

Министерство образования и науки Российской Федерации
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АВИАЦИИ И КОСМОНАВТИКИ

*Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции
творческой молодежи, посвященной 55-летию запуска
первого искусственного спутника Земли
(9–14 апреля 2012, г. Красноярск)*

В 2-х томах

Том 2

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ**

Красноярск 2012

УДК 629.7
ББК 39.5
А43

Редакционная коллегия:

Е. В. Белякова, В. В. Богданов, А. А. Бойко, Л. А. Герасимова, П. М. Гнатюк,
А. Н. Городищева, Ю. В. Данильченко, Т. Т. Ереско, П. С. Зеленский, Н. В. Илюшин,
А. В. Кацура, Н. А. Князев, В. А. Колмыков, В. В. Кольга, В. Д. Лаптенко, А. В. Лонин,
М. В. Лукьяненко, В. И. Лячин, А. В. Медведев, М. Г. Мелкозеров, А. Б. Меркулов,
Г. С. Михалев, А. Е. Михеев, В. П. Назаров, Г. Г. Назаров, Н. В. Никушкин, А. С. Паршин,
И. З. Погорелов, О. Е. Подвербных, Л. В. Ручкин, В. В. Сафронов, С. И. Сенашов,
Н. А. Сигида, Н. А. Смирнов, А. А. Снежко, О. В. Тасейко, И. В. Трифанов,
М. Н. Фаворская, В. Х. Ханов

Под общей редакцией

доктора физико-математических наук, профессора Ю. Ю. Логинова

Актуальные проблемы авиации и космонавтики : материалы VIII Всерос. науч.-
А43 практ. конф. творческой молодежи, посвященной 55-летию запуска первого искусст-
венного спутника Земли (9–14 апреля 2012 г., Красноярск) : в 2 т. Т. 2. Социально-эконо-
мические и гуманитарные науки / под общ. ред. Ю. Ю. Логинова ; Сиб. гос. аэрокосмич.
ун-т. – Красноярск, 2012. – 504 с.

Представлены результаты научных исследований студентов, аспирантов и молодых специали-
тов (до 30 лет) высших учебных заведений, НИИ, промышленных предприятий аэрокосмического
комплекса России по приоритетным направлениям отраслей науки и производства аэрокос-
мической техники. Рассмотрены теоретические и прикладные вопросы разработки и использования
современных технологий, показаны результаты исследования по экономическим и социальным
проблемам развития современного общества, а также решения в области информационных
технологий. Изложены результаты исследования свойств новых композитных материалов,
позволяющих уменьшить вес и габариты аэрокосмических изделий. Описаны проблемы и указаны
пути их решения в области экологии и обеспечения безопасности полетов, сертификации и
управления качеством продукции.

Предназначены для студентов, аспирантов и молодых специалистов.

УДК 629.7
ББК 39.5

© Сибирский государственный аэрокосмический
университет имени академика М. Ф. Решетнева, 2012

ОТ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ

Перед Вами очередной сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции творческой молодежи **«Актуальные проблемы авиации и космонавтики»**, посвященной Дню космонавтики.

Символично, что конференция проходит в апреле – месяце, когда человек впервые полетел в космос. Она проводится для студентов, аспирантов и молодых специалистов предприятий и организаций аэрокосмической отрасли, высших учебных и научно-исследовательских заведений, дает им возможность представить свои разработки, результаты исследований. Конференция – это замечательная возможность общения высококвалифицированных специалистов с новым кругом будущих ученых и производителей.

В сборнике представлены доклады творческой молодежи, имеющей отношение к авиационной или космической технике – ее проектированию, созданию, решению научных проблем космического машиностроения, системе аэрокосмического образования, макро- и микроэкономическому развитию данного направления, новым подходам к решению социальных и философских вопросов и всех тех, кто хочет посвятить себя космонавтике и авиации. В связи с высоким статусом мероприятия организаторы включили в сборник далеко не все научные сообщения, а наиболее интересные и перспективные, характеризующие направления и глубину проводимых научных исследований молодежи.

Для большинства авторов это первая в жизни серьезная работа, и мы уверены, что она станет хорошей отправной точкой для дальнейшей научной деятельности, расширит и укрепит их контакты в научной среде, а также будет бесценным вкладом в их будущее.

СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
И ГУМАНИТАРНЫЕ
НАУКИ

УДК 658.26:621.319.4

Н. Н. Абрамова
Научный руководитель – Г. А. Карачёва
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СНИЖЕНИЯ ЭНЕРГОЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрены мероприятия по снижению энергозатрат районного муниципального предприятия «Энергосбыт», которое занимается обслуживанием и ремонтом линий электропередач по Емельяновскому району. Актуальность работы обусловлена значительными потерями электроэнергии на одном из участков предприятия.

Проблема энергосбережения в нашей стране в настоящее время крайне актуальна: энергоёмкость ВВП России в несколько раз превышает уровень стран Западной Европы и США, что, в свою очередь, отрицательно сказывается на конкурентоспособности российского бизнеса на мировом рынке. При этом проблема состоит из двух составляющих: с одной стороны, перед производителями энергии стоит задача повышения эффективности ее производства, с другой – потребителям энергии необходимо добиться рационального ее использования путем внедрения современных энергосберегающих технологий.

Можно сказать, что эра разумного пользования энергетическими ресурсами в России началась с принятием Федерального закона «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Согласно ст. 13 п. 1 данного закона все производимые, передаваемые и потребляемые энергетические ресурсы подлежат учёту с применением приборов учёта используемых энергетических ресурсов. Также установлены сроки постановки таких приборов в зданиях, являющихся государственной и муниципальной собственностью, частной собственностью, в многоквартирных домах и квартирах в многоквартирных домах [1].

Существенным вопросом для проработки является и вопрос использования линий электропередач (а вероятнее всего и потребителей) постоянного тока. Это касается как мощных линий электропередач ультравысокого напряжения ± 600 , ± 750 кВ (здесь важно оптимизировать надёжность электроснабжения потребителей линиями длиной более 1000 км), так и кабельных сверхпроводящих линий электропередач. Все остальные вопросы (генерирующие мощности для покрытия потребностей в электроэнергии, их соотношение, вид топлива, межрегиональные электросвязи, надёжность электроснабжения, динамическая и статическая устойчивость сети и т. д.) являются достаточно легко разрешимыми на сегодняшнем уровне развития экономико-математических моделей, позволяющих рассчитывать перспективное развитие и функционирование сложных энергетических электрических систем.

Объектом исследования в данной работе является Емельяновское районное муниципальное предприятие

«Энергосбыт», которое осуществляет деятельность по эксплуатации электрических сетей, эксплуатации наружных и внутренних систем электроснабжения, систем наружного освещения и передаче энергии. Предприятие проводит комплекс мероприятий по снижению энергозатрат, позволяющих получить: экономию электроэнергии, снизить потери предприятия и получить прибыль. Наибольшие потери электроэнергии происходят в районе птицефабрики «Заря». По их снижению предприятие предлагает внедрение АСУ – комплекс аппаратных и программных средств, предназначенный для управления различными процессами в рамках технологического процесса, производства, предприятия. Система учета состоит из нескольких основных компонентов: счетчики электроэнергии, устройства сбора и передачи данных, модемы, кабели и прочие приспособления для организации связи, компьютеры с установленной на них специальной программой.

Многофункциональные, микро-процессорные счетчики электрической энергии предназначены для учета активной и реактивной энергии и мощности в цепях переменного тока, а также для использования в составе автоматизированных систем контроля и учета электроэнергии для передачи измеренных или вычисленных параметров на диспетчерский пункт по контролю, учету и распределению электрической энергии. К функциональным возможностям счетчиков относятся: измерение активной и реактивной энергии и мощности в двух направлениях; учет электроэнергии по 4 тарифным зонам, фиксация максимальной мощности нагрузки на расчетном интервале времени; запись и хранение данных графика нагрузки в памяти счетчика (до 336 дней, по 4 каналам, 30 минутные интервалы); передача результатов измерения по цифровым и импульсным каналам связи; измерение (вычисление) и отображение, параметров электроэнергии; автоматический контроль нагрузки с возможностью ее отключения или сигнализации; управление тарифами счетчиков без внутренних часов [2].

Для сбора информации необходимо счетчик соединить или связать с компьютером. От счетчика может просто идти телефонный кабель к компьютеру, если это недалеко. Но тянуть кабель на несколько сотен метров или километр от каждого счетчика

очень дорого. Поэтому, если несколько счетчиков установлены в одном месте, их подключают к одному кабелю, используя мультиплексор. К мультиплексору можно подключить до 16 счетчиков, у которых есть цифровой интерфейс «ИРПС-токовая петля». Такое соединение называется «точка-точка».

Для системы учета нужен обычный компьютер, который будет в удобное время, сам собирать все данные со счетчиков, сам их обрабатывать и по запросу печатать отчеты. Весь этот комплекс носит название АРМ – автоматизированное рабочее место. Обычно есть уже готовые формы отчетов, которые устраивают все энергосистемы. Но их можно и доработать по твоим требованиям. Например, получать отчет по 30 минутному потреблению не только всего предприятия, но и каждого цеха в отдельности и т. п.

Установив автоматизированную систему учета электроэнергии только в районе птицефабрики «Заря», предприятие уже будет иметь положительный результат, так как экономия электроэнергии от общего количества потребления составит 1,2 %. Следовательно, предлагаемое мероприятие будет приносить экономический эффект для предприятия.

Конвейерное подключение счетчиков в дальнейшем позволит предприятию производить необходимые расходы на приобретение счетчиков и подключение их за счет собственных средств, не прибегая к услугам банковского кредитования и не неся потери по процентным платежам. Получение прибыли от эффективности снижения энергозатрат позволит предприятию вложить средства в приобретение дополнительной партии счетчиков и установке их на другом участке. Мероприятия по энергосбережению позволят Емельяновскому районному муниципальному предприятию «Энергосбыт» не только экономить электроэнергию, но и увеличить прибыль от реализации услуг.

Библиографические ссылки

1. Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : федер. закон РФ от 23 нояб. 2009 г. № 261-ФЗ.

2. Эльстер Метроника [Электронный ресурс]. URL: <http://www.elster.ru/>.

© Абрамова Н. Н., 2012

УДК 343.72

Н. Амирханян, Н. Бродецкая
Научный руководитель – Е. Ю. Алексеева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ РЫНОЧНАЯ ПРАКТИКА НА ФИНАНСОВЫХ РЫНКАХ

В современных условиях формирования фондового рынка особый интерес представляет рыночное злоупотребление, к которому относятся торговля инсайдерской информацией и манипулирование цен. В данной статье рассматриваются такие понятия как «манипулирование цен» и «инсайдерская информация».

В настоящее время мошенничество процветает на российском финансовом рынке. И хотя во многих странах имеются государственные инструменты, регулирующие финансовый рынок в лице центробанков и комиссий по ценным бумагам, которые разрабатывают правила торговли и средства защиты от мошенников, эти меры защищают инвесторов не всегда.

Отсутствие четкого понимания того, какие последствия могут быть вызваны манипулированием ценами и использованием инсайдерской информации на рынке ценных бумаг, относится к категории серьезных факторов, способных оказать влияние на процессы экономического роста. Теоретические основы данных влияний на процесс рыночного ценообразования посвящены публикации российских и зарубежных специалистов. Среди отечественных специалистов стоит выделить Л.В.Азимову, В.Н.Берзона, В.А. Галанова, И.Д. Грачева, М.В. Емельянова, Я.М. Миркина, Б.Б. Рубцова, Е.В. Семенкову, В.А. Тарачева, Н.Б. Шеленкову. Публикации российских специалистов в отличие от зарубежных коллег в основном сводятся к изучению законодательства.

В соответствии с нормами российского законодательства и иных нормативных правовых актов, профессиональные участники рынка ценных бумаг обя-

заны добросовестно осуществлять свою деятельность на фондовом рынке, что указано в п. 2 ст. 51 Закона «о рынке ценных бумаг» устанавливает, что «профессиональные участники рынка ценных бумаг не вправе манипулировать ценами на рынке ценных бумаг и понуждать к покупке или продаже ценных бумаг путем предоставления умышленно искаженной информации о ценных бумагах, эмитентах эмиссионных ценных бумаг, ценах на ценные бумаги, включая информацию, представленную в рекламе» [5].

Но при этом мошенничество и манипулирование информацией по ценам продолжает развиваться на рынке ценных бумаг. Так, в соответствии с мировой практикой под манипулированием ценами понимаются умышленные действия участников финансового рынка, направленные на создание ложных представлений о рыночных ценах и уровне торговой активности. Манипулирование финансовым рынком – это недобросовестные действия по установлению искусственных цен на обращающиеся финансовые инструменты или искусственную активность такой торговли с целью изменения цены или ликвидности финансового инструмента для извлечения необоснованной выгоды. Манипулирование рынком вытесняет свободную торговлю, искажает рыночную информацию,

разрушает механизм справедливого ценообразования, исключает квалифицированное принятие решений инвесторами [3].

В соответствии со ст. 185.3 Уголовного кодекса манипулирование рынком, если оно повлекло причинение ущерба гражданам, организациям или государству, либо привело к извлечению излишнего дохода (избежания убытков) на сумму более 2,5 млн рублей, признается уголовным преступлением и будет наказываться либо штрафом от 300 тыс. рублей до суммы зарплаты (дохода) за три года, либо лишением свободы на срок до 4 лет, причем к последнему дополнительно могут быть добавлены и штраф, и дисквалификация до трех лет.

Те же деяния, но совершенные организованной группой или причинившие ущерб, позволившие извлечь доход (избежать убытков) на сумму более 10 млн. рублей, будут наказываться либо штрафом от 500 тыс. рублей до суммы зарплаты (дохода) за пять лет, либо лишением свободы на срок от 2 до 7 лет, причем к последнему дополнительно могут быть добавлены и штраф, и дисквалификация до пяти лет [1].

Манипулирование способствует неадекватному формированию спроса на ценные бумаги или их предложения, что нарушает справедливость ценообразования и, в конечном счете, влечет убытки инвесторов.

Кроме манипулирования информацией по ценам существует и другой вид мошенничества – с использованием инсайдерской информации.

Проблема мошенничества с использованием инсайдерской информации имеет особое значение для России, где использование инсайда в отсутствие закона — норма для фондового рынка.

Инсайдерская информация (англ. *Insider information*) – существенная публично нераскрытая служебная информация компании, которая в случае ее раскрытия способна повлиять на рыночную стоимость ценных бумаг компании. Сюда можно отнести: информацию о готовящейся смене руководства и новой стратегии, о подготовке к выпуску нового продукта и к внедрению новой технологии, об успешных переговорах о слиянии компаний или идущей скупке контрольного пакета акций; материалы финансовой отчетности, прогнозы, свидетельствующие о трудностях компании; информация о тендерном предложении (на торгах) его раскрытия публике и т. д. [2].

Руководство предприятия, как правило, владеет инсайдерской информацией. Другие сотрудники компании также владеют ею. Другие лица, с которыми компания может в процессе работы обмениваться соответствующими сведениями, тоже становятся инсайдерами. Такими лицами могут быть, например, адвокаты, финансовые консультанты, банкиры и пр..

27 января 2010 года президентом РФ Дмитрием Медведевым был подписан закон «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ», который вступил в силу с 27 января 2011 года [6].

В октябре 2011 года Европейская комиссия опубликовала проект нового Положения о злоупотребле-

ниях на рынке («Положение»), а также предложения о европейской директиве, налагающей уголовные санкции за незаконное использование инсайдерской информации и манипулирование на рынке. В основу этого положения легла Директива о злоупотреблениях на рынке 2003 года, но при этом она не помогла становлению рынка, так как ряд проблем не был устранен.

Основными целями подготовки Положения являлись следующие:

- увеличение защиты инвесторов;
- целостность и унифицированность рынка;
- усиление привлекательности фондового рынка.

Преимущества положения в том, что его применение не зависит от того, будут ли осуществляться какие-то меры по введению норм положения в местное законодательство; положения действуют автоматически [3].

Нужно осознавать опасность слишком жесткого регулирования и считать необходимым четко определить меру своих полномочий, чтобы иметь право проверять инсайдеров, получать от них объяснения, требовать документы. С другой стороны, наряду с выявлением и пресечением нарушений необходимо также направить усилия на предотвращение инсайдерской торговли.

В отличие от многих зарубежных стран, где использование инсайдерской информации грозит привлечением к уголовной ответственности, в российском законодательстве за нарушение правил использования служебной информации предусмотрено только привлечение к административной ответственности.

Ответственность за использование инсайдерской информации предусмотрена ст. 15.21 КоАП «Использование служебной информации на рынке ценных бумаг». Установленные в КоАП РФ мизерные штрафы в размере от 3 до 500 тыс. руб. не являлись мерой, способной остановить недобросовестных инвесторов [4].

Отсутствие опыта в регулировании, контроле и выявлении инсайдерских сделок и манипулирования ценами на рынке ценных бумаг, а также недостаточное освещение этих проблем в экономической литературе определяют актуальность данного исследования. Эффективное регулирование невозможно без расширения полномочий и обязанностей федеральных органов исполнительной власти, на которые возложены задачи по регулированию деятельности профучастников фондового рынка.

С уверенностью можно сказать, что настал тот момент, когда законодатель должен в полной мере осознать необходимость установления четких законодательных рамок регулирования всего финансового рынка страны в целом, и восполнить пробелы в регулировании финансового рынка. От положительного решения указанных задач в конечном итоге зависит экономическое развитие Российской Федерации, и задача как законодателя, так и всего профессионального финансового сообщества состоит в том, чтобы приложить все усилия к созданию цивилизованного финансового рынка страны.

Библиографические ссылки

1. Азимова Л. В., Недобросовестная рыночная практика на финансовых рынках // *Российская газета: Бизнес*. 2008. Сентябрь.
2. Гетьман-Павлова И. В. Инсайдерская информация и инсайдерская торговля на рынке ценных бумаг // *Бизнес и банки*. 2008.
3. Зверев В. А. Мошенничество с использованием инсайдерской информации и манипулированием цен // *Справочник экономиста*. 2009. № 4 (70).

4. Кодекс об административных правонарушениях (ст. 15.21).

5. Коваленко О. Инсайд: инструкция по безопасности // *Акционерное общество*. 2010. № 9.

6. О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком : федер. закон № 224-ФЗ. 2010.

© Амирханян Н., Бродецкая Н., 2012

УДК 372.8

Ю. В. Аневич

Научный руководитель – И. С. Ушанова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИСТОРИЯ НАЦИОНАЛИЗАЦИИ В ОБЛАСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ

Рассматриваются российский опыт «национализации» отраслей промышленности. Представлен анализ законопроектов о национализации имущества в области промышленности.

Национализация является инструментом экономической политики, имеющим важное значение для государственного регулирования рыночной экономики, особенно в наиболее сложные, кризисные периоды ее развития. Характер национализации зависит от того, кем и в каких целях она проводится. Национализация в Советской России проходила в 3 этапа:

Первый этап (ноябрь 1917 – февраль 1918 г.) характеризовался быстрыми темпами, инициативой местных органов в проведении национализации. Всего с ноября 1917 г. до марта 1918 г., национализировано 836 промышленных предприятий. На втором этапе национализации (март – июнь 1918 г.) центр тяжести экономической и политической работы партии перенесен с экспроприации буржуазии на закрепление завоеванных позиций, налаживание учета и контроля, организацию управления национализированной промышленностью. Всего в этот период было национализировано 1222 промышленного предприятия. Третий этап национализации (июнь 1918 г. (декрет от 28 июня) по июнь 1919 г.) характеризовался усилением организующей, руководящей роли Советского государства и его хозяйствующих органов в проведении социалистической национализации. К осени 1918 г. в руках государства было сосредоточено 9542 предприятия. К 1920 г. в руках госсектора было сосредоточено до 80 % промышленных объектов. Такое положение дел сохранилось в России вплоть до 90-х годов. Отметим, в Советской России главной целью государственного сектора являлось полное и безвозмездное «завоевание» и подчинение всех отраслей промышленности и понятие частный сектор не существовало. В начале 90-х годов государство сделало ошибочный выбор в пользу «рыночных реформ», следуя западной модели в устройстве общества. В результате на сегодняшний день в нашей стране большинство крупных предприятий, природных ресурсов, объектов

инфраструктуры и т. п. находится в руках частного сектора.

В Гражданском кодексе Российской Федерации говорится о национализации – об обращении в государственную собственность имущества, находящегося в собственности граждан и юридических лиц (статья 235 ГК РФ) в порядке, установленном федеральным законом. Вопреки логике законодательство о приватизации государственного и муниципального имущества формировалось без развития законодательства о национализации и, естественно, муниципализации – обращения в муниципальную собственность имущества, находящегося в собственности граждан и юридических лиц. Соответственно поскольку закон в настоящее время не принят, национализация в России проводиться не может. Однако на практике это относится лишь к безвозмездной национализации. Полный или частичный выкуп государством вполне возможен на основании обычных договоров купли-продажи или давления со стороны госсектора [1].

Примерами таких сделок являются: – передача акций ОРТ Березовским Б. государству за \$175 млн (2000–2001 гг.), приобретение ВТБ 85,8 % ЗАО КБ Гута-банка за символическую сумму, благодаря кризису ликвидности (2004 г.), распродажа активов НК «ЮКОС». «Роснефть» в основном через аффилированные структуры купила активов на \$22 млрд, «Газпром» через итальянских партнеров – на \$6 млрд. Всего госкомпании приобрели активов ЮКОСа (или установили за ними контроль) на \$28 млрд. (2007 г.) и др.

Кризис 2008–2009 годов привел к установлению контроля над частными компаниями во время кризиса при кредитовании их ВЭБом за счет средств валютного резерва ЦБР (вплоть до назначения государством председателя совета директоров совершенно частного «Норникеля») (2008 г.), покупка ВТБ 51 % «Системы-Галс» у АФК «Система» за символические 60 рублей

в ходе реструктуризации долга. Доля «Системы-Галс» в объектах и проектах на 1 января 2009 года оценена независимым оценщиком Cushman & Wakefield Stiles & Riabokobylko в размере \$2,05 млрд (из годового отчета СГ за 2008 год) (2009 г.), покупка Сбербанком «Тройки Диалога» примерно за \$1 млрд. (2011 г.).

Процесс национализации в кризисные годы шел не в пользу бюджета непосредственно, а в пользу госсектора, госкомпаний. Соответственно, оплачивался он не бюджетом, а самими этими компаниями. При максимальной помощи государства и постоянном отказе им от получения дополнительных доходов в пользу госкомпаний.

Основными выделяемыми методами национализации в кризисный период являются: давление правоохранительных органов, предъявление налоговых претензий, использование кризисов и покупка по символической цене с последующей господдержкой либо установлением госконтроля, организация финансовых ловушек и покупка по символической цене, косвенная национализация, финансовое усиление госкомпаний, мутные схемы, покупка активов по очень высокой или откровенно завышенной цене.

Сделки по заниженной цене проходят в интересах покупателя (госкомпании), и это, основной способ национализации. Для обеспечения занижения цены применяется весь спектр средств госдавления – вплоть до уголовных дел и осуждения на долгие годы.

Во втором случае происходит завышение цены актива за счет покупателя (госкомпании, бюджета) в интересах продавца.

Стоит отметить, что национализация в России происходит как стихийный процесс, совершенно бессистемно. Она не объявлена как часть государственной политики, соответственно отсутствует законодательство и программы, цели и расчеты [2].

Гражданский кодекс предполагает национализацию исключительно по закону и на возмездной основе. Однако на сегодняшний день в России не принят ни один закон о национализации. Необходимо разработать и принять механизмы, которые бы регулировали процесс национализации в РФ, были бы четкими и понятными и соответствовали требованиям настоящего времени.

Библиографические ссылки

1. Национализация / Материалы Свободной энциклопедии Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%F6%E8%EE%ED%E0%EB%E8%E7%E0%F6%E8%FF>.

2. Михайлов А. Путинская национализация / Газета.ru от 18.01.2012. URL: <http://uchitel-2009.livejournal.com/172825.html>.

© Аневич Ю. В., 2012

УДК 669.713.7

Э. А. Батурина

Научный руководитель – И. В. Полухин

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КОРРЕКТИРОВКА ТАМОЖЕННОЙ СТОИМОСТИ

Образование Таможенного союза и единой таможенной территории привело к значительным изменениям в таможенном законодательстве, которые коснулись и корректировки таможенной стоимости. Вопрос корректировки таможенной стоимости ввозимых товаров на протяжении многих лет являлся камнем преткновения во взаимоотношениях таможни и импортеров.

С началом функционирования Таможенного союза наступил новый этап в сфере регулирования таможенной стоимости ввозимых товаров. Нормативно-правовая база, регламентирующая вопросы таможенной стоимости в целом и корректировки таможенной стоимости в частности, к настоящему моменту полностью обновлена. Вместо Закона РФ «О таможенном тарифе» основополагающим правовым актом по определению таможенной стоимости в Таможенном союзе стало Соглашение между Правительствами Российской Федерации, Республик Беларусь и Казахстан от 25.01.2008. В Таможенном кодексе Таможенного союза (ТК ТС) вопросам по корректировке таможенной стоимости посвящена отдельная статья. Ранее в российском Таможенном кодексе термин «корректировка таможенной стоимости» даже не упоминался. На смену трем Приказам ФТС России, регламентировавшим порядок контроля таможенной стоимости, оформления декларации таможенной

стоимости (ДТС) и корректировки таможенной стоимости (КТС), пришло Решение Комиссии Таможенного союза от 20.09.2010 № 376, вступившее в силу с 01.01.2011. Вместо Инструкции ФТС России по проведению проверки правильности определения таможенной стоимости, утвержденной Приказом ФТС России от 22.11.2006 № 1206, появилась новая Инструкция аналогичного содержания, введенная в действие Приказом ФТС России от 14.02.2011 № 272.

