптационный потенциал.

В ходе практики были исследованы 40 человек, из них 20 женщин и мужчин первого и второго периода зрелости.

На основании этих исследований мы получили следующие результаты:

– рассчитывая индекс Кетле у мужчин и женщин от 20 до 60 лет, у большинства индекс массы тела находится в стадии ожирения первой степени. Это связано с однообразной работой, несбалансированным питанием, малоподвижным образом жизни;

– адаптационный потенциал у большинства мужчин и женщин первого и второго периода зрелости указывает на напряжение механизмов;

– степень выраженности фаз синдрома эмоционального выгорания и сам синдром в целом сходны у мужчин и женщин второго периода зрелости.

Результатом всех этих процессов становится разочарование, уныние и безысходность жителей деревни, которые свои обиды пытаются залечить алкоголем, отсюда алкоголизация населения.

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Новиков А. И.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция «ЭКОНОМИКА: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ»

Бирюченкова Н. В. Основные подходы к определению понятия «трудовой потенциал».....	3
Блинова Е. Д. О состоянии и перспективах развития туризма в России.....	4
Богданова Н. В. О состоянии основных средств в текстильной промышленности России.....	5
Булыгина Е. И. Проблемы и перспективы развития жилищного рынка Ивановской области.....	6
Вознюк А. Б. Коррупция в России.....	7
Григорьева Е. Л. О состоянии основных фондов станкостроительных предприятий в РФ.....	8
Давыдова И. В. Развитие малого предпринимательства в ЦФО...	9
Жданова Э. В. Роль и классификация кадровых рисков.....	10
Журавель В. П. Крупный бизнес и его влияние на национальную экономику.....	11
Запара О. И. Ресурсосбережение как фактор повышения эффективности экономики.....	12
Коровина А. А. Оценка уровня финансовой безопасности в Ивановской области.....	13
Котлярова Ю. В. Сравнительная характеристика методик оценки уровня инновационного развития региона.....	14
Котова А. С. Рынок труда и безработица в Ивановской области.	15
Куваева А. М. Основные проблемы развития малого предпринимательства в России сегодня.....	16
Курнаева К. Н. Методы оценки инвестиционной привлекательности регионов.....	17
Ликсонов И. Р. Монополии в России и ФАС.....	19
Смирнова Е. Н. Состояние рынка туристских услуг Ивановской области.....	20
Смирнов С. В. Проблемы франчайзинга в России.....	21
Усова Д. И. Роль малого предпринимательства в экономическом развитии России.....	22
Фураева Е. О. К вопросу определения налоговой нагрузки на предприятие.....	23
Хоришунова А. А. Анализ основных социально–экономических индикаторов РФ.....	24

Шарова Ю. В. Инвестиции в недвижимость.....	25
Шилова А. М. О состоянии и финансовых результатах деятельности предприятий станкостроения РФ.....	26
Щамхалова М. Г. Основные причины возникновения кризисной ситуации на предприятии.....	27

Секция

«АКТУАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКОВ И ПРЕДПРИЯТИЙ»

Амирханян А. Н. Деловая культура романских стран.....	28
Анненкова К. В. Важность интернет-маркетинга для малого бизнеса.....	29
Барашикова А. В. Проблемы конкурентоспособности текстильных и швейных предприятий Ивановской области..	30
Бесшапошникова Д. И. Проблемы развития конкуренции на региональном продовольственном рынке.....	31
Богданова Н. В., Фураева Е. О. Национальные особенности стиля ведения переговоров.....	32
Воронина Е. А. Маркетинговое исследование рынка электронного документооборота Ивановской области.....	33
Гайнутдинова А. И. Программа продвижения некоммерческой организации.....	34
Григорьева Е. Л., Шилова А. М. Организация переговоров как фактор эффективности международных договорных отношений.....	35
Головкин Д. С. Необходимость использования альтернативных видов рекламы.....	36
Егорова А. В. Исследование потребительского поведения на рынке продовольственных товаров региона.....	37
Егорова Ю. А. Состояние и тенденции развития розничной торговли в Ивановской области.....	38
Жданова Э. В., Трофимова И. В. Отличительные особенности переговорного процесса по международным договорам на Ближнем Востоке и Европе.....	40
Жозе Марколину. Проблемы и перспективы развития текстильного и швейного производства Ивановской области	41
Задорина Т. В., Таурбекова К. Э. Особенности ведения переговоров с японцами.....	42
Захаров А. М. Роль конкурентной разведки в деятельности коммерческого предприятия.....	43