Хотелось бы отметить, что каких-то существенных изменений, затрагивающих методологию определения таможенной стоимости, принципы ее контроля и корректировки, не произошло. Важным изменением является то, что таможенный контроль, а, следовательно, и корректировка таможенной стоимости теперь могут проводиться в течение трех лет после выпуска против одного года ранее. При этом количество раз корректировки таможенной стоимости не ограничено.

Одной из новинок является то, что Закон «О таможенном регулировании в Российской Федерации» исчерпывающе устанавливает случаи принятия таможенным органом решения о корректировке таможенной стоимости до выпуска товаров без проведения дополнительной проверки: выявления несоответствия сведений фактическим сведениям, установленным таможенным органом, несоответствие заявленной величины таможенной стоимости предъявленным в ее подтверждение документам либо технические ошибки, повлиявшие на величину таможенной стоимости [1]. Необходимо отметить, что такая регламентация на уровне закона имеет, положительный момент, так как направлена на предотвращение принятия субъективных и поспешных решений.

В настоящем законодательстве более четко определены процедуры корректировки таможенной стоимости после выпуска товаров по инициативе декларанта и самостоятельной корректировки стоимости таможенным органом, а также порядок проведения дополнительной проверки претерпел существенные изменения. Во-первых, изменились сроки проведения проверки. Если раньше предельный срок представления декларантом затребованных дополнительных документов и сведений составлял 45 дней, то теперь этот срок увеличен до 60 дней. Таможенный орган, кроме того, что запрашивает дополнительные документы, так же сообщает декларанту сумму обеспечения уплаты таможенных пошлин, налогов, которую необходимо предоставить таможенному органу для выпуска товаров. Сумма обеспечения рассчитывается на основании имеющейся у таможенного органа информации. При этом основа для расчета суммы обеспечения не является таможенной стоимостью. После предоставления декларантом запрошенных документов, у должностного лица есть еще 30 дней на принятие решения.

Ранее на это отводилось всего три рабочих дня. Если по результатам дополнительной проверки принято решение о корректировке таможенной стоимости, теперь отводится всего 10 дней на получение решения декларантом при отправке по почте и 5 рабочих дней на оформление необходимых документов и уплату доначисленных таможенных платежей. Ранее таможенный орган был обязан при принятии решения о корректировке пригласить декларанта для продолжения процедуры определения таможенной стоимости, в том числе для проведения консультаций, и срок прибытия мог составлять до 45 дней. Три дня могло отводиться на консультации, а при согласии декларанта на корректировку ему давалось 15 дней на оформление документов и уплату таможенных платежей. Таким образом, общий срок дополнительной проверки незначительно сократился. У таможенного

органа появилось преимущество во времени, отводило на принятие решения, а декларант получил дополнительные 15 дней на этапе сбора документов. Никакие консультации по выбору метода определения таможенной стоимости после принятия решения о корректировке больше не предусмотрены. В течение дополнительной проверки таможенным органом могут проводиться самостоятельные проверочные мероприятия. При необходимости может быть назначена таможенная экспертиза товаров и (или) документов. Что касается списка документов, которые могут запрашиваться для проведения дополнительной проверки, то он остался весьма внушительным и при этом открытым. Должностное лицо по-прежнему имеет право запрашивать фактически любые документы, которые, по его мнению, могут подтвердить или опровергнуть возникшие сомнения.

Однако есть изменение, которое несколько облегчает жизнь декларанту, – это отмена многостраничной формы пояснений по условиям продажи, которые могли повлиять на цену сделки. Прежде пояснения носили общий характер и распространялись на все ситуации, а в действующем законодательстве упор делается на запрос дополнительных документов, сведений, а также пояснений исходя из конкретной ситуации. В Приказе ФТС России от 14.02.2011 № 272 указано, какие именно дополнительные документы могут быть затребованы при выявлении каждого из признаков недостоверности заявленной стоимости. Сами эти признаки приведены в Решении Комиссии Таможенного союза от 20.09.2010 № 376.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что, несмотря на упорядочивание целого ряда процедур, на законодательном уровне порядок контроля и корректировки таможенной стоимости, ввозимых товаров в целом не стал проще и легче, а в какой-то степени, даже ужесточился по отношению к импортерам. Новые нормы более жестко регламентируют действия таможенного органа по корректировке таможенной стоимости. Тенденция, которая прослеживается в действующих правовых актах по таможенной стоимости, – это стремление обязать должностных лиц таможи более четко и грамотно обосновывать свои решения по проведению дополнительной проверки и корректировке таможенной стоимости, действовать не шаблонно и формально, а применительно к конкретной сделке и ее условиям.

Библиографическая ссылка

1. О таможенном регулировании в Российской Федерации : федер. закон от 27.11.2010 № 311-ФЗ.

© Батурина Э. А., 2012

УДК 658.15

К. К. Бахмарева
Научный руководитель – Н. В. Бахмарева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

УВЕЛИЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА НАУКОЕМКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ВЕНЧУРНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ

Предлагается использовать инструмент венчурное финансирование, для увеличения инновационного потенциала наукоемкого предприятия.

В условиях глобализации экономики эффективность деятельности наукоемких предприятий зависит от умения гибко реагировать на потребности рынка. Повышение эффективности деятельности предприятий в новых экономических условиях, существенное повышение качества производимой продукции и оказываемых услуг – вот первоочередные задачи, стоящие перед руководством. Для предприятий наукоемких отраслей экономики особое значение имеют проблемы, касающиеся повышения эффективности их инновационной и инвестиционной деятельности. Поэтому конкурентная стратегия наукоемких предприятий должна быть направлена на освоение инноваций и предусматривать увеличение стоимости бизнеса, что позволит обеспечить высокие имидж организации, привлечь дополнительный объем финансовых ресурсов, а также использовать другие факторы эффективности.

Появление инновационной составляющей в конкурентной стратегии приводит к изменению традиционных схем финансирования предприятия [1]. В первую очередь это касается инновационной стадии, на которой непосредственно создаются различные объекты интеллектуальной собственности, включая новые виды продукции (продуктовые инновации) и технологии ее производства (процессные инновации). На этой стадии происходит организационное обоснование инновационного проекта, т. е. создается венчурная структура, а для финансирования привлекаются инвесторы, которые могут взять на себя более высокий риск. Они не заинтересованы во вложении финансовых ресурсов в инновационный проект под высокие проценты на условиях заемного финансирования. Их интерес заключается в росте рыночной стоимости венчурной структуры. Обязательным условием существования венчурной формы финансирования является обособление инновационного проекта в виде венчурной структуры, которая может существовать как внутренний или внешний венчур.

Цель, поставленная венчурными инвесторами, достигается после завершения инновационной составляющей проекта, т.е. при переходе к промышленному освоению созданных инноваций. Эта цель может быть достигнута, если заложены основы для роста рыночной стоимости венчурного предприятия. Практика экономически развитых стран показывает, что при успешном развитии венчурного предприятия его рыночная стоимость через 3–5 лет повышается в 6–10 раз. Этот прирост в первую очередь обеспечивается за счет нематериальных активов, в том числе не-

материальной собственности, созданной в процессе реализации инновационной стадии проекта [1].

Таким образом, успешное выполнение инновационной составляющей проекта предполагает замещение венчурного капитала инвестиционным. При этом венчурное предприятие преобразуется в более сложную организационно-правовую форму, например открытое акционерное общество. Реализуя свои финансовые интересы путем продажи акций венчурного предприятия по рыночной стоимости, венчурные инвесторы выходят из его капитала.

Стадии венчурного финансирования, как правило, соответствуют этапам выполняемого проекта и охватывают финансирование: 1) предпроектной стадии, включая теоретические поисковые исследования, научно-исследовательские работы; 2) прикладные НИ-ОКР; 3) производство опытной серии созданной продуктовой инновации; 4) освоение производства, т.е. начало серийного выпуска продуктовых инноваций.

Начало инновационной стадии соответствует принятию решения о проведении научных исследований в той или иной области и является основой для организации венчурного финансирования. В действительности начало инновационной стадии проекта и начало венчурного финансирования, как правило, не совпадает. На начальном этапе проект, как правило, еще организационно не выделен в самостоятельную структуру. На этом этапе проект выполняется либо как инициативная разработка, либо в рамках обычной научной тематики предприятия, в том числе финансируемой в рамках государственного заказа.

На начальном этапе инновационная составляющая проекта финансируется за счет средств либо разработчиков, либо предприятия (включая заемные и привлеченные средства), либо бюджетные средства. Организационное обособление проекта означает начало венчурного финансирования, в рамках которого принимается оптимальное решение по привлечению средств для выполнения всех стадий проекта. В первую очередь это касается фундаментальных и теоретических поисковых исследований, являющихся наиболее сложной, трудоемкой и рискованной частью инновационного процесса. Степень новизны этих работ влияет на формирование затратной части проекта, определяет наукоемкость продуктовых инноваций, обеспечивает дальнейшую эффективность инновационной деятельности предприятия.

Механизм венчурного финансирования включает в себя совокупность процедур, которые могут быть описаны в виде следующей последовательности ша-

гов: 1) выбор объекта венчурного финансирования и организационно-правовой формы венчурной структуры; 2) спецификация и оценка исключительных прав интеллектуальной собственности в рамках выбранного объекта венчурного финансирования; 3) формирование «портфеля» прав интеллектуальной собственности; 4) разработка механизма пополнения «портфеля» прав интеллектуальной собственности; 5) разработка механизма формирования капитала венчурного предприятия; 6) оценка эффективности различных стадий венчурного финансирования; 7) разработка механизма финансовой реорганизации венчурного предприятия и переоценка «портфеля» прав интеллектуальной собственности.

Реорганизация венчурного предприятия, обусловленная объективным усложнением финансового управления, позволяет в соответствии с изменившимися целями выбрать наиболее соответствующую им организационно-правовую форму венчурного предприятия. Поэтому реорганизация венчурного пред-

приятия способствует эффективному использованию прав интеллектуальной собственности. Это, в свою очередь, позволяет увеличить объемы венчурного финансирования, а в дальнейшем и объемы инновационного финансирования, за счет расширения источников привлечения капитала. В конечном итоге при таком подходе повышается эффективность реализации как инновационной стадии проекта по созданию технологической инновации, так и проекта в целом, что способствует увеличению инновационного потенциала наукоемкого предприятия.

Библиографическая ссылка

1. Гэдстоун Д., Гэдстоун Л. *Инвестирование венчурного капитала: подробное пособие по инвестированию в частные компании для получения максимальной прибыли / пер. с англ. Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2006.*

© Бахмарева К. К., 2012

УДК 338.45:339.162.4

О. Л. Богданова, О. Е. Фаменко
Научный руководитель – М. Л. Елисеева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МЕХАНИЗМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ НАУКОЕМКОЙ ПРОДУКЦИИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНОК

В начале XXI века решающим фактором социального и экономического развития стран и мира в целом стал вклад науки, инноваций и новых технологий. С их помощью постоянно увеличиваются объемы производства продуктов, товаров, услуг и их разнообразие. Чем более совершенен рыночный механизм продвижения новейших разработок, тем более эффективно распределение этого фактора производства в обществе и тем большую выгоду получают как сами научные организации, так и государство в целом.

Наукоемкая продукция трактуется как научный и/или научно-технический результат, в том числе результат интеллектуальной деятельности, предназначенный для реализации. То есть определяющим свойством наукоемкого продукта является возможность последующего вовлечения в товарный оборот или производственный цикл.

Особенности наукоемкого продукта как товара:

- невозможность точного количественного измерения эффекта наукоемкой продукции в момент внедрения;
- наличие только качественных отличий между аналогами;
- каждый вид знания несет в себе научную информацию только ему принадлежащую, следовательно, и наукоемкая продукция, воплощающая в себе оригинальные знания, по своему содержанию специфична и неповторима;
- любое научное знание не имеет смысла производить более одного раза, при этом потенциал его использования многогранен и во времени не ограничен [1].

Покупательский спрос на наукоемкую продукцию определяется продолжительностью и структурой жизненного цикла той или иной технологии, ноу-хау

и др., использование которых определило возникновение и производство данной продукции, то есть отражает процесс зарождения, расцвета, старения и замены данной технологии или продукции более новой.

Анализ сущности рынка приводит к выделению ряда особенностей, обусловленных спецификой предлагаемого товара: рынок характеризуется большим разнообразием товаров; имеет глобальный характер; по своей природе это «рынок покупателя», где имеет место значительное преобладание предложения товаров над спросом, что позволяет покупателям диктовать свои условия; жесткий характер конкуренции на данном рынке, приводящий не к усреднению цены на нововведение, а к появлению другого нововведения; покупателями являются профессионалы, а цель покупки заключается в повышении конкурентоспособности фирмы, приобретающей новшество; этот рынок вторичен по отношению к товарному рынку, т. е. спрос на наукоемкую продукцию определяется спросом на товары (услуги), производимые на основе использования инноваций; характерной особенностью данного рынка является отсутствие определенного «места», где предоставляются новейшие разработки, или каналов сбыта в терминологии товарных рынков. Это определяет важность мероприятий по продвиже-

нию наукоемких продуктов на рынок, а также важность развития инфраструктуры данного рынка.

Практика показывает, что традиционные подходы, успешно работающие для других видов товаров, не всегда могут быть применены при продвижении на рынок новой наукоемкой продукции. Основная особенность заключается в самой специфике продукта, так как обычно внедрение научно-технических разработок требует значительных затрат, введения новой технологии в производственный процесс, а также характеризуется высоким риском «непринятия» нового продукта рынком. На стадии разработки используются традиционные средства продвижения, направленные на информирование потенциальных потребителей, на стадии производства пробного образца – средства коммерциализации и трансфера разработки.

Исходя из необходимости в первую очередь информировать потребителей о наукоемком продукте, определены наиболее эффективные механизмы продвижения. При этом наибольшая продуктивность продвижения достигается при комбинировании различных способов, когда предпочтение отдается тем или иным механизмам в соответствии с конкретными условиями (категория продукции, этап жизненного цикла, положение организации и др.) [2].

К числу основных механизмов, используемых при продвижении наукоемких продуктов, относятся: посещение предприятий, телефонное информирование и опрос, размещение информации о продукте в газетах, специализированных журналах, выступления на радио и телевидении, размещение информации о научно-технических разработках на веб-сайтах, в базах данных, электронных каталогах, проведение выездных рабочих семинаров на предприятиях с презентацией разработок, представление продукции в ходе научно-технических выставок и инновационных салонов, проведение презентаций на тематических конференциях, участие в тендерах, рассылка информации о разработках, коммерческих предложений [3].

Но насколько бы эффективным не было распространение печатных материалов, оно не может полностью заменить демонстрации возможностей наукоемкого продукта в ходе ее использования или работы с ней. Для этого проводятся следующие мероприятия: участие в выставках и ярмарках, организация семинаров для пользователей (в том числе выездных), проведение демонстрационных сеансов, представление пользователям права бесплатной работы с научно-техническим продуктом на определенный период времени в целях ознакомления. Отдельно следует отметить такой способ как участие в выставках соответствующей специализации. Выставка – это уникальное специальное мероприятие, сочетающее преимущества рекламы, связей с общественностью и личных продаж.

Особенности научно-технической продукции как товара определяют специфику продвижения ее от разработчика до потребителя и влияют на выбор наиболее эффективных средств информирования. Высокий уровень конкуренции и наличие большого количества разработок, представленных на рынке наукоемкого продукта, вызывают необходимость использования средств продвижения в комплексе, учитывая цели и возможности предприятия-разработчика научно-технической продукции.

Библиографические ссылки

1. Приходченко, О. А. *Инновационный продукт: особенности его восприятия потребителем // ЭКО. 2007. № 2. С. 173–186.*
2. *Материалы семинаров Проекта ЕС «Наука и коммерциализация технологий» // www.ras-stc.ru.*
3. *Механизм продвижения товаров на рынке – Реклама, маркетинг...». URL: www.politrekla.ma.ru/mehan/*

© Богданова О. Л., Фаменко О. Е., 2012

УДК 338.242.4

О. Л. Богданова

Научный руководитель – М. Л. Елисеева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЗАРУБЕЖНЫЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Во множестве развитых и динамично развивающихся стран применяются различные методы государственного стимулирования инновационной деятельности. Здесь и ряд государственных программ финансирования и технической поддержки инновационных разработок предприятий по тематике правительственных организаций.

В мировой практике сложились следующие основные формы стимулирования инновационной деятельности малых и средних предприятий:

- Государственные программы финансовой и технической поддержки инновационных предприятий, выполняющих НИОКР по тематике правительственных организаций (США, Япония, Великобритания, Индия, Китай и др. страны);

- Прямое финансирование (субсидии, займы), предоставление ссуд, целевых дотаций (Франция, США, Швеция, Германия и другие);
- Создание фондов внедрения инноваций с учетом возможного коммерческого риска (Англия, Германия, Франция, Швейцария, Нидерланды);
- Снижение государственных пошлин или освобождение от них (Австрия, Германия, США, Япония и др.);

- Облегчение налогообложения для предприятий действующих в инновационной сфере, в т. ч. исключение из налогообложения затрат на НИОКР, льготное налогообложение университетов и НИИ (США, Великобритания, Индия, Китай, Япония);

- Государственные программы по снижению рисков и возмещению рискованных убытков (США, Япония);

- Создание сети научных парков, бизнес-инкубаторов и зон технологического развития (во всех развитых и развивающихся странах);

- Информационно-поисковые специализированные сайты по прогрессивным технологиям и инновационным разработкам, позволяющие заинтересованным предприятиям быстро найти необходимые технические решения и возможных партнёров.

Кроме того, во многих странах одним из важнейших финансовых инструментов поддержки инновационных предприятий, являются государственные контракты от различных организаций на проведение НИОКР. Весьма интересным направлением поддержки производственной и инновационной деятельности в секторе МСП, является использование опыта высококвалифицированных специалистов ныне вышедших на пенсию и имеющих возможности для применения своих знаний и опыта. Практически во всех развитых странах созданы консультационные пункты, обслуживаемые специалистами пенсионного возраста (Service Corps of Retired Executives – SCORE). Например, в США действует 389 таких консультационных пунктов, в которых сотрудничают 11400 специалистов-пенсионеров. Ежегодно эти пункты обслуживают свыше 400 тыс. клиентов. Аналогичные структуры действуют в странах ЕС [3].

Низкий уровень финансирования инновационной деятельности в нашей стране грозит катастрофическим отставанием в научно-технической сфере и как следствие – в социально-экономическом развитии. Так, в докладе о России Всемирный Банк его эксперты признают: «В условиях, когда инвестиции в НИОКР невелики, надеяться на внедрение инноваций не приходится. В России инвестиции в НИОКР составляют около 141 долл. на душу населения, в то время как в США речь идет о 1,1 тыс. долл.». И далее делается совершенно справедливый вывод: «...за последние 10 лет России не удалось проявить себя как инвестиционно привлекательную экономику» [1].

Такая ситуация, в первую очередь вызвана отсутствием внятной государственной научно-технической политики, подтвержденной практическими действиями на всех уровнях законодательной и исполнительной власти. Кроме того, в России до сих пор еще не сложился рынок свободного капитала, заинтересованного в венчурном инвестировании в мелкие и средние инновационные предприятия [2].

Для развития венчурного финансирования в России требуется разработка и реализация ряда следующих государственных инициатив:

- Создание правовой основы для деятельности венчурных фондов.

- Введение мировых стандартов бухучета и обеспечение прозрачности финансовой деятельности предприятий с целью повышения их привлекательности для инвесторов.

- Развитие информационной среды, позволяющей малым инновационным предприятиям и инвесторам находить друг друга, а также стимулировать кооперационные связи между малыми и крупными предприятиями.

- Разработка механизмов финансового и налогового стимулирования инновационной деятельности.

- Разработка мер финансового стимулирования деятельности венчурных инвесторов (налоговые льготы, государственные гарантии и страхование инвестиций), вкладывающих средства в инновационные и высокотехнологичные предприятия.

- Содействие повышению профессионализма, путем обучения специалистов в соответствующих бизнес – школах и университетах [4].

В заключение следует отметить, что опыт некоторых развитых и стремительно развивающихся стран в сфере активизации инновационной деятельности предприятий и в организации процессов ускоренной коммерциализации новых разработок свидетельствует о необходимости системного государственного подхода во всех процессах, касающихся ускоренной модернизации экономики России на основе всестороннего стимулирования инновационной деятельности во всех отраслях народного хозяйства. В этой связи целесообразно рассмотреть комплекс законодательных предложений, сопровождаемых рядом целевых программ и организационных мероприятий, направленных на создание национальной инфраструктуры поддержки инновационной деятельности в нашей стране. Скорейшая реализация этих мер позволит создать более благоприятные условия для стимулирования инновационной деятельности.

Библиографические ссылки

1. Башкатова А. Отток капитала утечка мозгов – в место развития // Независимая газета. 2011. 9 июня. С. 1; 4.

2. Подберезкин А. В. Перспективы развития экономики, прежде всего промышленного сектора России, в рамках прежней либеральной концепции себя исчерпали..., 2011. URL: <http://grigorev.viperson.ru/wind.php?ID=641203&soch=1>.

3. Зарубежный опыт государственной поддержки инновационных малых и средних предприятий : в ред. КОФПМСП, 2010. URL: <http://kfpp.ru/analytics/material/innovation.php?print=Y>.

4. О развитии венчурного инвестирования в Российской Федерации // Аналитический Вестник Совета Федерации.-2008.-№5(350). URL: www.budgetrf.ru.

© Богданова О. Л., 2012

УДК 338.3

И. В. Быстрова
Научный руководитель – Г. А. Карачёва
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ НЕФТЕГАЗОВОЙ КОМПАНИИ

Рассмотрены мероприятия по оптимизации затрат компании, основным видом деятельности которой является разработка нефтегазовых залежей и месторождений, их добыча, переработка и транспортировка. Актуальность работы обусловлена высоким ростом издержек предприятия, который в основном связаны со строительством нового нефтяного трубопровода.

В условиях современной высококонкурентной рыночной экономики существует острая насущная необходимость в постоянном совершенствовании подходов к организации управления предприятием. Желая получить максимум выгод с минимума затрат предприятие вынуждено постоянно следить за уровнем удовлетворения потребительских запросов, совмещая рост уровня качественных и функциональных характеристик продукции с необходимостью снижения себестоимости.

Формирование себестоимости добычи нефти и газа органически связано с комплексом сложных и многообразных процессов геологоразведки, разработки месторождений, эксплуатации скважин и промышленного хозяйства [1].

В данной работе объектом исследования является нефтегазовая компания, дочернее предприятие лидера российской нефтяной отрасли. Стратегическая задача предприятия - промышленное освоение углеводородных ресурсов Красноярского края и Эвенкийского автономного округа.

Основными видами деятельности предприятия является разведка и разработка нефтегазовых залежей и месторождений полезных ископаемых, их добыча и транспортировка, переработка сырой нефти, нефтепродуктов и другой продукции, добыча и реализация нефти, нефтепродуктов и продуктов переработки углеводородного сырья (включая продажу конечным потребителям в регионе и экспорт).

Общее финансовое состояние предприятия остается сложным, так как компания по настоящее время получает небольшой по отношению к своим затратам доход от реализации нефти местным потребителям. На предприятии наблюдается снижение добычи и реализации сырья, что связано с отсутствием необходимой инфраструктуры для обеспечения полномасштабной добычи и реализации нефти, с высокой сезонностью работ в производстве, с ограниченностью рынка сбыта продукции.

Увеличение производственной себестоимости происходит в связи с большими затратами на строительство магистрального нефтепровода, ввод в эксплуатацию которого планируется в 2013 году. Наибольший удельный вес в структуре эксплуатационных затрат занимают расходы по содержанию персонала и прочие услуги. А большой удельный вес прочих услуг объясняется ростом затрат на услуги пожарной охраны, услуги связи, профессиональные услуги (в связи с переводом бухгалтерских услуг в аутсорсинг), а также

транспортные услуги (в связи с освоением новых, труднодоступных территорий) [2].

В имущественных расходах, довольно весомой статьей является амортизация, рост которой объясняется осуществлением нефтегазовой компании капитального строительства и, как следствие, ростом стоимости амортизируемого имущества. Наблюдается увеличение арендных платежей, что связано с переездом организации в г. Красноярск и необходимостью аренды жилых помещений для своих сотрудников.

Поэтому в работе планируется разработать мероприятия по снижению транспортных расходов и арендных платежей данного объекта исследования. В связи с этим предлагается внедрить систему спутникового мониторинга на легковом автотранспорте, переместить офис из Центрального района в Октябрьский район города Красноярск и переместить арендуемые жилые помещения из Центрального и Советского районов в Октябрьский район города Красноярск.

Сегодняшняя нестабильная экономическая ситуация диктует нам свои условия и все руководители предприятий стараются оптимизировать свое производство и уйти от лишних расходов. Именно в этом может помочь внедрение системы спутникового мониторинга.

Для внедрения системы спутникового мониторинга необходимо приобретение комплекта оборудования для установки в автомобиле «АвтоГРАФ GSM» и диспетчерского программного комплекса «АвтоГРАФ». Бортовые контроллеры позволяют получать объективную информацию о местонахождении, маршруте, пробеге автомобиля, расходе топлива и времени работы двигателя. Также ведется контроль слива и заправок топлива.

Получая эти данные в режиме реального времени, у предприятия появляются возможности принимать эффективные управленческие решения и координировать деятельность автопарка на более высоком уровне. Снижение затрат происходит за счет исключения нецелевого использования транспорта на 100 % и соблюдения скоростного режима водителями, повышается уровень безопасности при эксплуатации транспорта.

Внедрение системы спутникового мониторинга позволит снизить затраты за 8 месяцев (в связи с переездом компании из г. Жигулевск в г. Красноярск) на легковой автотранспорт на 5 %, что повлечет за собой снижение затрат на транспортные услуги более чем на 950 тыс. руб.

Аренда офиса и жилых помещений для сотрудников компании в менее дорогом в отношении арендной платы районе города, позволяет значительно сократить затраты предприятия. Октябрьский район является комфортабельным, развитие инфраструктуры не уступает Центральному району, а стоимость 1 кв. м. коммерческой недвижимости и средней арендной платы за жилые помещения значительно ниже. Реализация проекта позволит снизить затраты по аренде офиса более чем на 13 млн руб., а затраты по аренде жилых помещений более чем на 7 млн руб.

Оценив финансовое состояние предприятия после внедрения мероприятий, можно сделать вывод, что производственная себестоимость за 8 месяцев снизится более чем на 11,5 млн руб. В большей степени

уменьшение себестоимости произойдет в связи со снижением арендных платежей. Прибыль вырастет почти на 2 %, за счет чего увеличится эффективность деятельности предприятия, что позволит оптимизировать затраты, что в свою очередь приведет к значительному росту эффективности всей деятельности в нефтегазовой компании в целом.

Библиографические ссылки

1. Динков В. А. *Нефтяная промышленность вчера, сегодня, завтра*. М. : ВНИИОЭНГ, 2006.

2. ОАО «Восточно-Сибирская нефтегазовая компания» : *офич. сайт*. URL: <http://www.vsnk.ru>.

© Быстрова И. В., 2012

УДК 669.713.7

О. А. Высотина, К. А. Гончарова
Научный руководитель – И. В. Полухин
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЭЛЕКТРОННОЕ ДЕКЛАРИРОВАНИЕ

Для автоматизации таможенного оформления товаров сегодня таможенными органами применяется электронное декларирование. Используя такой способ заполнения декларации на товары, участник внешнеэкономической деятельности помимо очевидных преимуществ данной системы может столкнуться с её некоторыми недостатками.

Массовое внедрение электронного декларирования началось в 2008 году после издания Приказа ФТС РФ № 52 от 24.01.2008 г. «О внедрении информационной технологии представления таможенным органам сведений в электронной форме для целей таможенного оформления товаров, в том числе с использованием международной ассоциации сетей Интернет». Приказ разрешил использование открытой сети Интернет при передаче данных в ведомственную сеть таможенных органов, а также установил требования, которые необходимо выполнить при подключении декларанта к таможенной сети, исходя из условий безопасности.

С 2010 года ФТС РФ приступила к внедрению системы электронного декларирования товаров, и уже в октябре 2010 года все таможенные посты имели достаточную техническую оснащённость для её применения.

По состоянию на февраль текущего года в стране лишь пятая часть деклараций на товары подается на бумажных носителях, остальные – в электронном виде (80%), что позволяет направлять информацию о товарах и транспортных средствах ещё до их пересечения таможенной границы [4].

Сейчас все таможенные посты РФ имеют возможность проводить совершение таможенных операций с применением электронного декларирования. В связи с этим компании, осуществляющие функции таможенного представителя, переводят работу по таможенному декларированию на дистанционную основу и предлагают декларантам воспользоваться электронным таможенным декларированием.

Электронное таможенное декларирование – передача, приём, обработка таможенных деклараций на товары, созданных в электронной форме [1].

Процесс электронного декларирования заключается в проведении удалённой процедуры таможенного оформления товаров, в ходе которой декларант и должностное лицо таможенного органа могут находиться на расстоянии друг от друга, а общение между ними протоколируется.

Электронное декларирование товаров включает в себя весь комплекс работ с документами, осуществляемых при ввозе товаров на таможенную территорию: создаются электронные копии таможенных деклараций, а также других документов, необходимых для таможенного оформления. При помощи специализированной автоматической системы осуществляется обработка и регистрация документов, после чего происходит выпуск товара.

Электронное декларирование имеет значительные преимущества перед традиционной системой [3]:

- оформление документов в электронном виде без применения бумажных носителей, отказ от бумажного документооборота между декларантом, таможенным представителем и таможенным органом;
- быстрота заполнения таможенной декларации и таможенного оформления товаров;
- возможность нахождения декларанта и должностного лица таможенного органа на расстоянии;
- абсолютная прозрачность процесса совершения таможенных операций;
- отсутствие необходимости ожидания прибытия товара на таможенную территорию.

Участники ВЭД может самостоятельно заполнить электронную таможенную декларацию, так и обратиться к таможенному представителю. При этом процедура электронного декларирования будет включать следующие этапы [1]:

1. Декларант при помощи специализированной программы отправляет на таможенный пост основной пакет электронных документов в формате XML, содержащий декларацию на товары, декларацию таможенной стоимости и опись документов.

2. Должностное лицо таможенного органа проверяет таможенную декларацию. При отсутствии критических ошибок таможенная декларация регистрируется в автоматизированной системе таможенного органа и ей присваивается номер. При необходимости внесения исправлений, дополнений в таможенную декларацию, должностное лицо таможенного органа направляет декларанту уведомление о необходимости внесения изменений с перечнем ошибок. После исправления ошибок, пакет электронных документов отсылается повторно.

В процессе электронного оформления должностное лицо таможенного органа отправляет запросы на интересующие его документы, указанные в Описи. Документы для предоставления в таможенный орган создаются в электронном виде, в формате XML.

Если получен запрос на корректировку таможенной стоимости, декларант выполняет корректировку и снова высылает дополненный пакет документов.

В случае необходимости проведения таможенного досмотра товара должностное лицо таможенного органа отправляет декларанту соответствующее уведомление. В свою очередь декларант направляет обязательное подтверждение о получении уведомления о необходимости таможенного досмотра. По завершению таможенного досмотра декларанту высылается электронная копия акта таможенного досмотра.

Статус «Выпуск разрешен», означающий выпуск товара в свободное обращение, присваивается таможенной декларации после успешного завершения её проверки и выполнения всех таможенных формальностей. На этом процедура электронного декларирования завершается.

К сожалению, у электронного способа заполнения декларации существуют и некоторые «подводные

камни». Так, например, в рамках такой формы таможенного декларирования иногда все же возникает необходимость представлять в таможенный орган и бумажные документы (например, в случае выявления в ходе проверки электронной таможенной декларации рисков в рамках системы управления рисками, которую применяет таможенная служба).

Кроме того, как показывает опыт, применение электронного декларирования на практике для декларанта немногим отличается от обычного бумажного способа декларирования: по-прежнему декларант получает на руки бумажный бланк таможенной декларации со штампом «Выпуск разрешен», заверенным личной номерной печатью должностного лица таможенного органа. Такая практика имеет место быть потому, что бумажный документ пока является единственным доказательством совершенного действия. Декларация впоследствии понадобится участнику ВЭД как для предъявления в банк, налоговый орган, так и перевозчику. К сожалению таможенные, налоговые органы, перевозчики и банки не имеют единой общей электронной базы, позволяющую им самостоятельно без предъявления бумажных носителей таможенных документов убедиться в факте того или иного действия импортера/экспортера [2].

Система электронного декларирования требует некоторых доработок. И всё же, несмотря на некоторые её несовершенства, нельзя не сказать, что эта форма заполнения таможенной декларации более удобна, экономически выгодна и менее трудозатратна в сравнении с бумажным аналогом. И можно уже с уверенностью сказать, что электронное декларирование – это настоящее и будущее таможни.

Библиографические ссылки

1. *Википедия – свободная энциклопедия.* URL: <http://ru.wikipedia.org/>
2. *Компания таможенный брокер Аван-Кинесис.* URL: <http://www.avan-kinesis.ru/>
3. *Union Logistics – Общероссийский таможенный брокер.* URL: <http://www.custom.ru/>
4. *Тамогня.ру – таможенный правовой портал.* URL: <http://www.tamognia.ru/>

© Высотина О. А., Гончарова К. А., 2012

УДК 338.262

Д. М. Гамалей

Научный руководитель – И. В. Филько

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Рассматриваются вопросы планирования объемов производства на предприятиях, производящих один или несколько видов продукции. Раскрывается содержание плана производства и производственной программы.

Эффективность функционирования предприятия определяются многими обстоятельствами. Среди них: правильность установления «что, сколько, какого качества и к какому времени производить продукцию

или оказывать услуги» с учетом спроса и предложения, выбор оптимальной технологии и организации производств, своевременное и рациональное ресурсное обеспечение, величина основного и оборотного

капиталов, формы и методы реализации продукции и так как в условиях рыночной системы хозяйствования диапазон использования этих факторов чрезвычайно большой, поэтому нужно стремиться к их оптимальному сочетанию. Следовательно, необходимо применение соответствующих форм и методов их внутренней увязки. Такой формой является планирование производственной деятельности. Опыт многих преуспевающих компаний показывает, что в условия рынка с его жесткой конкуренцией планирование производства продукции является важнейшим условием их выживания, экономического роста и процветания, а так же успешной реализации продукции [1].

При планировании производства определяются:

- количество комплектующих изделий, необходимых для производства;
- промежуток времени, в течение которого производится продукция;
- количество сырья и оборудования, необходимых для производства требуемого объема продукции в рамках запланированного периода времени [2].

Не маловажным моментом является и планирование объема производства, сложность которого зависит от того, сколько видов продукции выпускает предприятие.

Если предприятие выпускает один вид продукции, то главной проблемой является согласование объема производства и сбыта. При этом возможны следующие варианты:

1) объем сбыта неизменен на протяжении длительного времени. В этом случае производственные мощности, а также объем выпускаемой продукции должны приспособляться к сбыту. Необходимо лишь неприкосновенный запас готовой продукции на случай непредвиденной остановки производства;

2) объем сбыта подвержен сезонным колебаниям.

Что в свою очередь подразделяется на следующие случаи:

а) производственные мощности приспособлены к максимальному спросу. Это означает, что из сезонные колебания сопровождаются изменениями числа занятых. При высоких расходах на оборудование минимальны затраты на хранение готовой продукции (принцип синхронизации).

б) производство осуществляется при некоторой средней численности занятых. Это позволяет в период максимального сезонного спада спроса создавать запасы готовой продукции, достаточной для удовлетворения «пикового» спроса. При незначительных производственных запасах увеличиваются складские расходы (принцип эмансипации).

Предприятие заинтересовано в промежуточном решении, при котором общие затраты для одного сезонного цикла минимальны. Содержание мощностей на среднем уровне в период сезонного спада невозможно для предприятий сферы услуг. Часто в качестве средства выравнивания сезонных колебаний используется диверсификация. При этом можно сделать вывод, что сезонные колебания компенсируются посредством регулирования занятости, складских запасов или диверсификации.

В том случае, когда на предприятии выпускается несколько видов продукции, процесс планирования может

усложниться, если: отдельные изделия выпускаются различными партиями; почти все производственное оборудование используется для изготовления всех видов продукции; велики различия во времени изготовления разных видов продукции на различном оборудовании.

Если же предприятие в такой ситуации стремится получить максимальную прибыль, оно должно выпускать больше таких видов продукции, которые: загружают меньшее количество оборудования; требуют меньшего времени обработки; приносят большую прибыль на одно изделие [3].

При планировании производства применяются трудовые, стоимостные, натуральные и условно-натуральные показатели. Трудовые измерители используются в основном во внутреннем планировании как вспомогательные инструменты. Стоимостные измерители применяются совместно с натуральными и трудовыми. Единицей измерения является национальная валюта. Натуральные измерители (тонны, штуки и т. д.) могут быть использованы для разработки программы производства, определения производственной специализации. Условно-натуральные позволяют свести все производство к одному виду продукции, обозначенному базовым.

В процессе планирования производства происходит формирование плана производства и производственной программы.

План производства содержит в себе информацию о необходимом в оборудовании, потребности в материалах, необходимой численности сотрудников и их оплате труда, а также все прочие производственные расходы.

Производственная программа отражает планируемый объем производства является отправной точкой для плана производства и основывается на: заключенных договорах, имеющихся в наличии необходимых техники и оборудования, приобретении необходимых материально-технических ресурсов, состоянии технологической базы, наличии необходимого кадрового состава. В процессе разработки производственной программы предприятие должно ориентироваться на выбор таких товаров, работ и услуг, которые принесут наибольшие конечные результаты.

Для успешной конкурентной борьбы предприятию необходимо тщательно планировать свою деятельность, формировать ассортимент производимой продукции в соответствии с нуждами потребителей, а также контролировать основные характеристики выпущенной продукции.

Библиографические ссылки

1. Актуальность планирования [Электронный ресурс] // Актуальность планирования. URL: http://akonomics.io.ua/s111247/aktualnost_planirovaniya.

2. Планирование производства [Электронный ресурс] // Планирование производства. URL: http://tvoydohod.ru/logistika_7.php.

3. Планирование на предприятии : учеб. пособие. [Электронный ресурс] // Планирование объема производства. URL: <http://www.studfiles.ru/dir/cat29/subj90/file11218/view112848/page8.html>.

Э. С. Головина
Научный руководитель – Ю. А. Анищенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассматриваются актуальность, понятие, цели, основные критерии, количественные и качественные показатели оценки эффективности управления деятельностью предприятия в современных условиях хозяйствования.

Эффективность управления – это экономическая категория, отражающая вклад управленческой деятельности в конечный результат работы предприятия. Функциональное предназначение управления сводится к обеспечению эффективности основной деятельности, поэтому ее эффективность определяется степенью результативности самой организационной системы. Отсюда следует, что эффективность управления определяется степенью реализации целей предприятия и ее интегрального показателя – прибыли в течение всего рассматриваемого периода функционирования предприятия [1].

Эффективность управления представляет собой относительную характеристику результативности конкретной управляющей системы, которая отражается в различных показателях, как объекта управления, так и собственно управленческой деятельности (субъекта управления), причем эти показатели бывают как количественными, так и качественными.

Оценка эффективности является важным элементом разработки проектных и плановых решений, позволяющим определить уровень прогрессивности действующей структуры, разрабатываемых плановых мероприятий, и проводится с целью выбора наиболее рационального варианта структуры или способа её совершенствования.

Комплексный набор критериев эффективности системы управления формируется с учётом двух направлений оценки её функционирования:

- по степени соответствия достигаемых результатов установленным целям организации;
- по степени соответствия процесса функционирования системы объективным требованиям к содержанию организации и результатам.

Критерием эффективности при сравнении различных вариантов организационной структуры служит возможность наиболее полного и устойчивого достижения конечных целей системы управления при относительно меньших затратах на её функционирование. Принципиальное значение для оценки эффективности системы управления имеет выбор базы для сравнения или определения уровня эффективности, который принимается за нормативный.

Один из подходов дифференцирования сводится к сравнению с показателями, характеризующими эффективность организационной структуры эталонного варианта систем управления. Часто вместо методов используется экспертная оценка организационно-технического уровня анализируемой и проектируемой системы, а также отдельных её подсистем и принимаемых проектных и плановых решений.

Единство критериев оценки вместе с тем не предполагает наличия и использования лишь одного универсального показателя, пригодного для оценки эффективности управления на всех его уровнях. Поэтому, показатели, используемые при оценках эффективности аппарата управления и его организационной структуры, могут быть разбиты на следующие три взаимосвязанные группы:

1. Группа показателей, характеризующих эффективность системы управления, выражающихся через конечные результаты деятельности организации, и затраты на управление.

2. Группа показателей, характеризующих содержание и организацию процесса управления, в том числе непосредственные результаты и затраты управленческого труда.

При оценке эффективности процесса управления используются показатели, которые могут оцениваться как количественно, так и качественно. Эти показатели приобретают нормативный характер и могут использоваться в качестве критерия эффективности. К нормативным характеристикам эффективности деятельности аппарата управления могут быть отнесены следующие: производительность; экономичность; адаптивность; гибкость; оперативность; надёжность.

Производительность аппарата управления может определяться количеством произведённой организацией конечной продукции или объёмами выработанной в процессе управления информации.

Под экономичностью аппарата управления понимаются относительные затраты на его функционирование.

Адаптивность системы управления определяется её способностью эффективно выполнять заданные функции в определённом диапазоне изменяющихся условий.

Гибкость характеризует свойство аппарата управления изменять в соответствии с возникающими задачами свои роли в процессе принятия управленческих решений и налаживать новые связи, не нарушая при этом данной структуре упорядоченности отношений.

Оперативность принятия управленческих решений характеризует современность выявления управленческих проблем и такую скорость их решения, которая обеспечивает максимальное достижение поставленных целей при сохранении устойчивости налаженных производственных и обеспечивающих процессов.

Надёжность аппарата управления в целом характеризует его безотказным функционированием.

3. Группа показателей, характеризующих рациональность организационной структуры и её технико-организационной уровень, которые могут оцени-

ваться с помощью показателей: звенность системы управления; уровень централизации функций управления; принятые нормы управляемости; сбалансированность распределения прав и ответственности.

При оценке эффективности отдельных мероприятий по совершенствованию системы управления допускается использование основных требований к их выбору – максимальное соответствие каждого показателя целевой ориентации проводимого мероприятия и полнота отражения достигаемого эффекта.

Таким образом, главной целью всей системы управления производственно-хозяйственной деятельностью любого предприятия является обеспечение его

устойчивого функционирования во внешней среде в долгосрочной перспективе. При оценке эффективности управления необходимо учитывать, что управление подразумевает как определение целей, так и обеспечение их достижения на протяжении всего периода деятельности предприятия.

Библиографическая ссылка

1. Пивнев Е. С. Теория управления : учеб. пособие. Томск : Том. межвуз. центр дистанц. образования, 2005. 246 с.

© Головина Э. С., 2012

УДК 004.451

Д. О. Горбачева
 Научный руководитель – В. Е. Герасимова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВЫЯВЛЕНИЕ НАИБОЛЕЕ ВАЖНЫХ ПАРАМЕТРОВ СОВРЕМЕННЫХ ТЕЛЕВИЗОРОВ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДОВ ЭКСПЕРТНЫХ ОЦЕНОК

Рассматривается современный и широко применяемый метод экспертных оценок на примере выбора наиболее важных параметров при выборе современных телевизоров, а так же его анализ.

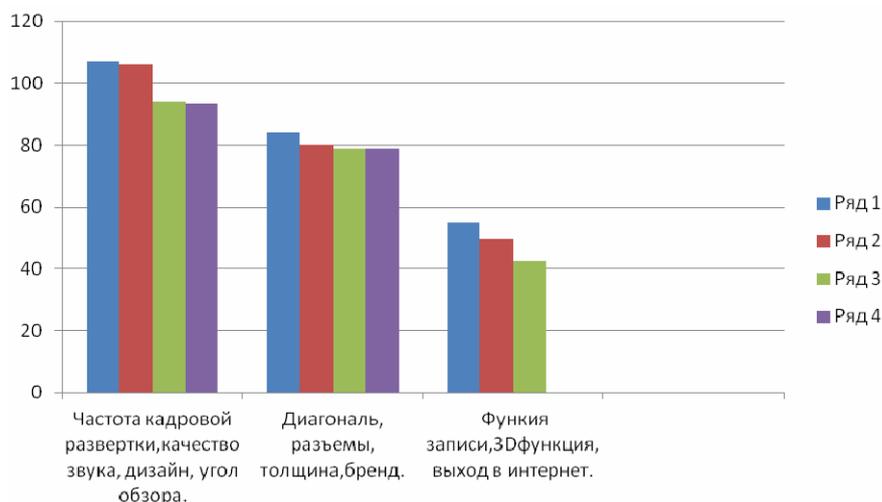
Востребованность на сегодняшний день метода экспертных оценок очень высока. Хотя противники его и утверждают, что таким способом невозможно получить достоверно точную информацию, но на сегодняшний день он остается одним из самых используемых методов. В данной области проведено немало исследований, и продолжают работы по усовершенствованию механизмов проведения метода для получения наиболее достоверного результата. Целью данной работы является выявление важных параметров современных телевизоров, используя метод экспертных оценок. Объектом статьи является проведения метода и его анализ [1].

На сегодняшний день можно наблюдать большое количество функциональных возможностей современных телевизоров, но насколько они востребованы сложно понять, в силу индивидуальности каждого человека и множеством предлагаемых моделей. Про-

ведя метод экспертных оценок по следующим параметрам: функция записи, (2) размер, диагонали, дизайн, качество звука, выход в интернет, бренд, разъемы, частота кадровой развертки, угол обзора, толщина, 3D функция, можно провести анализ.

На рисунке предоставлены результаты исследования. По результатам отчетливо видно, что сегодняшний потребитель отдает предпочтение в первую очередь качественным характеристикам (звук, изображение, угол обзора) и не последнее место дизайну. Так же покупатель обращает внимание на: диагональ, наличие разъемов, толщину и бренд. Функции, такие как 3D, выход в интернет, запись являются наименее значимы и желаемы.

Это объясняется тем, что эти функции на сегодняшний день новинки, находящиеся на рынке не так давно и не успевшие себя зарекомендовать.





Часто эти функции добавляются в стандартный набор параметров, что бы привлечь внимание потребителя, но это приводит к повышению стоимости данного товара и тем самым отпугивает потребителя от покупки товара с этими функциями.

Отдельной строкой хочется выделить такой параметр, как бренд. Сегодня он теряет свое преимущество и не является основным аргументом при выборе телевизора, нежели чем это было лет десять назад. Это объясняется тем, что на данный момент на рынке появились компании подделки – «двойники» которые не поддерживают репутацию бренда, от чего страдает качество товара и спрос, а так же новые неизвестные на рынке производители. Ранее зарекомендовавшие себя производители в связи с упадком мировой экономики разорились, либо были куплены новыми, неизвестными компаниями. Проведя опрос и просмотрев спрос на бренд в нашей стране за последние тридцать лет, я привела итоги на графике.

В результате моей работы была достигнута поставленная цель, то есть были выявлены наиболее и наименее значимые параметры при выборе телевизо-

ров сегодняшним потребителем. Был проведен метод экспертных оценок, в котором участвовали реальные эксперты и по выставленным ими оценками был проведен анализ значимости выявленных параметров. Также в своей работе я предоставила график значимости параметров, который наглядно позволяет увидеть выбор приоритетных функций среднестатистического потребителя. По результатам метода я объяснила, почему тот или другой параметр на сегодняшний день является более или менее значимым. И еще постаралась проанализировать ситуацию, складывающуюся на рынке производителей.

Библиографические ссылки

1. *Экономико-математические методы и модели : метод. указания / сост.: Ю. В. Ерыгин, Е. Ю. Алексеева, В. Е. Герасимова ; Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. Красноярск, 2011. 68 с.*
2. URL: www.tv-vision.info.

© Горбачева Д. О., 2012

УДК 338.262

Д. А. Гурин

Научный руководитель – И. В. Филько

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПЛАНА

Раскрывается сущность и содержание процесса планирования. Приводится система показателей оценки качества планов, методика их расчета. Обосновывается необходимость контроля и корректировки плановых показателей.

Планирование является важнейшей частью предпринимательской практики. Прежде чем начать какое-либо дело, человек должен тщательно продумать, что именно, к какому сроку, какими способами и с помощью каких средств он должен сделать. Следовательно, основной стадией управления любым видом деятельности является процесс постановки цели и нахождения способов ее выполнения. Именно к стадии постановки цели относят планирование. Конечным результатом этой стадии является построение идеальной модели хода производственного процесса, направленного на достижение главной цели предприятия.

Планирование – это управленческая деятельность, которая предусматривает выработку целей и задач управления производством, а также определение путей реализации планов для достижения поставленных целей с учетом имеющихся у предприятия ресурсов. В процессе планирования дается экономическое обоснование рационального поведения организации для достижения поставленных целей. При этом определяются приоритеты, средства и методы достижения целевых показателей, а решения принимаются на основе выбора тех или иных альтернатив развития предприятия [1].

Планирование ставит экономическую задачу на заданный период, предоставляет менеджерам возможность контролировать подчиненные им структуры, и, так же, принимать управленческие решения по их деятельности. Все это однозначно указывает на важность такой деятельности как планирование. Но планирование, поскольку оно имеет важность и само по себе сложно, должно подвергаться анализу и оценке – отсюда и актуальность выбранной темы.

Так как Россия, как и развитые страны Европы, поддерживает рыночную экономику, то и анализировать план стоит исходя из того, что предприятие находится именно в условиях рыночной экономики, где предложение уравнивается спросом естественным путем. Именно это естественное уравнивание, с учетом того, что ресурсы отдельного предприятия ограничены, может служить критерием определением качества плана. Действительно, совокупность отношений производства и сбыта (как показателя, который отражает спрос) продукции, представляет собой динамичное и равновесное состояние предприятия как сложной экономической системы. Если план производства и продажи продукции сохраняет в течение определенного периода структуру постоянной, то и производственная деятельность предприятия весь этот срок также остается стабильной. Изменение отношений поставки под воздействием рыночных требований приводит к соответствующей перестройке производственной деятельности предприятия.

Именно в этот момент и «проверяется на прочность» управленческая составляющая предприятия, частью которой является планирование. Руководителям предприятия необходимо откорректировать план, чтобы приспособить его к изменяющейся рыночной ситуации. Для этого они должны прибегнуть к определенным показателям, качество которых и будет определять качество самого плана. Это не говорит о том, что качественные показатели есть стопроцентная гарантия того, что и сам план качественен, но является существенным критерием для определения его качества [2].