Ибрагимов Р. Р. Маркетинговые просчеты ОАО «ПСК», сдерживающие экономический рост на отечественном рынке экскаваторов.....	44
Калайчев М. В. Польза от спонсорской деятельности на примере компании «Мегафон».....	45
Кирьянов А. Е. Применение инструментов маркетинга и конкурентной разведки на предприятиях малого и среднего бизнеса.....	46
Колесникова М. В. Необходимость измерения нематериальных активов предприятий и подходы к их экономической оценке.....	47
Маркова Т. О. Анализ конкуренции на рынке мужских костюмов в г. Иваново.....	48
Морозова Е. И. Интернет-реклама как самый популярный способ продвижения товара.....	49
Никитина Е. С. Проблемы и перспективы развития потребительского кредитования в РФ.....	50
Оботнина Е. А. Отношение потребителей к безалкогольным газированным напиткам в ивановской области.....	51
Решетилова А. С. Выбор составляющих комплекса маркетинговых коммуникаций для продвижения новой торговой фирмы.....	52
Симбирцева К. И. Личные продажи как элемент продвижения товара.....	53
Смылова М. Е. Анализ предпочтений потребителей розничного рынка нефтепродуктов Ивановской области.....	54
Собакинских Д. Е. Локализация рекламы.....	55
Ступина К. С. Анализ ювелирного ритейла в г. Иваново.....	56
Токунов А. А. Невербальные аспекты коммуникации с иностранными партнерами.....	57
Тундина Ю. А. Мерчендайзинг как средство стимулирования продаж.....	58
Шмигельская Е. В. Онлайн-торговля как современная форма сбыта товара.....	59

Секция

«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА»

Большова Г. А. Управление мотивацией в организации.....	61
Калачева Н. С. Система обучения персонала.....	62
Макова Д. Ю. Организация и паблик рилейшнз.....	63
Сурикова Т. А. Анализ поведения потребителей на рынке товаров (На примере ОАО МК «Кранэкс»).....	64

Ушакова А. Ю. Влияние личности руководителя на процесс принятия управленческих решений (На примере ООО «ХБК "Навтекс").....	65
Шикина Т. Н. Влияние личности руководителя на процесс принятия управленческих решений.....	66
Юзефович С. А. Контент-маркетинг как инструмент маркетинга будущего.....	67

Секция

«ПРОБЛЕМЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА»

Антонова А. Ю. Оценка и аттестация персонала.....	68
Аирафи М. Т. Управление каналами продвижения продукции производственного предприятия.....	69
Бурсикова Н. Н. Лидерство в организации: гендерные аспекты.....	70
Данкина Е. Д. Разработка программы продвижения товара.....	71
Князькова Е. В. Основы управления качеством.....	72
Крюкова К. О. В плену социальных сетей.....	73
Лавиш Т. А. Пути повышения конкурентоспособности предприятия.....	74
Сальникова М. Н. Конкурентоспособность предприятия и пути её повышения.....	75

Секция

«УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ»

Муратова Т. В. Принятие управленческих решений, направленных на повышение качества услуг.....	76
Сумкина Е. А. Пути регулирования уровня конкурентоспособности руководителей и специалистов.....	77
Осипович Е. А. Источники лидерства в современной организации.....	78
Повалишина А. К. Совершенствование методики оценки реализуемости управленческих решений.....	79
Шахов И. С. Реклама банковских продуктов.....	80