Для оценки качества планов необходимо иметь систему показателей, характеризующих их реальность и напряженность, обоснованность и оптимальность, степень точности и т. д.

Реальность планов означает возможность их осуществления в ближайший отрезок времени. Критерий реальности планов может быть установлен на основе анализа действительного положения хозяйства и возможностей его стихийного развития, с одной стороны, и анализа имеющихся объективных средств воздействия на этот ход развития, с другой. Реальность планов является выражением желательных результатов хозяйственного, строительства в пределах имеющихся возможностей их достижения. В конечном счете первым признаком реальности планов может служить уровень их фактического выполнения в конкретных внешних и внутренних условиях.

Важным оценочным показателем качества разрабатываемых на предприятии планов служит уровень

их напряженности. Данный показатель является универсальным и может применяться для оценки качества планов на всех этапах их существования. Напряженность планов служит одной из основных характеристик степени рационального использования планируемых экономических ресурсов в процессе производства продукции и услуг. В общем виде коэффициент напряженности планов можно определить путем сравнения соответствующих показателей с установленной мерой или существующим эталоном. В качестве подобного эталонного норматива или стандарта могут выступать научно обоснованные или оптимальные плановые показатели.

Сбалансированность многих показателей является необходимым условием качественной разработки первоначальных планов. При оценке качества составления и выполнения планов наибольшая сложность состоит в выборе объективных нормативных показателей, которые должны стать эталонами, стандартами или критериями равной напряженности планов.

Общим показателем качества планов могут служить также некоторые важнейшие плановые данные – годовой объем производства или реализации продукции, валовой доход и др.

Выполнение плановых показателей оценивается путем их периодического сравнения с фактическими значениями по заранее установленным контрольным точкам. Выполнение плана производства необходимо оценивать за декаду, месяц, квартал и год. Сравнение таких показателей, как соотношение доходов и расходов, состояние денежной наличности, уровень материальных запасов, следует осуществлять регулярно. Например, простой оперативный контроль расходов для каждого предприятия может быть ежедневным: сколько денег выплачено и по каким счетам, какая наличность имеется т. д.

В ходе анализа и контроля выполнения плановых показателей в условиях изменяющейся конъюнктуры рынка может возникнуть необходимость корректировки системы планов. При изменении как внешних, так и внутренних факторов корректировка отдельных показателей плана дает возможность предприятию без изменения общей цели находить оптимальные пути их достижения, способствует улучшению использования ограниченных экономических ресурсов и повышению на этой основе эффективности производства [3].

Библиографические ссылки

1. Ерыгина Л. В., Латышенко Г. И. *Планирование на предприятии машиностроения* : учеб. пособие. Красноярск : СибГАУ, 2004.
2. *Книги для всех [Электронный ресурс]*. URL: <http://lib4all.ru/base/B1811/B1811Part51-363.php>.
3. Бухалков М. И. *Планирование на предприятии* : учебник. М. : Инфра-М, 2008.

© Гурин Д. А., 2012

УДК 336.221

Т. А. Гусейнова, К. В. Турчак
Научный руководитель – Т. В. Ващенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

На сегодняшний день проблема развития малого бизнеса стоит особенно остро и потребность в финансировании предприятий с каждым годом растет. В статье рассмотрены текущее состояние и перспективы развития малого бизнеса в России.

Развитие малого предпринимательства в России имеет недолгую историю в экономическом развитии страны. Малый бизнес – это бизнес, который опирается на предпринимательскую деятельность малых предприятий и небольших фирм, не входящих в производственные и промышленные объединения и корпорации. К субъектам предпринимательской деятельности малого и бизнеса относят коммерческие организации с образованием юридического лица, также физические лица, занимающиеся коммерческой деятельностью без образования юридических лиц, но с внесением в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей, а также крестьянские и фермерские хозяйства.

Развитие любых форм предпринимательской деятельности зависит от двух условий – от экономической обстановки в стране и способности самого объекта предпринимательской деятельности использовать предоставленные ему права для дальнейшей реализации хозяйственных целей и получения прибыли. Эти факторы действуют на развитие малого бизнеса, который очень чувствителен к созданным ему условиям [2].

В настоящее время развитие малого бизнеса в России включено в программу демонополизации всех структур экономики страны. На этом этапе предусматривается разукрупнение масштабных монопольных производств, путем выделения производственных блоков в самостоятельные небольшие организации, а также создание дочерних предприятий. Государственной программой также разработана инфраструктура поддержки малого предпринимательства в лице сети крупнейших российских банков, которые уже долгие годы работают на рынке кредитования, в том числе малого бизнеса [3].

На сегодняшний день группой мировых экспертов выделен ряд проблем, которые тормозят развитие малого предпринимательства в России: 1. Сложная экономическая и финансовая обстановка в стране, спад производства, слабая правовая защищенность предпринимателей, разрыв хозяйственных связей. 2. Низкий уровень правовых и экономических знаний самих предпринимателей, плохая деловая этика, как в бизнесе, так в государственном секторе. 3. Негативное отношение к предпринимателям части населения. 4. Слабые действия государственной поддержки в сфере малого бизнеса. 5. Снижение покупательной способности населения на массовую продукцию. Однако, как показывает мировой опыт, малый бизнес не знает себе равных по способности оживить экономику и вывести ее из кризиса.

На конференции «Малый бизнес и муниципальная власть» в рамках конкурса «Бизнес-Успех 2011», посвященного вопросам развития малого бизнеса в стране заместитель министра экономики и развития РФ М. Осеевский выступил с предложением оставлять «все налоговые поступления по специальным видам налогов в муниципалитетах», подчеркнув, что, начиная с 2013 года в стране начнется реализация проекта, в рамках которого будет работать патент на 54 вида деятельности. В рамках нового законодательства власти муниципалитетов смогут самостоятельно регулировать перечень видов деятельности попадающих, под единый патент (льготное налогообложение) [2]. В бюджете РФ на 2012 год поддержка малого бизнеса составит 20 млрд рублей, – в 2000 году было заложено всего 1,5 млн руб. [3]. В реальности в каждом муниципальном образовании финансирование малого бизнеса разное, ведь его размер зависит как от потребностей предпринимательства в регионе, так и от бюджетных возможностей: в Мошковском районе Новосибирской обл. размер среднегодового финансирования составляет 37 млн рублей, а в Корочанском районе Белгородской обл. – 7,5 тыс. рублей ежегодно. При этом численность населения в двух вышеперечисленных муниципалитетах примерно одинаковая – 40 тыс. человек. По словам замминистра, сложность развития бизнеса зависит от плотности населения муниципального образования [2].

Что касается программы государственной поддержки предпринимательства в Красноярском крае, то объем ее финансирования увеличится до 293 млн. рублей в 2012 году. Правительство края внесло изменения в долгосрочную целевую программу «Развитие субъектов МСБ в Красноярском крае» на 2011–2013 годы. В неё включили новые направления государственной поддержки МСБ. Новая редакция программы предусматривает субсидирование части затрат на приобретение технологического оборудования для всех производственных и перерабатывающих организаций. Ранее этой мерой поддержки пользовались лишь предприниматели, занимающиеся лесопереработкой, переработкой сельскохозяйственной продукции. При этом увеличился и размер субсидий с 30 % до 50 % затрат, но не более 1,5 млн руб., расширен перечень техники, при покупке которой по договорам лизинга предприниматели могут получить компенсацию части расходов на выплату первого взноса. Вводится новая мера поддержки – субсидии на возмещение части затрат, связанных с реализацией мероприятий по энергосбережению. Размер субсидии – 50 %

затрат, но не более 3 млн руб. Общий объем финансирования программы увеличится в 2012 году на 20 млн руб. и составит 293 млн руб. Данные изменения позволят также привлечь в край средства федерального бюджета на реализацию мер поддержки малого и среднего бизнеса в размере не менее 200 млн рублей ежегодно [1].

Среди основных проблем, которые сегодня также актуальны для предпринимателей – дорогое кредитование и слабая осведомленность предпринимателей о существующих целевых программах, в рамках которых дорогое кредитование становится более доступным. Среди таких программ, которыми наиболее активно пользуются предприниматели – программа «Микрофинансирование» (кредиты до 1 млн руб.) [3].

Объемы кредитования малого и среднего бизнеса регулярно растут – только за июль-август 2011 года кредитный портфель Сбербанка в данном сегменте увеличился на 171 миллиард рублей. Это говорит о том, что в стране активизировалась банковская деятельность, и начала активно развиваться экономика в области малого бизнеса.

По данным статистики, в России за счет доходов от деятельности в области малого предпринимательства живет порядка 25 млн российских граждан. Общий вклад малого и среднего предпринимательства в национальный ВВП составляет 25 процентов. В целом

по России зафиксировано около 5,7 млн предприятий малого бизнеса, из них 1,6 – предприятия и 4,1 – индивидуальные предприниматели [3].

Малый и средний бизнес – основа любой экономики. При этом главная проблема, с которой сталкиваются предприниматели, – финансирование. Зачастую они не знают о государственных программах поддержки бизнеса, и пользуются только доступными им кредитами, однако условия кредитования устраивают не всех. Потребность малого бизнеса в кредитовании велика и, несмотря на рост данного сегмента рынка кредитных услуг, ему необходимо дальнейшее развитие по ряду направлений – среди них совершенствование системы оценки предприятий, создание новых кредитных программ, снижение процентных ставок, и улучшение условий кредитования.

Библиографические ссылки

1. Колпаков Н. В. Программа господдержки предпринимательства в Красноярском крае увеличится // Деловой квартал. 2012. № 3. С. 9.
2. Балашева Я. А. Развитие малого предпринимательства в России // Финанс. 2012. № 5. С. 11–12.
3. Малый бизнес в России [Электронный ресурс]. URL: www.russiansmallbusiness.com.

© Гусейнова Т. А., Турчак К. В., 2012

УДК 658.1 (075)

С. В. Еремеева, В. Э. Кауп
Научный руководитель – Г. П. Беляков
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА НАУКОЕМКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В тезисах изложена роль инновационный потенциал наукоемкого предприятия. Приведены различные методы оценки инновационного потенциала.

В настоящее время значительная часть предприятий и организаций Российской Федерации испытывает затруднения при осуществлении своей деятельности. Это выражается в снижении объемов реализации, нехватке финансовых ресурсов для обеспечения функционирования производства, утрате конкурентоспособности продукции, снижении ее качества, постоянных сбоях производственных процессов. Для преодоления сложившейся ситуации предприятиям и организациям необходимо применять новые методы управления, связанные с внедрением инновационных технологий во все сферы функционирования хозяйствующего субъекта.

Предприятия, обладающие достаточным инновационным потенциалом, способны своевременно защитить бизнес от возможных угроз со стороны внешней среды, обладают значительными конкурентными преимуществами, легче приспосабливаются к изменяющимся условиям хозяйствования.

Инновационный потенциал наукоемкого предприятия – это совокупность его средств, возможностей,

ресурсов, продуктов, находящихся на разных стадиях разработки, технологий, проектов, необходимых для обеспечения инновационной деятельности и достижения инновационных целей. Он состоит из следующих блоков:

- 1) кадровый потенциал;
- 2) производственный потенциал;
- 3) финансовый потенциал;
- 4) маркетинговый потенциал;
- 5) организационно-управленческий потенциал;
- 6) научно-технический потенциал;
- 7) наличие устойчивых связей с научными организациями и вузами;
- 8) иные ресурсы, необходимые для осуществления инновационной деятельности.

Практические потребности выдвигают необходимость оценки инновационного потенциала предприятия. Существующие методы представлены в таблице.

Методы оценки инновационного потенциала

Название метода	Автор	Краткая характеристика
<i>Метод качественного убеждения</i>	–	Принятие решения основывалось, в первую очередь на интуиции первых лиц. При таком подходе высок риск ошибок.
<i>Детальный анализ внутренней среды и оценки инновационного потенциала</i>	Р. А. Фатхутдинов	Данный анализ проводится в основном на стадии обоснования инновации и подготовки проекта ее реализации и внедрению. При большой трудоемкости он дает системную и полезную информацию.
<i>Диагностический подход</i>	Р. А. Фатхутдинов	Используется при ограничении в сроках, отсутствии специалистов, способных проводить системный анализ, в случае отсутствия или недоступности информации об организации. Данный подход реализуется в анализе и диагностике состояния организации по ограниченному и доступному как для внутренних, так и для внешних аналитиков кругу параметров
<i>SWOT- анализ</i>	–	Это комплексный анализ текущего положения и может быть основой для определения возможных путей развития наукоемкого предприятия
<i>Математическая модель оценки потенциала предприятия</i>	Н. В. Шаланов	Метод позволяет осуществлять прогноз, при этом в качестве фактических показателей системы вводятся прогнозные значения и указываются будущие периоды времени.
<i>Индексный метод</i>	А. В. Улезько	Данный метод заключается в расчете отклонений фактических экономических показателей от нормативных и позволяет оценить «узкие места» и возможности более широкого использования ресурсов предприятия.
<i>Ресурсно-регрессионный метод оценки потенциала</i>	Ю. Ф. Врода	Этот метод позволяет оценивать влияние структурных изменений потенциала, определять нормативы отдачи ресурсов, выявлять вклад отдельных ресурсов в формирование потенциала. Его целесообразно применять в случае, когда потенциал предприятия представлен в виде нескольких возможных проектов развития предприятия
<i>Метод денежной оценки элементов потенциала</i>	А. В. Улезько	По данной методике можно оценить ресурсы предприятия в денежном выражении и рыночную стоимость предприятия. Недостатками метода денежной оценки элементов потенциала является то, что формальное сложение ресурсов в денежном эквиваленте позволяет судить лишь о массе ресурсов и частично об их структуре
<i>Индексный метод факторного анализа</i>	А. И. Москалев Л. А. Черняева	Данный подход основан на представлении о комплексном характере изучаемого явления, выражающемся во взаимосвязях и взаимозависимостях отдельных признаков. При помощи индексного метода оценки возможно осуществления индексирования затрат из которой складывается себестоимость производимой продукции.
<i>Экспертные методы</i>	–	Применяются для оценки потенциала, который сложно оценить стандартными математическими методами. Сущность таких методов состоит в проведении интуитивно-логического анализа проблемы, выполняемого привлеченными сторонними специалистами экспертами, обладающими необходимым профессиональным образованием, опытом и интуицией

Обобщая все вышеизложенное можно сказать, что имеется достаточно богатый методический инструментарий для оценки инновационного потенциала предприятия. Каждый метод может применяться в той или иной степени, но все они имеют свои недостатки.

Поэтому для оценки инновационного потенциала наукоемкого предприятия требуется разработка особого метода.

© Еремеева С. В., Кауп В. Э., 2012

УДК 658.511

А. А. Игнатенко
Научный руководитель – Е. М. Сычева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ЦЕХА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассматриваются задачи производственной программы, факторы влияния на производственную структуру предприятия, виды производственной структуры и совершенствование производственной структуры предприятия.

Составной частью общего плана предприятия является производственная программа.

Производственная программа это развернутый и подробный план производства и реализации продук-

ции, отражающий объем, номенклатуру, ассортимент и качество продукции.

Через производственную программу реализуется основная задача функционирования любого предпри-

ятия, которая состоит в производстве продукции и получении прибыли.

Производственная структура предприятия во многом складывается непосредственно под воздействием отраслевой технологии производства. Чем выше сложность технологического процесса, тем более разветвленной и громоздкой оказывается структура предприятия, а следовательно, и крупнее его размеры.

На производственную структуру влияет ряд факторов:

- отраслевая принадлежность предприятия – номенклатура выпускаемой продукции, ее конструктивные особенности, используемые материалы, способы получения и обработки заготовок; простота конструкции и технологичность изделия; уровень требований, предъявляемых к качеству продукции;

- тип производства, уровень его специализации и кооперирования;

- характер производственного процесса в основных, вспомогательных, побочных и подсобных цехах;

- способность производства оперативно и без больших потерь перестраиваться на выпуск новой продукции в измененной номенклатуре изделий.

Наиболее характерны следующие три вида производственной структуры.

Технологическая структура, при которой каждый основной цех специализируется на выполнении какой-либо определенной части общего производственного процесса, имеющую четкую технологическую обособленность, например, литейный, кузнечно-штамповочный, механический, сборочный цехи. Организация по технологическому принципу основных цехов, неспециализированных на изготовлении изделий определенного ограниченного числа номенклатурных названий, характерна для предприятий единичного и серийного производства, имеющих разнообразную и неустойчивую номенклатуру изготавливаемых изделий.

Предметная структура, при которой основные цехи предприятия и их участки строятся по признаку изготовления каждым из них либо определенного изделия, либо какой-либо его части (узла, агрегата), либо определенной группы деталей. Предметная структура преимущественно применяется в механических и сборочных цехах заводов крупносерийного и массового производства, где организуется несколько предметных механических и сборочных цехов или предметных участков.

Смешанная структура характеризуется наличием на одном и том же машиностроительном предприятии основных цехов, организованных и по технологическому, и по предметному принципу. Например, на машиностроительных предприятиях массового производства заготовительные цехи (литейные, кузнечные, прессовые), как правило, организуются по технологическому принципу, а механосборочные – по предметному принципу.

Принятая и утвержденная производственная программа предприятия доводится до каждого производственного звена и конкретизируется по отдельным узлам, деталям, сборочным единицам. Формирование производственной программы цеха начинается с основного выпуска продукции, изделий по договорным

обязательствам и согласованным ценам и затем доп. дополнительного выпуска по договорным ценам с другими предприятиями.

Сформированная производственная программа предприятия распределяется по цехам один раз в год. Однако в процессе ее реализации возможны различного рода корректировки в связи с изменениями номенклатуры, количества, объемов работ [1].

Важным экономическим вопросом, связанным с совершенствованием производственной структуры, является соотношение между основными, вспомогательными и обслуживающими цехами. Процесс изготовления продукции совершается в основных производственных цехах, поэтому они должны занимать преобладающее место не только по своей роли в работе предприятия, но и по количеству занятых в них рабочих, по занимаемой производственной площади. Между тем очень часто количество рабочих во вспомогательных цехах превышает численность основных. Возникающее неблагоприятное соотношение в численности может быть ликвидировано широкой механизацией вспомогательных работ [3].

В целом, основные пути совершенствования производственной структуры:

- укрупнение предприятий и цехов;
- поиск и реализация более совершенного принципа построения цехов и производственных предприятий;

- соблюдение рационального соотношения между основными, вспомогательными и обслуживающими цехами;

- постоянная работа по рационализации планировки предприятий;

- интеграция отдельных предприятий, создание мощных промышленных и научно-производственных объединений на основе концентрации производства;

- обеспечение пропорциональности между всеми частями предприятия;

- изменение производственного профиля, т. е. характера выпуска продукции, специализация и кооперирование; развитие комбинирования производства [2].

Укрупнение предприятий и цехов позволяет в более широких масштабах внедрять новую высокопроизводительную технику, постоянно совершенствовать технологию, улучшать организацию производства, выявление и реализация резервов улучшения структуры цехов и производственных участков – факторы постоянного совершенствования производственной структуры, повышения эффективности производства.

Библиографические ссылки

1. Информационный бизнес портал [Электронный ресурс] // Этапы формирования производственной программы предприятия. URL: <http://www.market-pages.ru/manpred/16.html>.

2. Производственный менеджмент : учеб. для вузов // под ред. проф. С. Д. Ильенковой. М. : Юнити-Дана, 2008.

3. Дистанционный консалтинг [Электронный ресурс] // Управление производством. URL: <http://www.dist-cons.ru>.

Ю. А. Ильин, А. Ю. Володин
 Научный руководитель – Г. И. Юрковская
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Раскрывается сущность и роль оценки результатов инновационной деятельности для предприятий промышленности. Рассматриваются распространенные подходы и методы оценки, а также требования, которым должна отвечать система показателей оценки инновационной деятельности промышленного предприятия.

Инновационная деятельность промышленных предприятий определяется составом и уровнем развития ее составляющих, их взаимосвязями и способностью работать как единая система реализации нововведений. Поэтому для оценки ее результатов необходимо, прежде всего, выявить ее составляющие, измерить их, определить взаимосвязи между ними и получить комплексную оценку осуществляемой предприятием инновационной деятельности. Сущность оценки результатов инновационной деятельности заключается в создании предпосылок и условий эффективного управления развитием промышленного предприятия в соответствии с постоянно меняющимися требованиями рынка. Одним из условий эффективного управления этим развитием является создание информационно-аналитической базы и формирование механизма ее функционирования, а также методических рекомендаций по принятию стратегических инновационно-ориентированных управленческих решений. Таким образом, возникает необходимость совершенствования методов оценки результатов инновационной деятельности промышленных предприятий, в соответствии с современными условиями хозяйствования и управления, информационную базу которых должна составлять совокупность показателей, рассчитываемых на основе действующей статистической, финансовой и бухгалтерской отчетности [1].

Результативные показатели, характеризующие эффективность инновационной деятельности промышленных предприятий, принадлежат к числу наиболее важных, но и вместе с тем, наиболее трудно определяемых ее характеристик. В связи с этим существует большое разнообразие подходов, как к оценке результатов инновационной деятельности в целом, так и к определению самих показателей в частности.

Так, например, Осло рассматривает влияние инноваций на деятельность предприятия путем непрерывного сбора сведений о целях и результатах инновационной деятельности в рамках инновационного обследования. При этом предполагается использовать анкеты с цифровой ранговой шкалой для оценки изменений в трех сферах: 1) – конкуренция, спрос и рынки; 2) – производство и доставка; 3) – организация рабочих мест. Параллельно регистрируются количественные изменения показателей оборота, затрат, занятости и производительности.

Другие исследователи считают наиболее эффективным подходом – использование факторного анали-

за, при этом взаимосвязь факторных абсолютных приростов и индексов, рассчитанных для сложных показателей, носит строго функциональный характер, что обеспечивает высокую достоверность результатов. Такого рода модели могут быть построены как для одного предприятия, так и для совокупности предприятий определенного вида экономической деятельности и в целом по экономике. В анализе целесообразно использовать синтетические показатели технического уровня производства, отражающие направления инновационной деятельности. При этом сначала необходимо представить схему причинно-следственной связи факторов и результативного показателя и факторов между собой. Например, при одновременном изменении всех рассматриваемых факторных признаков результативный индекс в соответствии с теорией интегральных методов факторного анализа можно представить следующим образом:

$$I_y = \prod_{j=0}^{n-1} \prod_{r=1}^m \prod_{i=1}^s \bar{f}_i^r \quad (1)$$

где Π – знак произведения; m – число структурных подразделений в рассматриваемой иерархии ($r = \overline{1, m}$); n – количество отрезков времени, на которые разбит отчетный период ($j = \overline{1, n}$); x_i – факторные признаки ($i = \overline{1, s}$); \bar{f}_i^r – средняя доля прироста показателя у r -го подраздела по фактору x_i^r в общем приросте результативного показателя (рассчитывается по средней хронологической) [3]. Исследователи, использующие данный подход считают, что он позволяет существенно улучшить результаты оценки, так как учитывает информацию о величине, структуре и динамике ресурсов и результатов инновационной деятельности, их влияния на социально-экономическое развитие страны путем взаимосвязи факторных абсолютных приростов и индексов в одном показателе.

В то же время в ряде источников авторы предлагают создавать целую систему показателей измерения инновационной деятельности, которая должна давать объективную оценку, учитывая отраслевые особенности протекания инновационных процессов, характеристики производственной системы, тип производства; также в системе должны быть показатели, отражающие наличие и качество основных стратегически важных для предприятия ресурсов, задействованных в инновационной деятельности, показатели, прямо или

косвенно указывающие на результативность использования имеющихся ресурсов предприятия, задействованных в инновационной деятельности.

К каждому из показателей, включаемых в данную систему, должны быть применены следующие требования:

- возможна ли однозначная интерпретация предложенного показателя;
- обеспечена ли принципиальная возможность расчета значения предложенного показателя;
- может ли ответственный за достижение той или иной цели в значительной степени влиять на значение предложенного показателя;
- в какой перспективе – краткосрочной (1 год) или долгосрочной (более 2 лет) можно влиять на значение предложенного показателя.

Предполагается, что система показателей по оценке результатов инновационной деятельности должна охватывать следующие сферы деятельности предприятия: финансы, клиенты, бизнес-процессы, потенциал и, таким образом, будет выступать в качестве сбалансированной системы показателей. Рассмотрим некоторые показатели, необходимые для расчета в рамках предлагаемой системы.

Для оценки состояния инновационной деятельности в рамках сферы «Финансы» сбалансированной системы показателей используются следующие коэффициенты: рентабельность продаж инновационной продукции ($R_{ид}$), удельный вес выручки от реализации инновационной продукции в общей сумме выручки от реализации ($УВ_{ид}$), удельный вес затрат на НИОКР в общей структуре затрат ($УВ_{ниокр}$) и другие. Рассмотрим первый из представленных коэффициентов:

$$R_{ид} = \Pi_{ид} / ВР_{ид}, \quad (2)$$

где $\Pi_{ид}$ – прибыль от реализации инновационной продукции, изготовленной с использованием новых или улучшенных технологий, тыс. руб.; $ВР_{ид}$ – выручка от реализации инновационной продукции и продукции, изготовленной с использованием новых или улучшенных технологий [4]. Сущность показателя состоит в определении эффективности реализации инновационной продукции, изготовленной с использованием новых технологий.