Секция

«СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И КОРПОРАТИВНЫЕ ИТ-РЕШЕНИЯ»

Белых Л. А. Эффективность внедрения технологии на заказ.....	81
Билим О. А. Совершенствование информационной системы автоматизированной проходной на примере областного бюджетного учреждения социального обслуживания «Наволоцкий комплексный центр социального обслуживания населения».....	82

Будз О. М. Разработка концептуальной модели информационной системы управления на предприятии Venera.....	83
Винокурова М. М. Совершенствование приема заявлений в отдел по работе с клиентами ОАО «Газпром газораспределение Иваново» на базе современных информационных технологий.....	84
Гладышева Ю. А. Система поиска и представления актуальных знаний по проблемной области.....	85
Данилова С. В. Управление данными на корпоративном уровне.	86
Дерябина Е. П. Совершенствование торговой деятельности предприятий на базе КИС.....	87
Евдокимова А. А. Разработка методов формирования терминологического поискового образа.....	88
Жафяров Р. Ш. Программа централизованного обучения персонала пользователей Барс. МИС в условиях медицинских организаций Костромской области.....	89
Журавлев А. Ю. Проблемы реализации подхода РМВоК.....	90
Калаев О. А. Актуальность внедрения системы управления проектами в рамках ООО «Консалт-Персонал».....	91
Кириллов Р. А. Web-решение для приемной комиссии ИвГУ...	93
Киселёв Д. А., Симонов А. А., Раджабов Д. А. Модернизация ЛВС кафедры на основе технологии «нулевого» клиента.....	94
Кичев М. Д. Тенденции развития ИТ–технологий в ОАО «Сбербанк».....	95
Корякова Ю. А. Прогнозирование объемов продаж для текстильной компании.....	96
Кукушкина О. М., Очеретовый А. С. Применение кроссплатформенных технологий для разработки программного обеспечения.....	97
Маслова А. В. Создание группы для кафедры ИТЭиОП ИвГУ в социальной сети «ВКонтакте».....	98
Мельников С. А. Пересмотр роли ИТ-аутсорсинга в условиях облачных тенденций.....	99
Морозова А. А. Тенденции развития онлайн-игр.....	100
Николаев М. А., Путилов С. В. Особенности формирования структуры информационных ресурсов и обеспечения надежного хранения данных в ЛВС кафедры.....	101
Пермяков А. А. Критерии успешной реализации web-проектов...	102
Перфилов А. П. Тенденция развития процессоров от компаний AMD и Intel.....	104

Потехина А. Н. К вопросу об использовании ПО, разработанного в Германии.....	105
Пугачёва Ю. О. Обоснование недостатков ИС АКБ «Акция».....	106
Путилов С. В. Методика автоматизированного составления терминологической базы с использованием современных анализаторов текста.....	107
Романова А. А., Смирнова И. О. Внедрение «1С:Университет» и его возможности.....	108
Савостьянова В. А. Совершенствование системы управления логистическими процессами.....	109
Смирнова И. О., Романова А. А. Проблематика внедрения программного продукта «1С: Предприятие 8. Учет в управляющих компаниях ЖКХ, ТСЖ и ЖСК» в рамках Ивановской области.....	110
Соколова Е. А. Сложности оценивания работ студентов при переходе к БРС.....	110
Соколов А. В. Создание оболочки экспертной системы построения скриптов продаж и ее веб-интеграция.....	112
Старовойтова Н. А. Корпоративный портал как средство поддержания корпоративного духа.....	113
Тихонов А. Н. Создание «электронной очереди» для записи детей в средние общеобразовательные школы.....	114
Тишкова А. В. Актуальность разработки портала для клиентов... ..	115
Труфанова А. И. Факторы роста поставок логистических решений.....	116
Халеев Н. А. Универсальная облачная инфраструктура.....	117

Секция

«ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ: ТЕНДЕНЦИИ И ИННОВАЦИИ»

Акопян А. А. Оценка кредитоспособности корпоративных клиентов коммерческого банка: направления совершенствования на современном этапе развития инновационной экономики.....	118
Баранова Т. Российская специфика кредитования физических лиц в коммерческих банках.....	119
Башияева Э. Н. Особенности имущественного страхования в современных условиях России	
Бекина Т. Финансирование образования: современные подходы	121
Бозоева Э. К вопросу о развитии обязательного медицинского страхования.....	122

Борискова Т. В. Перспективы развития валютных операций коммерческого банка.....	123
Борунова А. А. Применение портфельного подхода при осуществлении банковских операций.....	124
Великанов А. Г. Современные подходы к определению кредитного портфеля коммерческого банка.....	125
Гаричев М. А. Моделирование финансовых показателей доходности различных карточных продуктов коммерческого банка.....	126
Гасанбекова Ф. Система безналичных расчетов в Российской Федерации.....	127
Гиголаев А. А. Продуктовая конкуренция страховых организаций и коммерческих банков.....	128
Горшкова И. Л. Особенности безотзывных вкладов: теория и практика.....	129
Грушина Н. А. Мировая практика и отечественный опыт обязательного страхования вкладов в коммерческих банках	131
Давыдова Ю. А. Совершенствование системы управления кредитным риском в коммерческих банках.....	132
Диамантину С. Управление государственным внешним долгом	133
Жарникова Е. Ю. Собственный капитал коммерческого банка: ужесточение требований.....	134
Жукова Е. О. К вопросу о реформировании пенсионной системы	135
Егорова Н. А. Кредитная политика коммерческих банков в современных экономических условиях.....	136
Ершова М. А. Банковское кредитование субъектов малого и среднего бизнеса в России в современных условиях	137
Кириллова О. Н. Ресурсная база российских коммерческих банков: анализ современного состояния и перспективные направления развития.....	138
Константинова А. А. Совершенствование механизма оценки кредитоспособности розничного заемщика.....	139
Коровкина Е. В. Интернет-банкинг как конкурентное преимущество успешного банка.....	140
Копендюхина А. С. Валютные операции коммерческого банка: содержание, порядок проведения, анализ.....	141
Кружкова Е. Н. Проблемы и перспективы развития ипотечного кредитования в Российской Федерации.....	142
Коровин К. С. Современные тенденции на рынке банковских кредитных карт в России.....	143

Кочешкова Ю. В. Введение патентной системы налогообложения в России.....	144
Круглов В. Е. Бюджетный дефицит и пути его устранения.....	145
Кувшинова И. В. Совершенствование российского законодательства при вступлении в ВТО.....	146
Кудрявцева А. М. Перспективные направления развития инвестиционного кредитования в российских коммерческих банках.....	147
Кузина К. М. Управление ликвидностью коммерческих банков (на примере ЗАО АКБ «Кранбанк»).....	148
Кузьмина Ю. В. Риски при жилищном кредитовании.....	149
Корягина Т. М. Привлекательность банковских вкладов в современных условиях России.....	150
Лапинова Е. П. Малый бизнес – проблемы финансового регулирования.....	151
Лукин К. В. Диверсификация кредитного портфеля коммерческого банка.....	152
Мамчур И. В. Операции с банковскими картами: перспективы России.....	153
Матасов П. С. Передел банковского рынка.....	154
Минева К. М. Современные методы оценки кредитоспособности юридического лица.....	156
Невская О. А. Вклады населения – инвестиционный ресурс коммерческого банка.....	157
Никитина Е. С. Проблемы и перспективы потребительского кредитования на современном этапе в РФ.....	158
Огуцова К. С. Методы оптимизации и планирования денежных потоков корпорации в современных условиях.....	159
Питалева К. И. Программы повышения финансовой грамотности.....	160
Пономарева Н. А. Пенсионные накопления граждан РФ и проблемы их инвестирования.....	161
Прокофьева У. Н. Об уровне финансовой грамотности в России.....	162
Ранжина В. С. Платежные системы коммерческого банка.....	163
Рычкова А. А. Финансовая самостоятельность местных бюджетов и способы ее повышения.....	164
Рагозина В. А. Роль кредитного меморандума при оценке кредитоспособности заемщика в коммерческом банке.....	165
Савельева Ю. В. Функционирование кредитной системы в современных условиях России.....	166