Для оценки состояния инновационной деятельности в рамках сферы «Клиенты» сбалансированной системы показателей могут быть использованы следующие коэффициенты: показатель доли рынка инновационной продукции (D), коэффициент удовлетворенности клиентов ($K_{ук}$), индекс цен инновационной продукции ($I_{ц}$) и другие. Наибольший интерес представляет последний коэффициент, так как он оценивает конкурентоспособность инновационной продукции по цене в сравнении с основными конкурентами или со среднеотраслевыми ценами продукции одного класса:

$$I_{ид} = \frac{Ц_i}{Ц_i'}, \quad (3)$$

где $Ц_i$ – средняя цена инновационной продукции, реализуемой предприятием, руб.; $Ц_i'$ – средняя цена ин-

новационной продукции, реализуемой основным конкурентом, руб. [4].

Показатели оценки результатов инновационной деятельности сферы «Бизнес-процессы» сбалансированной системы показателей представляют собой, в основном, стоимостные сравнения. Так, коэффициент универсальности оборудования (K_y) – средняя стоимость универсального оборудования в средней стоимости всего оборудования; удельный вес. Также рассчитываются удельный вес инновационных технологических операций в общем объеме технологических операций ($УВ_{тех}$), коэффициент модернизации основных средств (K_m) и другие.

Особое внимание в сбалансированной системе показателей уделяется оценке сферы «Потенциал». Для этого используются следующие коэффициенты: удельный вес затрат на обучение, переподготовку работников в общей сумме затрат предприятия ($УВ_{об}$); удельный вес затрат на приобретение нематериальных активов ($УВ_{нма}$); уровень зарплаты сотрудников, занятых исследованиями и разработками на предприятии ($W_{ниокр}$).

Таким образом, не существует единого подхода к оценке результатов инновационной деятельности промышленных предприятий, однако каждый из них должен отвечать определенным требованиям. Во-первых, сформированная система показателей оценки должна характеризовать все аспекты инновационной деятельности промышленного предприятия. Во-вторых, она должна включать оптимальный для конкретного предприятия состав показателей, который позволит объективно измерить, установить динамику и взаимосвязь общих и частных тенденций его развития, будет служить инструментом для выявления перспективных направлений инновационного развития, а также формировать необходимый и достаточный объем информации управленческого учета для целей оценки результатов инновационной деятельности.

Библиографические ссылки

1. Крюкова Т. М. Совершенствование системы оценки эффективности инновационной деятельности промышленных предприятий в современных условиях : автореф. [Электронный ресурс]. URL: http://www.nttu.ru/RUS/aspir_doktor/avtoreferat/kryukova_t_m.doc. 2009.
2. Руководство Осло: Совместная публикация ОЭСР и Евростата. М. : Вопр. измерения науч.-технологич. деятельности, 2010.
3. Саломатина Т. В. Статистический анализ – предпосылка разработки механизма управления инновационной деятельностью // Вопросы статистики. 2012. № 1.
4. Ильдяков А. В. Оценка состояния инновационной деятельности предприятия // Экономические науки. 2011. № 1.

© Ильин Ю. А., Володин А. Ю., 2012

А. В. Калинин
Научный руководитель – А. П. Сурник
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ КОНТРАФАКТА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Рассматриваются проблемы, связанные с нарушением исключительных прав владельцев объектов интеллектуальной собственности, а также трудности, возникающие с применением таможенными органами методов по противодействию контрафакта. Выявляются проблемы, и предлагаются возможные варианты их решения.

Борьба с оборотом контрафактной продукции представляет собой одну из важнейших задач, возложенных на таможенные органы Российской Федерации. Однако ее эффективное осуществление сопряжено с определенными трудностями.

В первую очередь это пробелы в нормативных актах РФ, связанные с отсутствием точного определения понятия контрафактности, а также расчетом ущерба, нанесенного правообладателю:

– в 4 части Гражданского кодекса Российской Федерации четко не определено незаконное использование товарного знака.

– в правовых нормах РФ нет точного разграничения таких понятий, как контрафакт, товар-имитация и фальсификат, а также наказание и ответственность за данные действия не дифференцированы.

– отсутствует единая методика подсчета ущерба, нанесенного правообладателю. Обычно для подсчета ущерба правообладателю используется показатель стоимости задержанного товара, однако не всегда до конца ясно, следует ли считать ущерб по цене, аналогичной оригинальной продукции правообладателя, или по цене контрафакта (разница может достигать сотен процентов) [2].

Если рассматривать непосредственно сам процесс борьбы с контрафактом, то можно выделить такие основные проблемы как:

– отсутствие норм, связанных с уничтожением оборудования для производства контрафакта.

– уничтожение контрафактной продукции.

– политика компании-правообладателя.

– трудности с хранением вещественных доказательств.

Самым распространенным способом борьбы с контрафакцией являются совместные мероприятия, проводимые полицией и органами таможни, в виде осмотра помещений и ареста контрафактной продукции. Несмотря на задержание товара, как правило, возникают трудности, связанные с уничтожением конфискованной продукции. То же самое относится и к оборудованию по производству контрафакта. Во многих случаях оно берется в аренду, однако установить настоящего собственника часто не представляется возможным [1].

По-прежнему не ясна политика компаний-правообладателей. Как правило, они не реагируют на заявления о нарушении, подделке или незаконном использовании ее товарного знака. Это связано с тем, что партии товаров незначительны, стоимость их, как правило, не превышает 25 000–30 000 рублей [3].

Не складывается практика приглашения правообладателей для участия в процедуре уничтожения контрафактной продукции (хотя формально их участие не запрещено). В лучшем случае компании получают лишь письменные подтверждения о факте уничтожения, в худшем – и этого не происходит.

При задержании крупных партий контрафакта возникает проблема его хранения. Продукция описывается и фотографируется, но из-за проблем с хранением, как правило, остается на складе правонарушителя. Правонарушитель вывозит продукцию и заявляет о ее утрате. Это позволяет избежать уголовной ответственности за особо крупные партии поддельной продукции и развалить уголовное дело еще на стадии его возбуждения.

Возможно, разрешению ситуации поможет создание новых законодательных актов, по контролю и пресечению потока контрафактных товаров уже совместно с государствами-членами таможенного союза. С другой стороны, растет доля контрафактных товаров, произведенных непосредственно на территории РФ, на подпольных производствах, которые обнаружить и привлечь к ответственности значительно сложнее. Это требует более организованного систематического подхода, а также четкого взаимодействия как правоохранительных органов, так и граждан России.

Библиографические ссылки

1. Об утверждении Инструкции о действиях должностных лиц таможенных органов при проведении таможенного осмотра помещений и территорий : Приказ ФТС РФ от 16.03.2011 № 578. М., 2011.

2. Корчагина Н. П. Контрафактная продукция: практика и ошибки // Право и экономика. М., 2007. № 2.

3. URL: www.tks.ru.

© Калинин А. В., 2012

УДК 658.1

В. Э. Кауп, С. В. Еремеева
Научный руководитель – Г. П. Беляков
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

УЧАСТИЕ ВУЗОВ В ИННОВАЦИОННОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Изложена роль вуза в развитии национальной инновационной системы, определены принципы деятельности российских высших учебных заведений.

Инновационный путь развития отечественной экономики невозможен без модернизации системы высшего профессионального образования. Вузам необходимо принимать активное участие в становлении и развитии национальной инновационной системы, поскольку знания в основном генерируются в системе образования, а состояние научной и инновационной деятельности в вузах оказывает большое влияние на развитие экономики государства.

В настоящее время современному вузу не достаточно заниматься только образованием и наукой. Возникает острая необходимость в развитии инновационной деятельности. Для конкурентоспособности в основе развития вуза должны лежать новые схемы формирования инноваций, направленные на повышение адаптивных возможностей вуза к быстро меняющимся условиям внешней среды. Уделяя особое значение развитию исследовательской и инновационной деятельности, именно исследовательские университеты добились наибольших успехов и показали высокую эффективность в решении таких актуальных задач, как:

- совершенствование механизмов управления вузом на базе современных экономических инструментов;
- генерация новых знаний;
- обеспечение эффективного внедрения технологий в экономику;
- проведение фундаментальных и прикладных исследований;
- подготовка магистров и кадров высшей квалификации, развитие программ переподготовки и повышения квалификации.

По мнению специалистов, возникла острая необходимость создания интегрированной социально-экономической системы взаимного партнерства между представителями высших учебных заведений, науки, бизнеса, государственной власти и общества.

В связи с этим деятельность российских высших учебных заведений должна быть основана на следующих фундаментальных принципах:

- единство научного и образовательного процессов и их направленность на экономическое и социальное развитие общества;
- выявление приоритетных направлений исследований, сосредоточение на них научных и финансовых ресурсов, осуществление научного процесса от начала до конца, заканчивая созданием готовой продукции;
- занятость студентов в научно-исследовательской и инновационной деятельности в ходе их работы в научно-образовательных комплексах и на малых инновационных предприятиях;
- привлечение соискателей, аспирантов и магистрантов, а также профессорско-преподавательского

состава к научно-исследовательской и инновационной деятельности;

- формирование на базе вуза развитой инфраструктуры для осуществления продвижения и внедрения эффективных научно-практических разработок;
- интеграция науки и образования в международное сообщество, осуществление международных проектов, создание международных проектных групп.

Одним из основных направлений развития и стимулирования инновационной деятельности является создание инновационной инфраструктуры вуза.

Под инновационной инфраструктурой вуза понимается – совокупность ресурсов и средств, обеспечивающих организационно-методическое, информационное консультативное и иное обслуживание инновационной деятельности. Инновационная инфраструктура вуза состоит из: инновационных структур (бизнес-инкубаторы, технопарки, инновационно-технологические центры, учебно-деловые центры и др.); структурных подразделений вуза (управлений, отделов), управляющих разработкой, внедрением и коммерциализацией инновационных проектов на уровне вуза и на уровне отдельных образовательных программ, центров коллективного пользования [1].

Инновационная инфраструктура необходима для успешного функционирования малых инновационных предприятий созданных на базе вуза, с целью коммерциализации научных разработок.

Малые инновационные предприятия это предприятия, разрабатывающие и внедряющие в производство наукоемкие технологии и изделия. Малые инновационные предприятия (МИП) являются важным компонентом НИС, поскольку выступают в качестве связующего звена между наукой и производством. Именно малые фирмы часто принимают на себя риск при разработке новых продуктов и технологий, превращении знаний в товар [2].

Создание малого инновационного предприятия на базе высшего учебного заведения предоставляет вузу целый ряд преимуществ, таких как дополнительный источник финансирования деятельности вуза, реализация научных инновационных проектов вуза, стимулирование научной деятельности, получение практических знаний студентами, повышение конкурентоспособности студентов вуза на рынке труда, повышение имиджа самого высшего учебного заведения.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://edu.inovat.ru>.
2. URL: <http://bffa.com/science/innovations/nauka mip.aspx>.

© Кауп В. Э., Еремеева С. В., 2012

Т. В. Кириенко
Научный руководитель – И. В. Филько
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ПЛАНА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Рассматривается сущность антикризисного управления, раскрываются содержание и особенности разработки плана антикризисного управления предприятием.

Любая организация, начиная с момента своего возникновения, сталкивается с целым рядом проблем, которые могут спровоцировать острый кризис, сопровождающийся резким ухудшением показателей деятельности: ликвидности, платежеспособности, рентабельности, оборачиваемости оборотных средств, финансовой устойчивости. Сильная конкуренция на рынке приводит к несостоятельности отдельных субъектов хозяйствования или к их временной неплатежеспособности.

Термин «кризис» с древнегреческого звучит дословно как «решение, поворотный пункт, исход». Понятие «антикризисного управления» появилось сравнительно недавно. Причиной его появления считается реформирование российской экономики и возникновение большого количества предприятий, находящихся на грани банкротства. Кризис предприятий – это вполне нормальное явление для рыночной экономики, в которой аналогично теории естественного отбора «выживают сильнейшие» [1].

Антикризисное управление – такая система управления предприятием, которая имеет комплексный, системный характер и направлена на предотвращение или устранение неблагоприятных для бизнеса явлений посредством использования всего потенциала современного менеджмента, разработки и реализации на предприятии специальной программы, имеющей стратегический характер, позволяющей устранить временные затруднения, сохранить и преумножить рыночные позиции при любых обстоятельствах, при опоре в основном на собственные ресурсы [2].

Актуальность данной темы заключается в том, что антикризисное управление (антикризисный менеджмент) стало одним из самых «популярных» терминов в деловой жизни России. Нестабильная ситуация в мировой экономике, увеличение количества происходящих финансовых кризисов в стране, привело к росту количества предприятий в РФ, находящихся на пути к банкротству.

Смысл антикризисного управления заключается в следующем:

- любой кризис можно предвидеть;
- кризис можно ускорить, отодвинуть или предотвратить;
- к кризисному положению можно подготовиться;
- для управления кризисом заранее разрабатываются методы и подходы;
- контроль за кризисом может нарушиться.

При осуществлении антикризисного управления предприятием используются такие технологии, как мобильность и динамичность для эффективного ис-

пользования ресурсов и реализации новых инвестиционных программ, разработка и реализация управленческих решений, выбор альтернативного варианта при оценке положения и применение антикризисного критерия при разработке и реализации управленческого решения [3].

По процессу и системе планирования в антикризисном управлении не существует единой точки зрения. В современной литературе в основном рассматривается только стратегическое планирование как один из элементов разработки антикризисных мер. На сегодняшний момент тактическому и операционному планированию должного внимания не уделяется.

К основным причинам осуществления планирования в антикризисном управлении можно отнести обоснование стратегии вывода организации из кризисной ситуации, определение перспектив развития, объемов продаж и ожидаемых финансовых результатов, определение источников финансирования мероприятий по выводу предприятия из кризисной ситуации.

Перед планированием антикризисного управления предприятием ставятся такие задачи, как: формулировка целей предприятия; определение конкретных направлений деятельности; определение объема продаж продукции; оценка затрат на создание продукции; разработка мероприятий и мер по изменению маркетинговой программы; определение направлений совершенствования системы оплаты труда и организации деятельности предприятия в целом.

Планирование в антикризисном управлении является непрерывным процессом изучения путей и методов совершенствования деятельности организации за счет выявленных возможностей, условий и факторов. И планы в условиях антикризисного управления не должны носить директивного характера – они должны меняться в соответствии с конкретной ситуацией.

Планирование в условиях антикризисного управления является значимой частью мероприятий по предотвращению банкротства предприятия. Данный вид управленческой деятельности наряду со своими преимуществами имеет сложность, которая состоит в том, что есть такие процессы в макроэкономике, которые не поддаются точному планированию, а макроэкономические показатели, такие например как деятельность других хозяйствующих субъектов, объем спроса, не обладаю высокой степенью надежности. Поэтому разработка плана антикризисного управления основывается на неполных данных.

План антикризисного управления предприятием – это стратегический план, поскольку его действие, в зависимости от силы и глубины кризиса, может быть

рассчитано даже на несколько лет. Как и всякий стратегический план, он должен содержать краткий анализ ситуации внутри предприятия и вне его. Далее в плане антикризисного управления должны присутствовать цели фирмы и задачи из них вытекающие, сроки достижения поставленных целей, результаты, к которым нужно стремиться. План антикризисного управления должен состоять из подпрограмм, которыми в зависимости от ситуации, могут быть: «Программа реорганизации компании»; «Производственная программа»; «Программа маркетинга»; «Финансовая программа»; «Программа управления персоналом», «Программа юридической защиты компании» и другие. И эти подпрограммы в свою очередь должны иметь цели, задачи, результаты, и самое главное – календарный план конкретных действий [4].

Для реализации этого плана должна быть выстроена четкая система коммуникаций внутри предприятия.

УДК 338.45.02

Е. Е. Койкова

Научный руководитель – Е. В. Еременко
Сибирский федеральный университет, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РФ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКОГО ФИЛИАЛА ОАО «СИБИРЬЭНЕРГОРЕМОНТ»)

Проведен анализ работы Красноярского филиала ОАО «Сибирьэнергоремонт», рассмотрены проблемы функционирования и развития. Предложены пути их решения в комплексе с техническим перевооружением и переподготовкой персонала для понимания стратегических задач предприятия.

Трудно переоценить роль тепла, энергии в жизни человека, особенно в суровых климатических условиях. Жители Красноярска, постоянно нуждаются в тепле, горячей воде, энергии, которые поступают с ТЭЦ. Для того чтобы ТЭЦ функционировали без сбоев в работе, необходимо ремонтировать оборудование, установленное на них.

Красноярский филиал ОАО «Сибирьэнергоремонт» – единственное предприятие в г. Красноярске, занимающееся ремонтом оборудования тепловых электрических станций и электрических сетей в Западной Сибири и на Дальнем Востоке. Почти 30 лет компания обеспечивает надёжное функционирование важнейших объектов энергетики, сотрудничая с крупными энергетическими компаниями, выполняя ремонт и изготовление запасных частей для оборудования. Кроме этого, компания осуществляет изготовление, монтаж, ремонт ответственных металлоконструкций зданий и сооружений, каркасов котлов и теплотрасс, производит нестандартное оборудование, проводит работы по очистке котлов, диагностирует энергетическое оборудование и многое другое.

Перед данным предприятием остро стоит проблема старения кадров. Специфика энергоремонта узконаправленная, а полноценных специалистов данного профиля готовят немногочисленные учебные заведения. Например, Политехнический институт СФУ – обучающий теплотехников и электриков, красноярские лицеи и техникумы – электросварщиков и монтажников.

Библиографические ссылки

1. Антикризисное управление : учеб. пособие / под ред. В. А. Барина. М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2006. 488 с.

2. Разработка антикризисного управления [Электронный ресурс] // Основные направления антикризисного управления при угрозе банкротства. URL: <http://s-i-c.ru/napr/audit/antikrisis.php>.

3. Роль и место планирования в антикризисном управлении современной организацией [Электронный ресурс] // Актуальные проблемы развития экономики современного предпринимательства. URL: <http://www.econference.ru/>.

4. Антикризисное управление: принятие решений на краю пропасти [Электронный ресурс] // Статьи о банкротстве и арбитражном управлении. URL: <http://arbitration.narod.ru/index.html>.

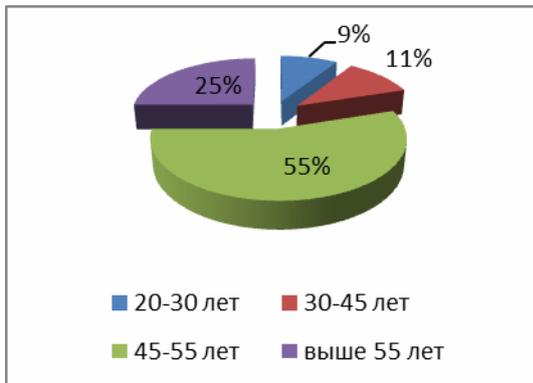
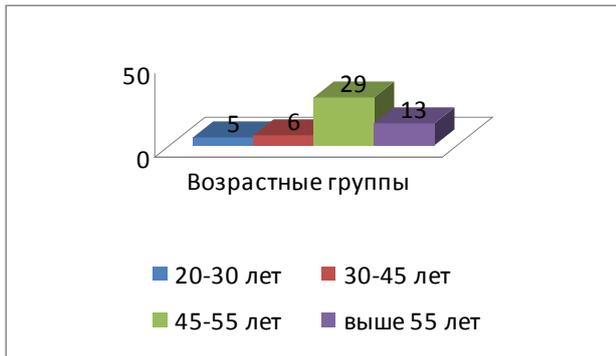
© Кириенко Т. В., 2012

Рассмотрим возрастную структуру работников Механосборочного цеха (МСЦ) Красноярского филиала ОАО «Сибирьэнергоремонт» (рисунок 1). Всего в МСЦ трудится 53 работника. Анализируя представленные данные, можно сделать вывод, что 55 % от общего числа сотрудников МСЦ занимают работники в «предпенсионном» возрасте (45–55 лет) и ещё 11 % – свыше 55 лет. Работников в возрасте до 45 лет всего 20 %.

Одной из главных проблем, стоящих перед предприятием, также является неплатёжеспособность заказчиков. Часто заказчики Красноярского филиала ОАО «Сибирьэнергоремонт» являются одновременно и поставщиками. Отсюда возникает такая проблема, как отсутствие материалов для изготовления продукции, их несвоевременная поставка. В результате чего сотрудники предприятия не справляются с работой в установленные сроки. За этим следуют выговоры рабочим, начальникам цехов, лишение премий. Следовательно, само предприятие несет огромные убытки. А ведь качество и срок – это основные ориентиры производства. В данном случае руководству предприятия целесообразно обратить внимание на более эффективные формы расчетов (возможно, расчеты аккредитивами).

В настоящее время, существует усложненная схема приобретения материалов. Необходимо предоставить возможность директору предприятия самому вести закупку сырья с предоставлением отчетности генеральному директору. Исключаются лишние, дей-

ствия, которые ведут к неэффективному использованию ресурсов.



Распределение сотрудников по возрастным группам

В Механосборочном цехе (МСЦ) Красноярского филиала ОАО «Сибирьэнергоремонт» всё оборудование ещё с советских времён (с 80–90-х гг.), оно устарело, часто ломается и постоянно требует ремонта. Кроме того, половина оборудования (станки, печи) вообще не используется. За последние годы в МСЦ был куплен только один станок для вытачивания деталей.

Большая часть оборудования рассчитана на массовое производство. Но узкий круг заказчиков не позволяет полноценно его использовать. Целесообразно задуматься руководству о продаже таких станков, об освобождении цехов от «ненужного» оборудования, от оборудования, не приносящего экономической выгоды. Освобожденные площади (а это около 1000 м²) можно использовать в других целях – сдавать осво-

божденные площади в аренду, получая доход в размере 7 200 тыс. рублей в год.

Существуют проблемы при выборе способов стимулирования рабочих. В Механосборочном цехе установлена повременная сдельная оплата труда, то есть рабочие получают зарплату за отработанное количество часов, у них нет стремления работать качественно, нет стимула к достижению максимальных результатов. Следует рассмотреть более действенные способы мотивации (например, сдельную оплату труда, при которой работник будет получать денежное вознаграждение за количество изготовленной продукции; бонусы, премии).

Рассмотрим административные проблемы, проблемы управления. Раньше (до 1 января 2011 г.) само предприятие было самостоятельной единицей, а МСЦ был просто Механическим цехом. Сейчас МСЦ объединил в себе 3 цеха: цех по ремонту запорной арматуры, цех по изготовлению запасных частей для котельного оборудования, цех мехобработки и изготовления запасных частей нестандартного оборудования. Всего в Механосборочном цехе трудится 53 человека (ранее 57), из них 4 руководителя (ранее 8), 2 специалиста, 47 рабочих (в настоящее время на одного руководителя приходится 11 рабочих). Можно выделить плюсы таких изменений организационной структуры: сокращение руководящего состава (экономия финансовых ресурсов предприятием), более быстрый обмен информацией. Но также существуют и минусы упрощения организационной структуры – слишком объемный поток информации, увеличивается время принятия решений, сложность в осуществлении контроля. Необходимо рассмотреть другие организационные структуры и системы управления, для того чтобы цех работал более эффективно.

Организационная структура самого предприятия очень громоздка, непонятна. Всего на предприятии трудится 1865 работников, из них 256 – руководящий состав, 1609 – рабочих (на 1 руководителя приходится 6 рабочих).

Проблемы, очевидно, не лежат на поверхности. Учитывая тот факт, что данные трудности преследуют все предприятия энергетической отрасли РФ, необходимо их решать в комплексе с техническим перевооружением и переподготовкой персонала в плане понимания стратегических задач предприятия.

© Койкова Е. Е., 2012

УДК 338.23

М. В. Кольяк
Научный руководитель – Ю. А. Анищенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА И УПРАВЛЕНИЕ МИНЕРАЛЬНО-СЫРЬЕВЫМИ КОМПЛЕКСАМИ

Рассматриваются значение минерально-сырьевой базы для перевода России на инновационный путь развития и сохранения ее национальной безопасности, проблема неэффективной экономической политики в области управления минерально-сырьевыми комплексами.

Создание и расширение минерально-сырьевой базы является одной из основных предпосылок успешного роста экономики любой страны, как на этапе индустриального становления, так и в период инновационного развития. То есть, минерально-сырьевые ресурсы являются источником экономического процветания и прогресса для многих стран мира.

Минерально-сырьевой комплекс – это совокупность всех горнодобывающих и перерабатывающих минеральное сырье предприятий (горнопромышленный комплекс), минерально-сырьевая база, а также обслуживающая горнопромышленный комплекс геологоразведочная отрасль. Минерально-сырьевой комплекс России (МСК) – это около 40 % основных фондов промышленных предприятий, 13 % – балансовой стоимости основных фондов, он обеспечивает создание примерно трети ВВП, а его продукция составляет более 70 % объема экспорта страны.

Сегодня МСК, обладающий высокой устойчивостью к выживанию в условиях реформирования по сравнению с другими отраслями экономики, оказался в критическом состоянии. В ведении Министерства природных ресурсов и экологии находилось 193 предприятия, но из них по разным причинам прекратили существование 82. В настоящее время в ведении Роснедр находится всего 22 предприятия и 4 учреждения с численностью около 30 тыс. человек.

В качестве примера бездарного обращения со стратегическими сырьевыми ресурсами следует указать непродуманную политику в отношении кобальта. ОАО «Норильский никель» заключил сделку с американским химическим гигантом «ОМ Групп». Благодаря этому контракту «ОМ Групп», уже владевшая рядом кобальтовых предприятий, поглотила треть мирового рынка этого металла, и, естественно, цены на кобальт тут же пошли вверх. Если в начале 2006 года фунт кобальта на мировом рынке стоил 17 долларов, то в первом полугодии 2011 года за него давали уже 54 доллара [1]. В результате упомянутой сделки России придется теперь покупать кобальт по рыночной цене, которая после концентрации его основных ресурсов у «ОМ Групп» уже подскочила на 70 %. Причем вовсе не факт, что американская компания будет продавать металл своему стратегическому конкуренту.