Сафронова В. С. Финансовая самостоятельность бюджетов на местном уровне.....	167
Сергеева Н. А. Критерии финансовой грамотности населения....	168
Сидорова Е. А. Управление кредитным портфелем коммерческого банка.....	170
Симакова М. В. Вклады населения как источник формирования ресурсной базы банка в современных российских условиях..	171
Симонцева С. В. Финансовая политика как основа управления финансами коммерческого банка.....	172
Ситников И. Н. Проблемы управления ликвидностью в российских коммерческих банках.....	173
Смурова Н. Е. О значении финансовой грамотности в управлении финансами.....	174
Солнышкина Т. И. Управление прибылью организации.....	175
Сысоева М. В. Управление ликвидностью в коммерческом банке....	176
Тарасова Н. В. Активные операции коммерческого банка.....	177
Титова С. В. Проблемы управления ликвидностью в коммерческом банке.....	178
Фомичёва В. С. Ипотечное кредитование в России: современное состояние и перспективы развития.....	179
Четверикова Е. А. Реформирование пенсионных накоплений на современном этапе.....	180

Секция

«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА, БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АУДИТА»

Буралкова А. П. Особенности управленческого учета в торговых организациях.....	182
Желова Н. В. Оценка экономической надежности в процессе развития промышленного предприятия.....	183
Жохова В. А. Аналитические возможности матрицы БКГ.....	184
Ильина А. А. Проблемы внедрения метода Дельфи в практику хозяйствования отечественных предприятий.....	185
Козлова Т. М. Проблемы учета по центрам ответственности.....	186
Колбашева И. А. Принятие управленческих решений при методе директ-костинг.....	187
Малёнкин А. В. Оценка эффективности государственных закупок.....	188
Мелехонова И. А. Влияние на финансовый результат методов учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции.....	189

Никишина Ю. Н. Электронный документооборот в организации	190
Плетюхина К. А. Особенности применения позаказного метода учета затрат и калькулирования себестоимости.....	191
Рогова Т. А. Экономический и гражданско-правовой аспекты факторинговых операций.....	192
Сироткина Д. С. Консолидированная отчетность по МСФО: нововведения и проблемы ее составления российскими организациями.....	193
Смирнова Ю. А. Системный подход, как метод исследования в экономическом анализе.....	194
Суржиков А. В. Выбор степени централизации системы риск-менеджмента на предприятиях промышленности.....	195
Тензок Л. Э. «Стандарт-кост» как инструмент принятия управленческого решения.....	196
Трофимова А. Е. Мозговой штурм как метод принятия коллективных решений.....	197
Халезова К. А. Об отмене унифицированных форм кадрового делопроизводства.....	198
Халезова К. А. О соответствии российского термина «бухгалтерский учет» международной практике.....	199

**Секция
«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»
Подсекция**

«Макроэкономика и мезоэкономика»

Абдулова Ж. В. Проблема безработицы в современной России....	201
Агапова А. В., Назир Д. М. Индикаторы и факторы конкурентоспособности народного хозяйства.....	202
Викторова М. А. Современные тенденции ипотечного кредитования в России.....	203
Гамзина Ф. Я. Характеристика наукограда «Сколково» и его перспективы.....	204
Грязнов В. С. Последствия мирового финансового кризиса 2008–2010 гг. на примере Российской Федерации.....	205
Зотова А. В. Экономические аспекты деятельности областного театра.....	206
Калинин А. В. Деформации рынка труда Ивановской области....	207
Касаткина Е. А. Электронные деньги и электронные платежные системы. Значение в экономике России.....	208
Княгинина Н. А. Оценка экономического потенциала малого города.....	209

Козырев М. А. Бренд как преимущество в условиях региональной экономики.....	210
Корягина Т. М. Категории «сбережения» и «накопление» в современной экономической литературе.....	211
Крюков П. О. Роль государства в национальной экономике.....	212
Киукина Е. С. Кризис современной банковской системы.....	213
Мацеева Т. Т. Проблемы развития фондового рынка в условиях современной российской экономики.....	214
Реутова Л. М. Перспективы развития российского рубля.....	215
Романова Е. В. Роль государственного регулирования в современной экономике.....	216
Салманова Р. Э. Государственный бюджет современной России.....	217
Смирнова Е. В. Проблемы и пути развития города Фурманова....	218
Шарова Ю. В. Инвестиционный спрос фирм.....	219

Подсекция

«Мировое хозяйство»

Антонова А., Смирнова Ю. С. Государственное регулирование системы здравоохранения в Нидерландах.....	221
Голубева Я. О., Савёлова А. Г. Государственное регулирование системы образования и здравоохранения Швейцарии.....	222
Ежова И. С. Сравнительный анализ развития системы образования в Германии и России.....	223
Махмади К. М. Исламская экономика.....	224
Носова Е. В. Особенности развития ТНК в России.....	225
Островская М. И., Толубеева Е. Е. Государственное регулирование социальной сферы в Финляндии.....	226
Сергеичева Т. А. Государственное регулирование жилищной сферы в Великобритании.....	227
Смирнова Е. С., Лисина Е. А. Проблемы и тенденции развития социальной сферы в Австрии.....	228
Соткин И. С. Экономические интересы ТНК.....	229
Тарыгина Д. А. Государственное регулирование здравоохранения в Германии.....	230

Подсекция

«Экономическая теория и экономика природопользования»

Афанасьева Ю. С. Дневные чешуекрылые как индикаторы антропогенной нагрузки на экономику природопользования.....	232
Беляева Н. Н. Проблемы развития малого предпринимательства.....	233
Бодягина О. А. Инвестиции в человеческий капитал.....	234
Булыгина Т. А. Инновационная экономика и изменения в мотивации наемных работников.....	235

Бурченкова Л. Ш. Эффективность деятельности западных фирм	236
Волостных А. А. О перспективах развития современной России: поэтическое эссе одной студентки.....	237
Воробьёва Ю. С. Исследование биологического возраста у мужчин, занимающихся физическим и умственным трудом	238
Досова Р. Э. Успешное развитие: общество и экономика.....	239
Зайцева Н. Е. Специфика internet-потенциала как фактора развития рыночных отношений.....	240
Калашиникова Н. С. Время как ресурс в экономике и методы его планирования.....	241
Каловская Е. В. Взгляд студентки на современную экономическую ситуацию в России: поэтическое эссе.....	242
Костюченко Ю. В. Роль товарного знака в современной экономике.....	243
Паньшина Ю. А. Онтогенез «недотроги крупноцветковой» и ее влияние на развитие сельского хозяйства.....	244
Перова А. Ю. Акционерные компании: преимущества и риски...	245
Соловьёва А. В. Товарный знак как фактор неценовой конкуренции.....	247
Хохлова Л. А. Товарный знак как капитальный актив фирмы.....	248
Шестернин Е. А. Система птицевоспитных мероприятий при устройстве линий электропередач и их оценка.....	249
Шмелева А. Б. Оценка состояния здоровья сельских жителей.....	250

Подписано в печать 15.04.2014 г.
Формат 60 x 84 1/16. Бумага писчая. Печать плоская.
Усл. печ. л. 15,3. Уч.-изд. л. 12,7. Тираж 50 экз.

Издательство «Ивановский государственный университет»
153025 Иваново, ул. Ермака, 39
(4932) 93-43-41 E-mail: publisher@ivanovo.ac.ru