Следует отметить, что в США и Китае к минерально-сырьевому комплексу допущены только национальные компании. Это обусловлено стратегической значимостью для безопасности страны результатов геологоразведочных работ, сейсморазведки,

бурения, геофизических исследований скважин на суше и море. Здесь многое зависит от законодательной базы.

Разрушительное воздействие на национальное производство оказывают и энергетические монополии, сужающие внутренний рынок, что компенсируется усиливающейся ориентацией топливно-сырьевого комплекса на внешних потребителей, причем как в прямой, так и в косвенной формах. За период с 2000-го по 2010 год из нашей страны было вывезено 1 трлн 917,8 млрд кубометров природного газа, 2 млрд 236,8 млн тонн сырой нефти и 917 млн тонн нефтепродуктов. Это общенациональное богатство потянуло на 1 трлн 390 млрд 642 млн долларов, причем без учета серых схем, позволяющих экспортерам существенно занижать реальные доходы.

Учитывая стратегическое значение минерально-сырьевой базы для экономического развития России и ее национальной безопасности, необходимо понимать, что существенными угрозами для нашей страны являются: гипертрофированное развитие экспорта топливно-энергетических ресурсов; экспансия на внутренний рынок зарубежного оборудования, товаров и услуг; рост экспорта стратегических видов сырья; исчерпание сравнительно легко доступных и богатых по минеральному содержанию месторождений полезных ископаемых и др. [2].

Уже сейчас мы на 15–20 лет отстаем от развитых горнодобывающих государств в научно-технических и технологических разработках в важнейших направлениях – дегазация угольных шахт и утилизация метана в промышленных целях; создание технических и технологических комплексов с дистанционным управлением – горная робототехника, микробиологическое обогащение полезных ископаемых и др. Поэтому для модернизации структуры промышленного производства и экспорта необходимо стимулировать глубокую переработку и комплексное использование природных ресурсов.

Освоение территориальной совокупности полезных ископаемых (крупных ресурсных сочетаний) возможно через организацию сконцентрированных в рамках единого производственного процесса групп предприятий смежных отраслей. К перспективным направлениям относится организация горно-металлургических и химико-металлургических комплексов, станций подземной газификации угля для выработки тепловой и электрической энергии, жидкого топлива и дефицитных химических продуктов.

Также необходим новый федеральный орган, который будет осуществлять такие важные функции, как восстановление системы стратегического исследования недр с целью создания перспективного задела обеспечения страны важнейшими видами полезных ископаемых; научно-аналитическая разработка минерально-сырьевой политики; анализ и оценка перспектив потребления экспорта и импорта минерального сырья и разработка предложений по покрытию дефицита; разработка предложений по созданию запасов минерального сырья и материалов для обеспечения государства в особых условиях [2].

Развитие минерально-сырьевого комплекса России играет ключевую роль в решении поставленных руководством нашего государства задач по увеличению темпов экономического роста, переводу страны на инновационный путь развития. Достижение намеченных целей в определяющей степени будет зависеть от внедрения технологий глубокой переработки и эффективного использования природных ресурсов.

Основной тенденцией должно стать внедрение технологий глубокой переработки сырьевых ресурсов и создание новых материалов, а также новых видов продукции на их основе. В частности, следует учитывать возросший интерес в мире к редкоземельным металлам – РЗМ.

Для России необходима «догоняющая» модель общественного развития. Такую модель успешно реализовала в свое время Япония, а вслед за ней Южная Корея и ряд других азиатских стран.

Библиографические ссылки

1. *Официальный сайт ФГУП Государственной комиссии по запасам [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gkz-rf.ru>.*

2. *Россия в тисках минерально-сырьевого экспорта // Промышленные Ведомости. 2011. № 11.*

© Кольяк М. В., 2012

УДК 658.3

М. Б. Конева

Научный руководитель – М. А. Рагозина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

Оборонно-промышленный комплекс России в настоящее время испытывает дефицит молодых кадров. В связи с этим правительство проводит активную работу, направленную на повышения престижа профессий, связанных с обороной, улучшение качества образования в этой сфере, а так же стимулирование активной научной и производственной деятельности молодых специалистов.

Развитие оборонно-промышленного комплекса Российской Федерации относится к числу высших приоритетов государства. В настоящее время перед ОПК поставлена задача обеспечения национальной безопасности и обороноспособности страны, обеспечения технического уровня, качества и конкурентоспособности военной и гражданской продукции

Состояние и уровень развития оборонных отраслей промышленности имеют первостепенное значение для обеспечения национальной безопасности и во многом определяют технологический прогресс в производстве наукоемкой высокотехнологичной продукции в таких областях, как авиационная техника, ракетно-космическая промышленность, сложная медицинская техника, машиностроение, приборостроение, транспорт, связь и здравоохранение.

Кадровый потенциал и его состояние является одним из важнейших направлений развития ОПК. Недостаток стимулов для развития новых идей, утрата связей между вузами, отраслевыми институтами и предприятиями ОПК приводит к отставанию в области оборонно-промышленных исследований, разрушению наукоёмких отраслей.

При высоких требованиях к уровню квалификации работников ОПК и сохранении определенных ограничений, престиж работников комплекса значительно снизился, что нашло отражение как в уровне их зара-

ботной платы, так и уровне социальной обеспеченности. В связи с этим, к настоящему времени произошло значительное сокращение количественного и качественного состава таких работников в отраслевых организациях, что в отсутствие возможности их восполнения на рынке труда привело к кадровому дефициту.

Преподаватели технических вузов часто жалуются на недобор студентов по специальностям, близким к обороне. Овладевать профессиями, связанными, к примеру, с ракетной техникой, объективно тяжело. Идти на такие жертвы, чтобы затем работать на предприятии за сравнительно небольшую зарплату, готовы немногие. В результате недобор студентов по специальностям, востребованным предприятиями оборонного комплекса и ракетно-космической отрасли, в текущем учебном году достиг 40 % [1].

Еще одна проблема обеспечения оборонно-промышленного комплекса кадрами заключается в том, что современное состояние системы многоуровневого образования и реализуемый комплекс мер по закреплению кадров в ОПК не в полной мере отвечают потребностям высокотехнологичных отраслей. Кроме того, теоретические знания, полученные по оборонным специальностям, во многом определяются практическими навыками, приобретаемыми при работе с широко используемыми в системе вооружения устройствами. В настоящее время образовательные

учреждения профессионального образования, готовые кадры по оборонным специальностям, не имеют возможности в полном объеме обеспечить достаточный уровень практической подготовки, как из-за отсутствия, так и высокой стоимости лабораторной базы, потребности в больших площадях и значительном штате обслуживающего персонала.

В настоящее время в России ведется активная работа по повышению престижа профессий, связанных с обороной. Так на период до 2015 года разработана стратегия создания в оборонно-промышленном комплексе системы многоуровневого непрерывного образования. В рамках этой стратегии предполагается разработка и совершенствование нормативно-правового, финансово-экономического и организационно-методического обеспечения мероприятий по формированию в оборонно-промышленном комплексе системы многоуровневого непрерывного образования и закрепления кадров, в том числе молодых научных работников, специалистов и рабочих кадров, разработка государственных образовательных стандартов профессионального образования по направлениям подготовки (специальностям) и профессиям, по которым готовятся кадры для оборонно-промышленного комплекса, реализация комплекса мер по закреплению кадров в ОПК, в том числе молодых научных работников, специалистов и рабочих кадров.

В целях сохранения и закрепления кадрового потенциала в оборонно-промышленном комплексе Министерством промышленности и торговли Российской Федерации был разработан проект указа Президента Российской Федерации «Об осуществлении государственной поддержки молодых работников организаций оборонно-промышленного комплекса Российской Федерации. Стипендия назначается за передовые научно-технические и производственно-технологические достижения, обеспечившие улучшение качества, боевой эффективности и конкурентоспособности вооружения, военной, специальной и инновационной техники.

Дефицит абитуриентов, желающих осваивать инженерные специальности с последующим устройст-

вом на предприятия ОПК, заставил правительство придумывать неординарные методы исправления ситуации. В том числе решено пропагандировать инженерное образование в России.

Для изменения этой ситуации наряду с усилением работы вузов по профориентации школьников, необходимо активное и непосредственное участие представителей работодателей – корпораций, организаций и бизнеса, которые должны активно направлять граждан в вузы на условиях целевого приема. Должны быть созданы социально-экономические предпосылки и нормативная правовая база, способствующие закреплению в отрасли молодых специалистов и их эффективной деятельности.

Необходимо повышать престиж профессий, связанных с работой на оборону.

Поэтому разумно наделять специалистов, занятых в ОПК, дополнительными социальными гарантиями и даже привилегиями. Кроме того, средняя заработная плата на предприятиях государственного сектора ОПК, конструкторских и научных центрах должна быть сопоставима с денежным довольствием в Армии.

Нужно вернуть интерес к инженерным профессиям, и в первую очередь нужно дать понять каждому, что это интересная профессия, и она будет приносить доход. Это очень широкая область, и полученная профессия в отрасли оборонной промышленности будет иметь спрос и в гражданском секторе.

Такие меры будут способствовать обеспечению оборонной и экономической безопасности России, преодолению кризисного состояния кадрового потенциала ОПК, созданию долговременных условий для устойчивого развития организаций ОПК и их конкурентоспособности.

Библиографические ссылки

1. Панов П., Куйбида А. Оборонно-промышленный комплекс решено прорекламировать // Известия. 2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.izvestia.ru/news/514600>.

© Конева М. Б.О, 2012

УДК 333.10-68

А. А. Коцюба, Д. В. Старикова
Научный руководитель – Т. В. Ващенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СКОРИНГА В РОССИИ

Рассмотрена сущность и назначение скоринга как метода оценки кредитного риска, выделены типы скоринга, а также обозначены пути совершенствования скоринговых систем в России.

Скоринг, зародившийся в США в середине XX в., применяется для определения кредитоспособности потенциальных заёмщиков. Самую высокую популярность скоринговые системы приобрели в конце XX века, так как именно в этот период стала широко применяться выдача кредитов посредством кредитных карт [1].

Почему же при всей узнаваемости данного термина скоринг нечасто присутствует в розничных системах банков?

Одна из причин – информационная закрытость таких модулей. Банки, впервые применившие данный инструмент, не заинтересованы в разглашении деталей их реализации. Договоры с разработчиками носят

эсклюзивный характер, связывая банк и партнеров очень жесткими условиями о неразглашении коммерческой тайны.

Второй причиной является невысокая точность, которую показывают простейшие статистические инструменты в условиях отсутствия достаточной статистики и кредитной истории. Банк в большей степени обращает внимание на достоверность первичных клиентских документов.

И третья причина заключается в отсутствии переведенных монографий с иностранных языков на русских по тематике скоринга [2].

Экспертная модель на первом этапе дает действительно хорошую точность, однако второго шага, по мере втягивания в кредитный бизнес, например переход на методику лог-регрессии (которая является самой популярной на Западе), банк не делает. Скоринговые системы банков представлены в виде таблиц Excel (90 %).

Необходимо рассмотреть основные типы скоринга.

Application-скоринг – оценка кредитоспособности заемщиков для получения кредита.

Вопрос адекватной оценки кредитозаемщика на стадии получения кредита стоит для отечественных банков крайне остро. По оценкам «РА Эксперт», весомая часть просроченной задолженности – «заслуга» нескольких банков из топ-50, а с учетом ссуд, переданных коллекторским агентствам, доля «плохих долгов» в объеме кредитов физическим лицам у ряда игроков банковского розничного рынка достигает 25%. Таким образом, можно смело утверждать, что Application-скоринг в настоящее время является наиболее актуальным типом скоринга для России [3].

- Collection-скоринг – определение приоритетных направлений работы в отношении заемщиков, состояние кредитного счета которых классифицировано как «неудовлетворительное».

В последнее время российские банки все чаще и чаще поднимают вопрос о необходимости использования Collection-скоринга в повседневной работе. Использование этого типа скоринга позволяет вести планомерную работу с просроченной задолженностью до момента ее передачи в коллекторское агентство. Опыт показывает, что значительную часть задолженности в ходе этой работы удается ликвидировать. Например, согласно результатам ряда исследований около 40% всех неплатежей приходится на забывчивых заемщиков, которые без всякого умысла забывают внести платеж по кредиту и «исправляются» после первых напоминаний.

- Behavioral-скоринг (поведенческий скоринг) – оценка динамики состояния кредитного счета заемщика.

Используемые для этой задачи вероятностные скоринговые модели позволяют спрогнозировать изменение платежеспособности заемщика, определить оптимальные лимиты по кредитной карте и т. д. Например, на основании поведения заемщика за предыдущие пять месяцев можно спрогнозировать его поведение в последующие два месяца. В России этот тип скоринга практически не применяется, причем не столько в силу отсутствия необходимости, сколько

из-за отсутствия скоринговых систем, способных решать подобные задачи.

- Fraud-скоринг – оценка вероятности мошенничества потенциального заемщика.

Этот тип скоринга, как правило, используется в связке с Application- и Behavioral-скорингом для более детального анализа поведения заемщиков. Его актуальность для российского рынка достаточно велика. По данным ряда отечественных банков, откровенное мошенничество составляет до 10 % от всех неплатежей, и этот показатель с каждым годом продолжает медленно, но неуклонно увеличиваться [4].

В настоящее время скоринг становится все более популярным не только при оценке риска при различных видах кредита, но и в других областях: в маркетинге (для определения вероятности, что именно эта группа клиентов будет пользоваться этим видом продукции), при работе с должниками (если клиент задерживается с очередным платежом, какой метод воздействия будет наиболее эффективным), при выявлении мошенничества с кредитными карточками, при определении вероятности, что клиент может перебежать к конкуренту и т. п.

В заключение можно сказать, что в Российской Федерации, в сравнении со странами Европы и США, развитие скоринга происходит достаточно медленными темпами. У отечественных банков не достаточно данных для создания действенных скоринговых моделей, которые в силах повысить спрос на розничное кредитование, а также, что немаловажно, понизить уровень банковских рисков.

На данный момент существует два способа решения выше упомянутой проблемы. В первую очередь, необходимо активно применять на практике модель, спланированную заграничными странами, при этом нужно адаптировать её к особенностям российской экономики и социальным нормам. Безусловно, этот процесс займёт не малый период времени и потребует определенных затрат. Во-вторых, нужно не надолго отказаться от использования скоринговых программ в процессе кредитования и давать положительные ответы о кредитных займах практически всем желающим. Это понадобится для того, чтобы накопить необходимое количество столь недостающей информации о заемщиках. Данные пригодятся для формирования российской скоринговой системы, которая будет весьма действенной, но в то же время достаточно дорогостоящей для банков.

Библиографические ссылки

1. Боронихина О. В. *Управление рисками в России // Банковское кредитование. 2012. № 3. С. 26–29.*
2. Василюк В. Л. *Финансовые риски банков // Бухгалтерия и финансы. 2011. № 19. С. 38–41.*
3. *Выступление В. В. Путина. Государство берет кредитные риски на себя [Электронный ресурс]. URL: <http://gpclub.ru/news/>.*
4. Соложенцев Е. Д., Степанова Н. В., Карасев В. В. *// Прозрачность методик оценки кредитных рисков и рейтингов // Кредитные риски. 2011. № 29.*

УДК 669.713.7

Е. А. Лапатская
Научный руководитель – И. В. Полухин
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СУДЕБНАЯ ПРАКТИКА РАССМОТРЕНИЯ СПОРОВ О КОРРЕКТИРОВКЕ ТАМОЖЕННОЙ СТОИМОСТИ

Корректное определение стоимости, необходимо для того чтобы правильно определить размер пошлины и других бюджетных сборов. Стоит отметить, что таможенная стоимость товара является предметом тщательного контроля таможенных органов. Заявленная стоимость тщательно проверяется: источником информации для контроля служат как данные, указанные в таможенной декларации, так и информация, которой располагают таможенные органы. Если есть основания полагать, что заявленная стоимость является недостоверной, то возникает необходимость ее корректировки (КТС).

Порядок корректировки таможенной стоимости товаров в настоящее время определяется ст. 68 Таможенного кодекса Таможенного союза и Решением Комиссии таможенного союза от 20 сентября 2010 года № 376 «О порядке декларирования, контроля и корректировки таможенной стоимости товаров».

Решение о корректировке таможенной стоимости товаров принимается таможенным органом, если по результатам проведенного таможенного контроля обнаружено, что заявленная таможенная стоимость товаров является недостоверной, в том числе неправильно выбран метод определения таможенной стоимости товаров и (или) определена таможенная стоимость товаров [1].

Согласно Порядку контроля таможенной стоимости, установленному Решением Комиссии таможенного союза № 376, таможенный орган имеет право осуществлять контроль таможенной стоимости товаров как до, так и после их выпуска, в том числе с использованием системы управления рисками (СУР). В вышеназванном документе перечислены признаки недостоверности заявленных сведений о таможенной стоимости товаров, которые суды принимают во внимание, занимая сторону таможенного органа [2].

Требование таможенного органа скорректировать таможенную стоимость товаров, заявленную участниками ВЭД, часто приводит к судебным спорам. Из всех споров с таможенными органами, которые федеральные арбитражные суды рассмотрели в 2011 г., доля дел, касающихся корректировки таможенной стоимости, составила 35 %, то есть каждый третий спор. При этом самое большое количество споров о корректировке таможенной стоимости, рассмотренных федеральными арбитражными судами – около 46 % – приходится на Северо-Кавказский округ. В данном округе доля таких споров составляет 73 % всех судебных разбирательств с таможенными органами. Дальневосточный округ – второй по количеству споров о корректировке таможенной стоимости (302 из 658). На третьем месте – Московский округ (132 из 601) [3].

Обычно декларанты вынуждены доплачивать таможенные платежи, начисленные таможенным органом в результате проведенной корректировки, чтобы не задерживать выпуск товара. Впоследствии в суде участники ВЭД пытаются вернуть излишне уплачен-

ные платежи, а в случае выигрыша – расходы на адвокатов. Нередко действия (бездействие) таможенного органа по корректировке заявленной декларантом таможенной стоимости товаров приводят к нарушению сроков их выпуска, что также является основанием для обращения в суд. Есть примеры, когда участники ВЭД требуют от таможенного органа пени за просрочку и убытки, связанные с хранением не выпущенных в срок товаров.

В подавляющем большинстве случаев споры выигрывают декларанты, не согласные с решением таможенного органа о корректировке. Так, в октябре 2011 г. положительно для участников ВЭД разрешилось 80 % подобных разбирательств. Таможенные органы выигрывали только в каждом девятом случае. Примерно каждое 11-е дело направлено на новое рассмотрение. [3] Тот факт, что суды в основном занимают сторону участников ВЭД в спорах о корректировке таможенной стоимости, отметила и Счетная палата РФ.

Большинство споров, рассмотренных в 2011 г., инициированы до введения в действие таможенного законодательства Таможенного союза и в период действия Таможенного кодекса РФ (1008 дел). Первые дела о корректировке таможенной стоимости по нормам Таможенного кодекса Таможенного союза федеральные арбитражные суды начали рассматривать в апреле–мае 2011 г. К концу года таких дел насчитывалось уже 227 [3].

Основная норма, к которой обращаются суды, – п. 4 ст. 65 Таможенного кодекса Таможенного союза. Согласно данному пункту заявляемая таможенная стоимость товаров и сведения, относящиеся к ее определению, должны основываться на достоверной, количественно определяемой и документально подтвержденной информации. В делах, связанных с нарушением сроков выпуска товаров из-за требований таможенного органа о корректировке таможенной стоимости, суды также ориентируются на ст. 195, 196 и 201 ТК ТС. К числу основополагающих документов, которыми руководствуются суды, относится и постановление Пленума ВАС РФ от 26.07.2005 № 29 [4]. В частности, в нем разъясняется, что следует понимать под несоблюдением условия о документальном подтверждении, количественной определенности и достоверности цены сделки с ввозимыми товарами.

Из вышеуказанного постановления также следует, что таможенный орган, самостоятельно определяя таможенную стоимость декларируемого товара, обязан обосновать невозможность применения метода, выбранного декларантом, представив доказательства объективной невозможности получения или использования ценовой и иной информации, в том числе содержащейся в базах данных таможенных органов.

Аудиторы Счетной палаты отметили, что суды не всегда рассматривают различие цены сделки и имеющейся в распоряжении таможенного органа ценовой информации как признак недостоверности заявленных сведений, в результате чего выносят решения в пользу участников ВЭД, оспаривающих решения таможенного органа по таможенной стоимости [3]. Кроме того, если при корректировке таможенной стоимости, заявленной импортером, таможенный орган руководствуется информацией о сделках с однородными и идентичными товарами иных участников ВЭД, необходимо учитывать вес партии и условия поставки.

Библиографические ссылки

1. Таможенный кодекс Таможенного союза [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru>.

2. О порядке декларирования, контроля и корректировки таможенной стоимости товаров : решение Комиссии таможенного союза ЕврАзЭС от 20 сентября 2010 года № 376 [Электронный ресурс] // Официальный сайт КТС. URL: <http://www.tsouz.ru>.

3. Споры о стоимости [Электронный ресурс] // Информационно-консультационная система «Виртуальная таможня». Режим доступа: <http://www.vch.ru>.

4. О некоторых вопросах практики рассмотрения споров, связанных с определением таможенной стоимости товаров : Постановление Пленума ВАС РФ от 26.07.2005 № 29 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. URL.: <http://www.consultant.ru>.

© Лапатская Е. А., 2012

УДК 331.101.262

Е. М. Левченко

Научный руководитель – Г. А. Карачёва

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВНЕДРЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрены мероприятия по повышению эффективности использования трудовых ресурсов с использованием системы ключевых показателей эффективности. Актуальность работы обусловлена снижением среднего возраста работников, увеличением производительности труда и доходной части предприятия.

Одним из инструментов управления эффективностью трудовыми ресурсами предприятия является система ключевых показателей эффективности (КПЭ). Задача технологии ключевых показателей эффективности состоит в том, чтобы связать стратегию управления персоналом с общей стратегией предприятия, перевести стратегию компании в области управления персоналом в комплексный набор показателей ее деятельности, определяющих основные параметры системы измерения и управления. Традиционные финансово-экономические показатели являются недостаточными для определения стратегического успеха компании и обеспечения обратной связи. Для решения этих задач необходимо иметь сбалансированный набор показателей деятельности компании в различных плоскостях, позволяющий контролировать факторы, влияющие на эти показатели, а не просто отслеживать результаты [1].

Перечень КПЭ должен соответствовать наиболее важным (стратегическим) целям предприятия. Изначально для того, чтобы включить систему ключевых показателей эффективности необходимо разработать план мероприятий по их внедрению. Данный план позволит определить порядок разработки, установления, мониторинга, оценки результатов деятельности и годового премирования работников предприятия на основе ключевых показателей эффективности, на-

правленных на достижение целей развития комбината. Для оценки результатов деятельности по каждому КПЭ устанавливается несколько уровней: нижний или пороговый уровень – соответствует минимальному уровню достижения показателя; целевой уровень – соответствует полному выполнению показателя; верхний уровень – максимально допустимый уровень соответствует значительному превышению размеров установленного КПЭ.

Уровень достижения КПЭ влияет на величину исчисляемой годовой премии. Если фактический результат не достиг нижнего уровня, то премиальная выплата по данному показателю не предусматривается. В зависимости от вида показателя, сложности и напряженности его выполнения уровни показателя могут отличаться от предельных размеров. Мониторинг достижения показателей эффективности проводится в течение года и заключается в оценке уровня достижения промежуточных и целевых значений КПЭ и направлен: на получение регулярной информации о ходе выполнения КПЭ; на предоставление возможности своевременно выявлять основные проблемы, которые препятствуют выполнению поставленных задач, устранять возникающие несоответствия [2].

Ожидаемые эффект от внедрения ключевых показателей эффективности использования трудовых ресурсов предприятия – снижение численности персо-

нала и среднего возраста работников; увеличение производительности труда и увеличение доходной части предприятия. Рассмотрим, как можно достичь снижение численности персонала на ФГУП «ГХК», в состав которого входит профилакторий «Юбилейный». Профилакторий является объектом социального значения и предназначен для оздоровления работников предприятия. Данное подразделение не приносит прибыли предприятию, при этом в его составе числится 150 работников. С 2009 года количество отдыхающих в профилактории снижается, при этом количество персонала не изменялось. Так как с каждым годом отдыхающих становится меньше, то предприятию нет необходимости выводить большое количество работников в смену. При снижении численности персонала в смену на одного или два человека изменения в качестве обслуживания не будет. После сокращения численности в профилактории «Юбилейный» увеличится производительность труда и уменьшится фонда заработной платы предприятия.

Также одним из непрофильных подразделений ГХК является «Производственное ремонтное эксплуатационное хозяйство» (ПРЭХ). В подразделении ПРЭХ числится 600 человек, которые занимаются обслуживанием, содержанием и ремонтом зданий и сооружений, они являются объектами социального значения, поэтому Горно-химический комбинат не получает от осуществления работ никакой прибыли. В данном подразделении насчитывается более 30 профессий рабочих. Примерно 6 % годового фонда заработной платы приходится на ПРЭХ. Поскольку «Производственное ремонтное эксплуатационное хозяйство» является объектом социального значения и является убыточным для ФГУП «ГХК» поэтому данное подразделение можно ликвидировать из состава ГХК и, в связи с его выполняемыми функциями, передать в муниципальную собственность. Для того, чтобы не оставлять без работы персонал ПРЭХ они будут переданы вместе с объектами социального значения. По итогам сокращения персонала в профилактории «Юбилейный» и передачи в муниципальную собственность ПРЭХ общая числен-

ность работников на предприятии снизится. После сокращения численности персонала возрастной состав работников незначительно изменится, но данного количества персонала недостаточно для достижения КПЭ, поэтому для того чтобы заинтересовать работников к уходу большинство предприятий используют выходное пособие. Максимальное выходное на ГХК составляет 170 тыс. руб. Для того чтобы стимулировать работников к уходу необходимо увеличить сумму выходного пособия до 250 тыс. руб. После сокращения работников пенсионного возраста предприятие примет на работу молодых специалистов.

Также на предприятии планируется увеличение объема выполняемых работ и услуг на сторону. А именно: цех сетей и подстанций берет три подстанции у Гортеплоэнерго (на договорной основе) на ремонт и обслуживание; увеличение количества поступления уранового сырья приводит к большему объему работ по его переработке; заказ Управления железнодорожным транспортом на построение подъездных путей к бетонному заводу; выполнение заказов на субподряде у строителей. За счет увеличения производительности труда работников произойдет рост доходной части предприятия. Остальное увеличение производительности труда, произойдет за счет снижения численности работников. Следовательно, применение разработанных мероприятий по повышению эффективности использования трудовых ресурсов предприятия с использованием ключевых показателей эффективности можно считать эффективным.

Библиографические ссылки

1. Зорина Э. О. *Результативность внедрения технологии «Ключевые показатели эффективности» // Социально-гуманитарные знания. 2009. № 6. С. 332–339.*
2. Котова Л. *Ключевые показатели эффективности системы управления персоналом // Кадровик. Кадровый менеджмент. 2010. № 12.*

© Левченко Е. М., 2012

УДК 005.8

А. О. Лифантьев, А. С. Мадуев
 Научный руководитель – А. Г. Бревнова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КЛАССИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОЕКТОВ

Основным определением выступает инновационный маркетинговый проект (ИМП) – это комплекс мероприятий, направленных на продвижение определенного товара или услуги, нацеленных на конкретную целевую аудиторию и осуществляемых в течение обозначенного периода времени в условиях ограниченности ресурсов, через решение конкретных целей и задач при помощи инновационных методов. В проекте должен быть руководитель, который будет контролировать последовательность действий, и заниматься управлением качеством и рисками.

Тема выбранной статьи является актуальной по следующим причинам, она систематизирует имеющиеся знания в области классификации ИМП и, благодаря этому, помогает быстрее находить подходящие

решение и быстрее решать поставленные задачи, что соответственно позволит бизнесу иметь дополнительное снижение издержек.

Основные определения

Определение	Источник
Управление проектами (англ. projectmanagement) – область деятельности, в ходе которой определяются и достигаются четкие цели при балансировании между объемом работ, ресурсами (такими как деньги, труд, материалы, энергия, пространство и др.), временем, качеством и рисками в рамках некоторых проектов [1]	Whitty, S. J. and Schulz, M. F. THE PM BOK CODE. – 20th IPMA World Congress on Project Management, 1, 466–472. 2006
Инновационный проект – частная форма организации и управления инновационным процессом (инновационной деятельностью), результатом которой служит конкретная инновация (инновационный продукт) [2]	Инновационный менеджмент : учебник /С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин и др. ; под ред. проф. С. Д. Ильенковой. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Юнити-Дана, 2003
Маркетинговый проект – комплекс взаимосвязанных мероприятий, осуществляемых предприятием в рамках заранее заданных временных и ресурсных ограничений в соответствии с целями маркетинга, а именно увеличение объема продаж, повышение узнаваемости бренда, увеличение удовлетворенности потребителей [3]	http://www.biztimes.ru/index.php?artid=915

Основным определением выступает инновационный маркетинговый проект (ИМП) – это комплекс мероприятий, направленных на продвижение определенного товара или услуги, нацеленных на конкретную целевую аудиторию и осуществляемых в течение обозначенного периода времени в условиях ограниченности ресурсов, через решение конкретных целей и задач при помощи инновационных методов. В проекте должен быть руководитель, который будет контролировать последовательность действий, и заниматься управлением качеством и рисками.

Теперь рассмотрим классификацию инновационных маркетинговых проектов.

1) По масштабу:

- Международные
- Национальные
- Региональные
- Локальные

2) По типу продвигаемого продукта

- Бренд
- Маркетинг товарной марки
- Маркетинг товарной категории

3) По отраслевой специфике:

- Маркетинг автомобилей
- FMCG (Fast Moving Consumer Goods) рынок
- Косметика и фармацевтика
- Продукты
- Услуги
- Промышленность
- Hi-Tech (сотовые телефоны, компьютеры)

4) По типу инновации:

- Новый товар

- Новая услуга
 - Новый метод производства
 - Новый метод управления
 - Новый рынок
 - Новый источник сырья
- 5) По цели проекта:
- Завоевание нового рынка
 - Укрепление позиций на существующем рынке

Предложенная классификация позволит сэкономить время менеджеров и соответственно снизить издержки компаний, потому что любой руководитель прекрасно понимает, что прежде чем начать реализацию какого-либо проекта нужно провести его классификацию, а затем анализ.

Проведя классификацию, менеджер обращает внимание на все пункты, на кого нацелен его продукт, какой рынок, какая отраслевая специфика и т.д., тем самым вспоминая все нюансы и обращая на них дополнительное внимание, что повышает эффективность проекта и скорость его реализации.

Библиографические ссылки

1. Whitty S. J., Schulz M. F. THE PM BOK CODE. 20th IPMA World Congress on Project Management, 1, 466–472, 2006

2. Инновационный менеджмент : учебник / С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин и др. ; под ред. проф. С. Д. Ильенковой. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Юнити-Дана, 2003.

3. URL: <http://www.biztimes.ru/index.php?artid=915>.

© Лифантьев А. О., Мадуев А. С., 2012

УДК 005.8

А. О. Лифантьев
Научный руководитель – А. Г. Бревнова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ИННОВАЦИОННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОЕКТОВ

В современном мире растет уровень конкуренции практически на всех рынках. Крупные международные и национальные корпорации уже давно используют инновационные маркетинговые проекты (ИМП) в своей практике, но как такового определения с научной точки зрения до сих пор не существует, хотя некоторые люди не до конца понимают, что же такое ИМП. Этим и обусловлена актуальность данной статьи – раскрыть понятие ИМП.

В статье ключевыми определениями являются сущность управления проектами, понятие инновационного и маркетинговых проектов, которые приведены ниже.

Как уже было сказано, в современной науке не существует понятия ИМП, но практика показывает, что современные компании регулярно используют эти проекты в своей повседневной деятельности, поэтому систематизация знаний в этой области сможет решить проблему управления и оценки деятельности компаний связанной с ИМП.

Управление проектами (англ. projectmanagement) – область деятельности, в ходе которой определяются и достигаются четкие цели при балансировании между объемом работ, ресурсами (такими как деньги, труд, материалы, энергия, пространство и др.), временем, качеством и рисками в рамках некоторых проектов [1].

Инновационный проект – частная форма организации и управления инновационным процессом (инновационной деятельностью), результатом которой служит конкретная инновация (инновационный продукт) [2].

Маркетинговый проект – комплекс взаимосвязанных мероприятий, осуществляемых предприятием в рамках заранее заданных временных и ресурсных ограничений в соответствии с целями маркетинга, а именно увеличение объема продаж, повышение узнаваемости бренда, увеличение удовлетворенности потребителей [3].

Понятия проект и управление проектами не случайно появились в современном мире. Тенденции к быстрому развитию и систематизации полученных знаний, ведут к появлению всё новых и новых определений, классификаций, знаний и даже наук. Руководитель любого уровня должен, прежде всего, понимать, что такое управление проектами. Ключевым фактором успеха проектного управления является наличие четкого заранее определенного плана, минимизации рисков и отклонений от него, эффективного управления изменениями (в отличие от процессного, функционального управления, управления уровнем услуг).

Исходя из данного определения, мы можем выделить следующие основные характеристики проекта:

- определенные цели;
- ограниченные ресурсы;
- временные рамки;
- уникальность;
- управление качеством;
- управление рисками.

Теперь, чтобы сделать следующий шаг к формированию понятия ИМП, проанализируем понятие инновационного проекта.

Реализация инновационного проекта – процесс по созданию и выведению на рынок инновационного продукта [2].

Цель инновационного проекта – создание новой или изменение существующей системы – технической, технологической, информационной, социальной, экономической, организационной и достижение в результате снижения затрат ресурсов (производственных, финансовых, человеческих), коренного улучшения качества продукции, услуги и высокого коммерческого эффекта [2].

Таким образом, часть определения ИМП уже раскрыта, остается только понять, в чем заключается маркетинговая составляющая, проанализировать всю информацию и сформировать собственное определение ИМП.

Важность маркетингового проекта сегодня чрезвычайно высока даже несмотря на то, что в современном мире ситуация меняется очень стремительно, и сегодняшний проект уже завтра может оказаться неактуальным. Решить проблему можно только постоянно модернизируя и совершенствуя его, отслеживая текущую ситуацию на рынке [3].

Теперь, когда мы проанализировали понятия маркетингового и инновационного проектов, сформулируем понятие маркетингового инновационного проекта. Прежде всего, опишем основные черты:

- ограниченность во времени;
- ограниченность в ресурсах;
- конкретные цели и задачи направленные на продвижение;
- уникальность идеи или исполнения;
- направленность на продвижение какого-либо продукта;
- направленность на конкретную целевую аудиторию;
- логическая взаимосвязь с общей деятельностью организации;
- управление рисками и качеством;
- контролируемость на всех фазах;
- инновационность подхода;
- последовательность действий.

Таким образом, инновационный маркетинговый проект (ИМП) – это комплекс мероприятий, направленных на продвижение определенного товара или услуги, нацеленных на конкретную целевую аудиторию и осуществляемых в течение обозначенного периода времени в условиях ограниченности ресурсов, через решение конкретных целей и задач при помощи инновационных методов. В проекте должен быть руководитель, который будет контролировать последовательность действий, и заниматься управлением качеством и рисками.

В статье было выведено понятие ИМП и разобраны основные черты, что поможет компаниям понимать деятельность, которой они занимаются. Это очень важно, потому что компаниям приходится конкурировать во всех сферах и всеми способами. ИМП, как правило, помогают компаниям вырваться в конкурентной гонке и донести свою идею до целевой

аудитории. А для того, чтобы быть лучшими компаниям необходимо быть гибкими и действовать максимально быстро и эффективно, в чем им может помочь систематизация знаний по ИМП.

Библиографические ссылки

1. Whitty S. J., Schulz M. F. *THE_PM_BOK_CODE. 20th IPMA World Congress on Project Management, 1, 466–472, 2006*
2. *Инновационный менеджмент : учебник / С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Язудин и др. ; под ред. проф. С. Д. Ильенковой. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Юнити-Дана, 2003.*
3. URL: <http://www.biztimes.ru/index.php?artid=915>.

© Лифантьев А. О., 2012

УДК 001.895:339.9

А. А. Лушай

Научный руководитель – А. В. Агалакова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ТРАНСФЕРА ТЕХНОЛОГИЙ

Рассмотрен опыт организации трансфера технологий в ведущих зарубежных странах.

За рубежом накоплен большой опыт в области трансфера технологий, исследование которого, несомненно, поможет формированию в России эффективной системы трансфера технологий. Далее в статье рассматривается опыт организации трансфера технологий в таких странах как Франция, Англия, США и Германия.

В Европейских странах развитие инновационной системы, процесс становления технологического менеджмента и трансфера технологий получил толчок в 80-х годах прошлого века и развивался в нескольких направлениях.

Во Франции в ходе процесса трансфера технологий исходят из потребностей рынка.

Схематично это можно описать следующим образом: Предприятия малого и среднего бизнеса или промышленные – поиск научных лабораторий – получение научной продукции – внедрение на рынок [1]. Центры трансфера технологий обмениваются материалами и, собрав запросы предприятий по своим научным направлениям, начинают вести поиск научных лабораторий или фирм, которые могут выполнить заказ. Лаборатории список своих возможностей, составляют самостоятельно, что в реальности бывает не всегда. Разработанные приборы и технологии передаются затем обратно по цепочке в соответствующие предприятия. Но авторы этих разработок зачастую находят им и другое применение, модернизируют их и получают новые патенты, а затем находят и новых клиентов.

Крупные и мелкие промышленные предприятия, а также промышленно-технических центров путем объединения образуют кластеры. Мелкие компании,

занимающиеся научно-исследовательской деятельностью, являются «платформой» для крупных компаний, поставляя им перспективные проекты.

Схема трансфера технологий в Америке или Англии кардинально отличается от таковой во Франции. В этих странах идут от научных разработок, которые необходимо внедрять на рынок.

В Англии первым, организовавшим трансферный офис, был Оксфордский университет (1988). Изначально была создана благотворительная компания Оксфорд Траст, опирающаяся на 6 мелких компаний, сейчас это количество выросло до 32. Целью ее создания было привлечение инвесторов.

Программы Евросоюза и государственное финансирование помогли получить здания для работы над инновациями. Помещения сдаются молодым ученым, работающим над инновационными проектами. Молодые компании поддерживаются Оксфорд Траст три года. Компания помогает провести молодым фирмам стратегический анализ и наметить пути решения стоящих перед ними проблем, составить бизнес-планы, найти финансирование. Оксфорд Траст проводит регулярные семинары и знакомит фирмы между собой, чтобы они могли сотрудничать друг с другом. Сама компания не получает выгод от привлечения финансирования, Работа оплачивается из взносов и управления, Оксфорд Траст опирается на частное финансирование.

В США сущность трансфера и последующей коммерциализации технологий заключается в доведении инновации до общественного пользования, при этом стимулируя исследовательскую активность универси-

тетов. Права на использование инновации передаются на возмездной основе, тем самым обеспечивая частичное самофинансирование научных исследований в университетах.

До 1980 г. результаты НИОКР, финансируемых из госбюджета, являлись федеральной собственностью. Это не создавало у ученых и инженеров, особой заинтересованности в коммерческом применении полученных знаний. Обострение конкуренции на мировом рынке и ухудшение торгового баланса страны заставили конгресс пойти на изменение действующего законодательства и принять ряд новых федеральных законов.

Большое значение для регулирования передачи технологий имел закон 1980 г. (Bayh-Dole Act), который предоставил университетам, неприбыльным организациям и фирмам малого бизнеса право передавать лицензии на коммерческое использование изобретений, сделанных в ходе исследований при финансовой поддержке правительства, промышленным компаниям.

Также важную роль в вовлечении мелких и средних фирм в процесс передачи новых технологий сыграл закон 1982 г. об инновационных исследованиях (Small Business Innovation Research Act). Он инициировал специальную программу, обеспечившую выделение всеми федеральными ведомствами с годовым бюджетом на НИОКР свыше 100 млн. долл. не менее 1,25 % этого бюджета на проведение исследований и разработок силами малого бизнеса [2].

В настоящее время каждый американский университет, занимающийся инновационной деятельностью, имеет в своей организационной структуре центр трансфера технологий. В центре работают профессионалы из различных областей, позволяющих обеспечить полную цепочку перевода технологии. Это и оценщики, и маркетинологи, и патентные поверенные, и финансисты.

Университеты США являются своего рода интеллектуальными центрами, в которых фундаментальные и прикладные исследования тесно связаны с подготовкой специалистов. Объемы государственной поддержки научно-исследовательской деятельности университетов США (вне зависимости «частных» или «государственных») значительно выше, чем в других странах. Научно-исследовательские проекты университетов получают финансовую поддержку от федерального правительства в форме грантов, контрактов, соглашений о совместной деятельности

В Германии функции технологических посредников между лабораториями и компаниями выполняют различные научные общества и совместные исследовательские ассоциации в промышленности. Ведущая организационная роль принадлежит «Фраунгоферовскому обществу», в которое после объединения Германии вошли 45 исследовательских институтов, в том числе 9 из бывшей ГДР. Их деятельность финансируется за счет субсидий федерального правительства и доходов от выполнения контрактных исследований [3].

Главной задачей общества является содействие внедрению в промышленность новых технологий и выполнение исследований общенационального значения (например, в области охраны окружающей среды и энергосбережения). Для облегчения малым фирмам доступа к его услугам правительство предоставляет им субсидии в размере до 40 % полной стоимости заказываемых НИОКР

Инновационные внедренческие системы формировались за рубежом на протяжении десятилетий, и развитие их сопровождалось соответствующими изменениями в схемах трансфера технологий. На сегодняшний момент Россия только в начале этого пути, процесс внедрения научных инноваций на рынок еще не обусловлен стройной системой, не проработана должным образом законодательная база. Но использование многолетнего опыта зарубежных стран в сфере трансфера технологий поможет выстроить в России эффективную систему.

Библиографические ссылки

1. Годунова Е. С., Яковлева Т. И. *Европейский опыт построения инновационной системы, рассмотренный на примере таких инструментов, как трансфер технологий. Применимость к развитию инновационной инфраструктуры Новосибирской области и создающемуся технопарку в Новосибирском Академгородке. 01.02.08.*
2. Бедный А. Б. *Трансфер технологий в Американских университетах информационно-аналитические материалы. Н. Новгород, 2011*
3. URL: <http://www.dwih.ru/index.php/ru/technologie-transfer-de.html> (Германский дом науки и инноваций).

© Луцай А. А., 2012

УДК 669.713.7

А. И. Лыткина, Ю. В. Романовская
Научный руководитель – И. В. Полухин
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

НДС В РАМКАХ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

В связи с созданием Таможенного союза произошло немало изменений в таможенном законодательстве, которые коснулись порядка взимания НДС при экспорте и импорте товаров в Таможенном союзе.

На саммите межгосударственного совета Евразийского экономического сообщества было решено, что 1 января 2009 года официально родится Таможенный

союз России, Белоруссии и Казахстана. В чем суть создания такого союза? Очень упрощенно - в отсутствии таможенных барьеров внутри стран-членов союза

и одинаковый «таможенный подход» к любому внешнему товару, откуда бы и в какую бы страну союза он ни ввозился и где бы он ни пересек общую границу. Таможенный союз, единый рынок – идея хорошая, но спустя три года мы видим, что получилась очень сложная и громоздкая система управления в рамках союза, а «законодательные прорехи» латают на ходу. Ещё нерешенных проблем много, но остановимся на кратком анализе непосредственно той, которые в первую очередь, на наш взгляд, затрагивает интересы всех участников внешнеэкономической деятельности, то есть налог на добавленную стоимость.

В рамках Таможенного союза порядок взимания косвенных налогов приобрел новые особенности. В настоящее время поступления налога на добавленную стоимость составляют 41 % администрируемых ФНС России доходов федерального бюджета. В целом механизм взимания (возмещения) НДС остался аналогичным, предусмотренному главой 21 НК РФ. Налогоплательщик предоставляет пакет документов в налоговый орган в течение 180 календарных дней с даты отгрузки (передачи) товаров. При непредставлении этих документов в установленный срок суммы косвенных налогов подлежат уплате в бюджет за налоговый (отчетный) период с правом на применение вычета (зачета) соответствующих сумм НДС.

Что касается экспорта товаров (работ, услуг), то здесь необходимо отметить следующее. На территории Таможенного союза действует принцип страны назначения, в соответствии с которым при экспорте товаров применяется нулевая ставка НДС при условии документального подтверждения факта экспорта, то есть налог взимается в той стране, где товар подлежит потреблению, а именно в государстве-импортере [1]. Антиподом принципа страны назначения служит принцип страны происхождения, который предполагает обложение НДС экспортируемых потоков. Большинство государств, имеющих налог на добавленную стоимость, взимают его по принципу страны назначения товара. Во-первых, взимание налога в стране происхождения гарантирует ввоз товара (услуги), не содержащего в цене уплаченного ранее НДС, а во-вторых, издержки, связанные с таможенным контролем, гораздо ниже издержек на оценку таможенной стоимости импорта, которые неизбежно возникают при взимании НДС по принципу страны происхождения товара.

В странах-членах ТС сложились разные налоговые ставки по НДС: у нас, например, НДС – 18%, в Казахстане – 18%, в Белоруссии – 20%, и как не печально, унификации ставок НДС в ближайшее время не ожидается. Понятно, что действие принципа страны назначения нивелирует различный уровень ставок НДС в государствах-членах Таможенного союза, позволяя при экспорте применять нулевую ставку. Однако при импорте товаров участники ВЭД Республики Казах-

стан уплачивают налог на треть меньше, чем, например, российские предприниматели, что в конечном итоге вполне может сказаться на конкурентоспособности российского бизнеса. Решение данной проблемы возможно двумя путями. В идеале представляется целесообразным унифицировать ставки налога в рамках Таможенного союза, что способствовало бы более эффективной реализации принципа равенства участников ВЭД. Но этот путь очень сложный и требует больших затрат времени. Мы предлагаем рассмотреть такой выход из положения: каждая страна, входящая в ТС, начисляет и платит НДС при взаимных торговых операциях, в соответствии со своим национальным законодательством, а при зачете НДС разница, возникающая из-за разных ставок НДС, относится на взаимоотношения с бюджетом. Далее в рамках бюджета ТС эта разница перераспределяется в пользу той или иной страны.

Следует сказать еще об одном новшестве в рамках Таможенного союза. Теперь при ввозе товаров таможенное оформление не производится, и налогоплательщик обязан будет уплатить налог и представить соответствующую налоговую декларацию до 20-го числа месяца следующего за месяцем принятия на учет импортированных товаров [2]. По сути, данная норма представляет налогоплательщикам отсрочку по уплате налога от 20 до 50 дней в зависимости от дня поставки товара. То есть, предприниматель в течение этого срока имеет возможность реализовать товар, закупить новый без оттока денежных средств, и только потом уплатить налог. Представляется, что подобная новация таможенного законодательства благоприятно скажется на развитии бизнеса, внешнеэкономической деятельности.

Подводя итог, хочется отметить, что, не смотря на все сложности, новшества таможенного законодательства Таможенного союза направлены на устранение административных барьеров внутри союза, снижение финансовой нагрузки на участников внешнеэкономической деятельности, упрощение таможенных операций, однако, подобные меры могут быть эффективными только при наличии отлаженной системы налогообложения в области таможенного дела.

Библиографические ссылки

1. *О принципах взимания косвенных налогов при экспорте и импорте товаров, выполнении работ, оказании услуг в Таможенном союзе : межгосударственное соглашение от 25.08.2008.*
2. *О порядке взимания косвенных налогов и механизме контроля за их уплатой при экспорте и импорте товаров в Таможенном союзе : протокол от 11.12.2009.*

© Лыткина А. И., Романовская Ю. В., 2012

УДК 338.001.36

В. В. Мальцев
Научный руководитель – Е. Л. Соколова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Несмотря на то, что механизмы и методики стимулирования развития малого и среднего инновационного предпринимательства разными странами используются практически одни и те же, правильно подобранные области и сбалансированность их инвестирования приводит к получению преимуществ их национальным экономикам.

В современной экономике инновационная деятельность является основополагающей для развития экономики индустриальных стран. Политика государства в части стимулирования инновационного процесса направлена на регулирование институционального механизма разработки, рационализации и внедрения новых технологий во все сферы общественной жизни. Основными задачами инновационной политики государства являются:

- обеспечение правового регулирования и защита интересов участников инновационной деятельности;
- прямая и косвенная поддержка базисных и улучшающих инноваций в соответствии с государственными инновационными программами;
- содействие развитию конкурентной среды в инновационной сфере, поддержка малого и среднего инновационного предпринимательства;
- формирование современной эффективной инновационной инфраструктуры;
- содействие активизации инновационной деятельности в регионах;
- поддержка совместных инновационных программ и проектов других стран, создание совместных инновационных предприятий, развитие международного инновационного сотрудничества с учетом национальных интересов страны [1].

В различных индустриально развитых государствах инновационные процессы имеют свою специфику. Особенности инновационной деятельности в отдельных зарубежных странах представлены ниже.

Исполнительная власть в США является проводником национальной политики в сфере инновационной деятельности по средствам небольшого числа агентств и компаний.

На поддержку малого инновационного предпринимательства в США ежегодно затрачивается свыше 5 млрд дол. из государственных средств и 935 млн дол. – из средств частного сектора. К основным формам поддержки относятся:

- специальная программа поддержки малого инновационного предпринимательства;
- займы по линии государственной поддержки инноваций;
- государственные финансовые вложения;
- создание разветвленной сети венчурных фондов;
- финансирование из средств частного сектора и др.

Правительство Японии финансирует примерно 25 % от общего объема НИОКР, выполняемых в стра-

не. Причем преимущественно финансируются исследования, осуществляемые в интересах гражданского общества. Основная доля бюджетного финансирования приходится на университеты и государственные научные организации.

В государственной промышленной политике Японии предусмотрены прямое и косвенное распределение кредитно-финансовых ресурсов, внедрение практики перекредитования; применяется стратегия заниженного уровня процентных ставок, создаются согласительные советы «банк – правительство – субъект кредитования», которые координируют кредитование по специально выделяемым кредитным линиям. Основной объем финансирования по данным программам реализуется по средствам Бюро трастовых фондов и Японского банка развития [2].

Основными направлениями комплексного подхода со стороны государства к инновациям и научно-инновационной деятельности являются:

- финансирование частных компаний, занимающихся НИОКР, с последующим или одновременным предоставлением государственного госзаказа;
- льготное налогообложение или освобождение от налогов научно-исследовательской и производственной деятельности в области перспективных НИОКР;
- государственные дотации крупным промышленным компаниям для закупки лицензий на использование ноу-хау;
- льготное кредитование перспективных НИОКР;
- создание условий для получения новых технологий из других стран;
- импорт капитала в японскую промышленность, находящуюся на территории Японии, а не за ее пределами;
- привлечение внебюджетных источников финансирования НИОКР;
- согласование государственной инвестиционной программы с интересами национальной промышленности.

Европейские страны с начала 1990-х годов активно стимулируют инновационное предпринимательство. Большая часть финансирования инновационных процессов приходится на так называемое косвенное финансирование, к которому относятся:

- выделение субсидий (вместо прямого финансирования НИОКР), понижающих затраты на НИОКР, и применение льготного налогообложения;
- развитие системы венчурного финансирования;

- развитие фондовых рынков;
- укрепление институциональных (пенсионных) фондов;
- содействие частным инвестициям («бизнес-ангелы»);
- развитие сферы образования;
- формирование управленческих консультационных фирм;
- создание научно-технических информационных центров.
- развитию патентного законодательства и аспектов его практического применения

Европейские государства стремятся содействовать кооперации университетов и коммерческих компаний, потребляющих инновации, выступая в роли посред-

ника (брокера). Широкое распространение получила кластерная философия.

Библиографические ссылки

1. Дежина И. Г., Салтыков Б. Г. *Зарубежный опыт государственного участия в поддержке коммерциализации результатов исследовательской деятельности. М., 2004.*

2. *Проблемы и пути развития инновационной деятельности в современных условиях : материалы 3-ей междунар. науч.-практ. конф. СПб, 2007.*

© Мальцев В. В., 2012

УДК 334.021

М. В. Мельников

Научный руководитель – М. А. Рагозина

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ НАУЧНОЙ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СРЕДИ МОЛОДЁЖИ

Проведен анализ привлекательности науки для современной молодежи и предложены методы популяризации научной и инновационной деятельности.

Наука в современном обществе играет важную роль во многих отраслях и сферах жизни людей. Несомненно, уровень развития науки может служить одним из основных показателей развития общества, а также это, несомненно, показатель экономического, культурного, цивилизованного, образованного, современного развития государства. Поэтому развитие и популяризация науки должны стать неотъемлемой частью развития российского общества. Учёные, как носители научной информации, заинтересованы в её сохранении и приумножении, чему способствует приток в неё молодёжи. Ведь популяризация науки увеличивает количество людей интересующихся наукой и стимулирует вступление их в неё.

На сегодняшний день российская наука находится в тяжёлом положении. Основной её проблемой, является нехватка молодых учёных. О том, что отечественная наука неумолимо «стареет», говорят и пишут уже более десяти лет, что, впрочем, никак не меняет ситуации: по официальным данным, в России только 14 % ученых находятся в возрасте 30–39 лет, тогда как в США – 37 %, средний возраст российских академиков составляет 72,2 года, докторов наук – 60,8 лет. Сопутствующий негатив – отсталость, неэффективность и неконкурентоспособность нашей науки на мировом уровне.

В настоящее время главной должна быть направленность на широкую публику. Специальная популяризация в той или иной мере еще осуществляется в университетах и в гимназиях. Главная угроза науке в России – это даже не недостаток финансирования, а стремительная утрата интереса и доверия к ней у населения и подмена критического научного мышления псевдонаучными и псевдорелигиозными мифами.

Этот процесс зашел уже достаточно далеко и стал оказывать заметное влияние на работу органов власти и самой науки.

Начиная разговор о проблеме, хотелось бы начать с конкретных цифр. По результатам проведенного социологического опроса занимаются научной или инновационной деятельностью всего 7 % современной молодёжи, в частности студентов и школьников. Если иметь в виду, что в эти 7 % входят люди, которые занимаются научной деятельностью или близкой к научной, исключительно ради оценки и с отсутствием заинтересованности в получении какого-либо результата, то перспективных деятелей науки или инновационной деятельности остаётся не более 3–4 %. Эта цифра является самым наглядным показателем привлекательности науки для современной молодёжи. Такое положение науки может привести, прежде всего, к уменьшению количества и качества научных кадров, а также к значительному снижению динамики инновационного развития российской промышленности и всей страны в целом. Решением проблемы может служить активная общественная деятельность, направленная на популяризацию науки и инноваций.

В целях поиска решений данной проблемы были проведены три мозговых штурма, основной задачей которых являлся сбор информации у 3-х сегментов активной молодёжи (16–22 лет): у деятелей фундаментальных наук, профессиональных инноваторов, а так же у школьников 10–11 классов, которые сейчас решают, с чем предположительно связать свою деятельность в жизни. На основе полученной информации необходимо было разработать систему эффективных мероприятий, повышающих интерес к научной деятельности у молодёжи.

На основе полученных данных просматривается определённая тенденция: студенты СФУ (биохимики) видят решение проблемы в действиях, связанных с увеличением научной базы школ: оборудование школьных лабораторий, использование современных учебников и т.п. Инноваторы СибГАУ считают, что современная нормативно-правовая база в области изобретений несовершенна и сильно усложнена, поэтому необходимы соответствующие доработки, в том числе инноваторы считают, что летних научно-инновационных мероприятий, которые помогают объединить всю научно-активную молодёжь, не достаточно, нужно работать на протяжении всего года, пускай с периодичностью, и не такой массовостью. Мнения школьников разделились, но в основном СМИ уже навязало мнение, что заниматься наукой неблагоприятно, неинтересно, и в области науки невозможно реализоваться. Поэтому очень сложно убедить школьников обо всей многогранности науки, её значимости для развития страны, и показать все перспективы научной деятельности.

На основе анализа всех полученных данных, были разработаны следующие методы популяризации научной и инновационной деятельности среди молодёжи.

Популяризация научной деятельности:

- обустройство школьных лабораторий и обеспечение школ современными учебниками;
- поощрение научно-активной молодёжи: предоставление льгот при поступлении на специальность, соответствующую проведённой успешной научной деятельности;
- повышение стипендии студентам, занимающимся научной деятельностью свыше полугода, при достижении результатов/предоставление возможности дополнительного заработка на базе университета;
- организация встреч начинающих учёных с молодыми, наиболее успешными деятелями науки и инновационной деятельности, для повышения мотивации;

- создание молодёжных научно-инновационных порталов и других информационных ресурсов;
- организация выездных конференций, олимпиад и других образовательных мероприятий в городах края, дистанционная работа научных руководителей из университетов со школьниками из небольших городов.

Популяризация инновационной деятельности:

- повышение уровня инновационной грамотности среди молодёжи;
- организация встреч начинающих инноваторов с более опытными и добившимися успехов молодыми изобретателями;
- помощь в создании контакта между изобретателями и представителями бизнеса в целях перспективы дальнейшего сотрудничества;
- организация работы на постоянной основе центра поддержки молодёжи по инновационным проектам;
- периодическая организация молодёжных инновационных форумов на протяжении всего года;
- помощь в создании контакта между изобретателями и представителями бизнеса в целях перспективы дальнейшего сотрудничества;
- юридическая безвозмездная помощь в оформлении прав на первую инновационную разработку.

Если мы всерьёз хотим вернуть науке Отечества былую славу, без грамотно поставленной научной пропаганды и научной популяризации нам не обойтись. Ведь наука всеядна, всеведуща, не знает ни территориальной, ни отраслевой ограниченности. И только тот достигнет её сияющих вершин, кто проявит к ней личный интерес, ощутит радость познания, почувствует, как знание делает человека сильным, уверенным в себе и в своём будущем.

© Мельников М. В., 2012

УДК 669.713.7

М. М. Наботова, Е. В. Плывч
Научный руководитель – Ю. А. Анищенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

УПРАВЛЕНИЕ КОСМИЧЕСКИМИ РИСКАМИ В РОССИИ

Рассмотрено современное состояние системы управления космическими рисками в РФ, определены достоинства и недостатки. Найдены наиболее приемлемый метод управления космическими рисками.

В целях снижения рисков на предприятиях ракетно – космической отрасли России исторически применялась система управления надёжностью, то есть управление техническим риском. В связи с переходом на коммерческие отношения в 90-х годах предприятия ракетно-космической отрасли начали активно внедрять систему управления рисками с использованием страхования и привлечением, соответственно страховых компаний. Проблема совершенствования, а фактически создания вновь, систем управления рисками субъектов космической деятельности в РФ в настоящее время актуализировалась в связи со следующими факторами [2]:

- усиление конкуренции в области космической деятельности и значительным расширением рынка услуг на контрактной (коммерческой) основе и изменение структуры собственности и принадлежности объектов, а также взаимоотношений субъектов космической деятельности;
- расширение и изменение прав юридических и физических лиц, осуществляющих космическую деятельность;
- изменение организационно – правовой структуры космической отрасли, сроков и объёмов ассигнований, выделяемых, в том числе, и на мероприятия по

обеспечению безопасности и управлению рисками и изменение кооперации разработчиков, производителей образцов космической техники, элементов космической инфраструктуры и эксплуатирующих организаций.

Недостаточное внимание к проблемам управления рисками может стать причиной, существенно ограничивающей реализацию космических программ. В качестве примера можно привести состояние программы Space Shuttle, когда именно данный негативный аспект в управлении рисками и отсутствие своевременно предусмотренных проектных решений и организационных мероприятий по их снижению привело к плану правительства США по сворачиванию данной программы. Также важность учета всевозможных рисков в космической отрасли иллюстрируется событиями, имевшими место во время аварии корабля «Apollo-13».

В связи с упомянутой проблемой необходимо отметить, что попытки усовершенствования механизма обеспечения безопасности космической деятельности в современной России предпринимаются уже довольно давно. В 1996 году был разработан проект «Концепции обеспечения безопасности космической деятельности». В этом документе были сформулированы основные задачи и принципы обеспечения безопасности космической деятельности, определены ее субъекты и объекты, требования, направления работ и механизмы реализации необходимых мероприятий. В дальнейшем проект Концепции был положен в основу проекта ФЗ «Об обеспечении безопасности космической деятельности», разрабатывавшегося рабочей группой Э. А. Алексева, который был отклонен Госдумой по рекомендации органов исполнительной власти [2].

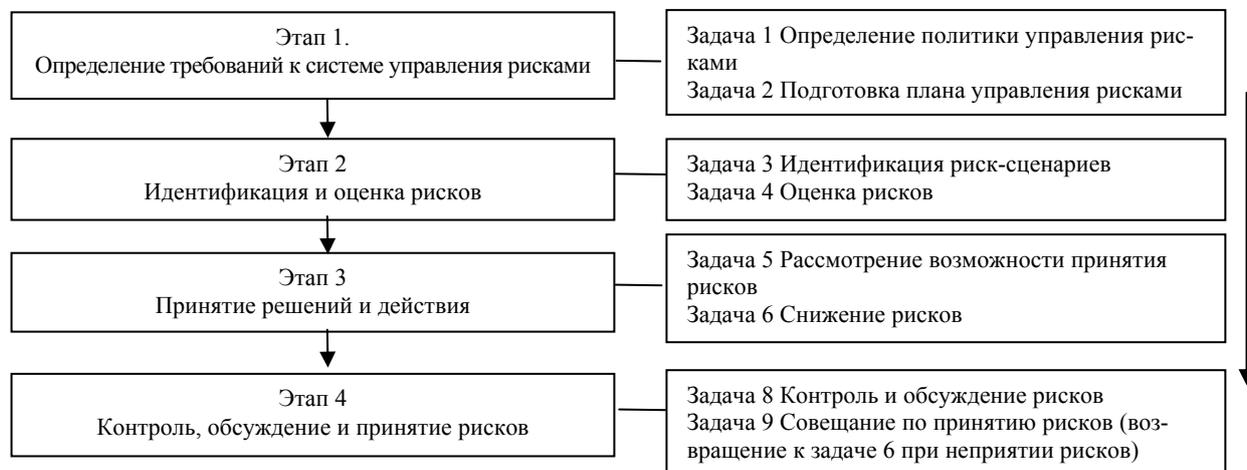
В действующем Законе РФ от 20 августа 1993 г. «О космической деятельности», раздел V, ст. 22 «Обеспечение безопасности космической деятельности» упоминаются следующие механизмы обеспечения безопасности и управления рисками: расследование происшествий (ст. 23); поисковые и аварийно-спасательные работы, ликвидация последствий происшествий (ст. 24); обязательное страхование (ст. 25) жизни и здоровья космонавтов, работников объектов

космической инфраструктуры, а также ответственности за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу других лиц; добровольное страхование (ст. 25) космической техники (рисков утраты, недостачи или повреждения).

Совсем не предусмотрены отдельные дополнительные механизмы, такие как [2]: обязательства по оказанию помощи и спасению космонавтов, а также космических объектов; ответственность государства за ущерб при запуске космических объектов, а также установление механизма претензий и компенсаций за такой ущерб; сохранение окружающей природной среды; оценка всех этапов полета и задействованных систем.

С точки зрения государственного заказчика или разработчика наиболее интересными являются подходы к управлению космическими рисками, основанные на стандартах ЕКА и НАСА. Основная идея – достижение целей системы управления рисками проектов – заключается в реализации процедуры: поиск и оценка рисков, разработка и внедрение управляющих мер для снижения или устранения риска, контроль за исполнением мероприятий по снижению риска.

На первом этапе проводится идентификация целей проектов и их ресурсов, описание их проектной стратегии для работы с рисками, определение границ ответственности и разделение рисков между заказчиком и производителем, определяется схема ранжирования рисков целей. На втором этапе проводится идентификация сценариев риска и их ранжирование, основываясь на методах оценки рисков Этапа 1, используются данные всего проекта. Третий этап предполагает анализ возможностей принятия и снижения рисков согласно политике управления рисками и определение соответствующей стратегии снижения рисков. Целью четвертого этапа являются мониторинг, итерационный процесс контроля, обсуждение и принятие рисков – осуществляется периодическая оценка всех идентифицированных рисков и подведение итогов к определенной дате после каждой итерации процесса управления рисками, проводится идентификация изменений для существующих рисков и инициация анализа новых рисков для снижения неопределенностей [1].



Обобщенная схема задач и этапов программы управления рисками ЕКА и НАСА [1]

Библиографические ссылки

1. Фионов А. С. К вопросу о построении обобщенной системы управления космическими рисками // Страховое дело. 2011. Ноябрь.

2. Баутов А. Н. Создание систем управления рисками в холдингах космической отрасли России // Управление риском. 2010. февраль.

© Наботова М. М., Плывч Е. В., 2012

УДК 338.45: 629.78

А. О. Никитенко

Научный руководитель – Г. И. Латышенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОЙ КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Приведена краткая статистика аварий при запусках космических аппаратов. Представлен анализ официальных причин неудачных запусков космических аппаратов и возможных стратегических последствий для аэрокосмической отрасли России.

Являясь одним из важнейших факторов, определяющих статус России как страны высоких технологий, ракетно-космическая промышленность играет все более возрастающую роль в обеспечении национальной безопасности, в том числе военном, экономическом, научном и социальном развитии России.

Оставаясь на протяжении нескольких десятков лет одним из высших государственных приоритетов, ракетно-космическая промышленность России получает всестороннюю и стабильную государственную поддержку, подтверждением чему является утверждение Правительством Российской Федерации Федеральной космической программы на 2006–2015 гг., на реализацию которой выделено 305 млрд. руб. из средств федерального бюджета. Указанная программа устанавливает основные направления развития отрасли на период до 2015 г. [1].

За последние одиннадцать лет бюджет гражданской космонавтики в России увеличился в 18 раз. Однако за последние два года провалом закончились миссии 6 космических аппаратов, экономический ущерб от которых составил более 30 млрд. рублей.

5 декабря 2010 г. были утрачены три спутника «Глонасс-М», которые должны были завершить формирование российской глобальной навигационной системы ГЛОНАСС. После удачного старта разгонный блок ДМ-03 производства РКК «Энергия» вместе с космическими аппаратами упал в Тихий океан. Согласно выводам комиссии, расследовавшей инцидент, спутники были утрачены из-за того, что в разгонный блок ДМ-03 из-за ошибки в конструкторской документации залили 1,5 тонны лишнего топлива.

1 февраля 2011 г. не вышел на связь в расчетное время геодезический космический аппарат военного назначения «Гео-ИК-2». 22 апреля космическим войскам РФ удалось установить связь с «Гео-ИК-2». Госкомиссия установила, что предварительной причиной отсутствия связи с «Гео-ИК-2» стал отрицательный энергобаланс космического аппарата, образовавшийся в результате падения напряжения бортового электропитания.

18 августа 2011 г. не вышел на связь в расчетное время новейший спутник «Экспресс-АМ4», запущенный ночью 18 августа с космодрома Байконур ракетой «Протон-М» с разгонным блоком «Бриз-М». В

ходе полета орбитального блока в составе разгонного блока и космического аппарата произошел сбой в системе управления «Бриз-М», в результате чего космический аппарат «Экспресс-АМ4» был выведен на нерасчетную орбиту.

24 августа 2011 г. после старта нового грузового корабля «Прогресс М-12М» на участке работы третьей ступени ракеты-носителя «СоюзУ» на 325-й секунде произошло нарушение работы двигательной установки, приведшее к ее аварийному отключению. Обломки космического грузовика, не сгоревшие в плотных слоях атмосферы, упали в Горном Алтае.

В ночь на 9 ноября 2011 г. сложилась нештатная ситуация при выведении российской межпланетной станции «Фобос-Грунт» на траекторию отлета к Марсу. Станция «Фобос-Грунт» была запущена с Байконура. После отделения станции от ракеты-носителя «Зенит-2SB» не сработала маршевая двигательная установка (МДУ).

В результате проведенных исследований, собраны статистические данные за шесть последних лет, показывающие общее количество запусков ракет – носителей в мире, в т. ч., приведших к авариям. 2011 год был наиболее «провальным» для отечественной космонавтики. Из четырех аварийных пусков два произошли с нашими ракетами-носителями.

По количеству запущенных космических аппаратов за этот же шестилетний период мы потеряли 25 аппаратов (почти 60 %) из общего количества аварийных запусков в мире (42).

Можно выделить следующие причины упадка космической отрасли [3]:

– старение фондов, нужна модернизация. По данным Счетной палаты РФ, износ основных фондов предприятий ракетно-космической промышленности в целом составляет 56–57 %, а машин и оборудования – около 77 %. При этом коэффициент их обновления не превышает 1 % в год;

– малая загруженность предприятий отрасли (около 30 процентов);

– низкий контроль качества производимых деталей. Владимир Путин потребовал реформировать «систему управления и инструменты регулирования» Роскосмоса. В частности – ввести на предприятиях госприемку;

– потеря кадрового потенциала. Отсутствует среднее звено: работают пенсионеры и молодежь до 30 лет. Зарплата в 20–30 тыс. руб., предлагаемая большинством столичных «космических» ФГУП, никого не привлекает [2];

– неэффективность управления. Отрасль в основном состоит из ФГУПов и ГУПов, а это самая неэффективная форма, при которой главным бенефициаром является генеральный директор. Нужно их все преобразовать в акционерные общества, менять менеджмент, нанимать независимых членов совета директоров, объединять в холдинги и, возможно, проводить IPO;

– недостаточное и неэффективное финансирование.

Проблема не в том, что происходят такие аварии, а в том, что они происходят друг за другом и с коротким промежутком. По совокупности всех аварий уже нельзя считать происходящее случайностью. Это уже некий индикатор состояния отрасли, который говорит о том, что необходимо перестроить в Роскосмосе организационно-структурные мероприятия. А во-вторых,

требуется пересмотр технологической документации по всему циклу: от создания до управления.

Библиографические ссылки

1. Федеральные целевые программы России. Федеральная космическая программы на 2006–2015 гг. [Электронный ресурс]. URL: http://www.programs-gov.ru/29_1.php.

2. Инженер: вернем ли престиж профессии? // Российский космос. 2012. № 2. [Электронный ресурс]. URL: http://tvroskosmos.ru/frm/zhurnal/2012/0212_1.php.

3. Отставание от Европы и США в космической отрасли преодолимо, уверены в Роскосмосе : офиц. сайт партии «Единая Россия» [Электронный ресурс]. 16.02.2012. URL: <http://er.ru/news/2012/2/16/otstavanie-ot-evropy-i-ssha-v-kosmicheskoy-otrasli-preodolimo-uvereny-v-roskosmose/>.

© Никитенко А. О., 2012

УДК 336.71

Э. С. Новикова, В. В. Жеребцова
Научный руководитель – Т. В. Ващенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РИСК ПОТЕРИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ БАНКА

Рассмотрены приоритетные факторы формирования деловой репутации в банке, основные задачи системы мониторинга деловой репутации банка, методы управления репутационным риском.

В банковском мире, где существуют огромные возможности выбора, реальным и одним из главных факторов конкурентной борьбы становится имидж кредитного учреждения. Особое значение играет этот фактор в области банковских услуг, потому что успех партнерских отношений «банк-клиент» зависит, прежде всего, от степени доверия клиента. Концепция благоприятного имиджа является целью продолжительной и целенаправленной работы.

Деловая репутация кредитной организации – качественная оценка участниками гражданского оборота деятельности кредитной организации, а также действий ее реальных владельцев, аффилированных лиц, дочерних и зависимых организаций.

На основе исследования мнения банковских служащих установлены приоритетные факторы формирования деловой репутации в банке: обеспеченность кадрами и их квалификация, организационная культура, уровень менеджмента, деловая репутация первых лиц банка, миссия и стратегия, социальная ответственность.

На репутацию банка влияют также: социальная позиция, качество сервиса, поведение персонала, рекламная и брендовая политики, отношение с государством, авторитетные клиентами, география банка, возможность тем или иным способом подтвердить свое международное признание [1].

Риск потери деловой репутации Банка – риск возникновения у кредитной организации убытков в ре-

зультате уменьшения числа клиентов вследствие формирования в обществе негативного представления о финансовой устойчивости кредитной организации, качестве оказываемых ею услуг или характере деятельности в целом. Возникновение данного риска может быть обусловлено различными внешними и внутренними факторами, такими как:

- несоблюдение законодательства, деловой этики, нарушение условий договоров, отсутствие во внутренних документах механизмов разрешения конфликтов интересов;

- неспособность противодействовать нарушению клиентами действующего законодательства, направленному на противодействие отмывания доходов, полученных преступным путем и финансирование терроризма;

- кадровая политика;

- негативная информация.

Для оценки и управления рисками необходимо выделить основные контактные группы для банка, которые непосредственно влияют на формирование деловой репутации. Основными контактными группами для банка считаются: клиенты, партнеры, персонал, учредители и инвесторы, государственные органы власти [2].

Таким образом, наиболее перспективными должны быть инновации в организации кредитования. Партнеры банка должны быть уверены в его надежности. Персонал должен стать основой построения репутации.

ции. Банк как консервативная организация должен иметь ясное представление о своей миссии, четкую стратегию деятельности. В целях повышения конкурентоспособности банка необходимо комплексное стратегическое управление репутацией как серьезным конкурентным преимуществом на основе управления репутационным риском.

Общее доверие к банковскому бизнесу в России все еще невелико. По данным Росстата наилучшей деловой репутацией обладают следующие российские банки: Сбербанк, «Внешторгбанк», «Газпромбанк», Банк Москвы, «Уралсиб». Показательно, что среди 5 банков-лидеров 3 банка с государственным участием. Сбербанк – старейший банк России, основанный в 1841 году, имеет лучшую деловую репутацию [3].

Репутация российских банков сильно подвержена слухам и прочно завязана на репутации других банков: распространение информации порочащей деловую репутацию даже одного банка может привести к дестабилизации общей ситуации. А порочащая деловую репутацию банка информация может носить форму рекомендации не поддерживать с банком деловые отношения вследствие его неустойчивого финансового состояния, которая подтверждается не имевшими место действиями, характеризующими банк как недобросовестного партнера.

В целях минимизации риска потери деловой репутации применяются следующие подходы:

- постоянный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации, в том числе законодательства о банковской тайне;
- текущий мониторинг операций клиентов, в целях контроля над противодействием легализации доходов, полученных преступным путем;
- обеспечение своевременности расчетов по поручению клиентов и контрагентов, выплаты сумм вкладов, процентов по счетам (вкладам), а также расчетов по иным сделкам;
- мониторинг деловой репутации участников Банка, аффилированных лиц, дочерних и зависимых организаций;

УДК 330

К. В. Орлова

Научный руководитель – Ю. А. Анищенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИСПЫТАНИЯ КОСМИЧЕСКОГО ПРОЕКТА В ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ СНИЖЕНИЯ КОСМИЧЕСКИХ РИСКОВ

Рассматривается опасность рисков, возникающих в процессе реализации космического проекта. Описаны инструменты управления рисками. Анализируется система испытаний ракетно-космической техники в виртуальной реальности.

Под космическим проектом понимается проект, основными целями и задачами которого являются: создание, использование и передача изделий ракетно-космической техники, объектов космической инфраструктуры, космической технологии, продукции и услуг, использующих ракетно-космическую технику; предоставление услуг по пуску космических объектов

• контроль за достоверностью бухгалтерской отчетности и иной публикуемой информации, предоставляемой участникам, клиентам и контрагентам, органам регулирования и надзора и другим заинтересованным лицам, в том числе в рекламных целях.

Основными задачами системы мониторинга деловой репутации Банка, его акционеров, аффилированных лиц, дочерних и зависимых организаций является незамедлительное реагирование на опубликованные в средствах массовой информации сведения, способные оказать влияние на репутационный риск Банка.

При качественном управлении рисками формируется общее мнение о банке как об эффективной предпринимательской структуре, обеспечивающее более выгодное положение в конкуренции [4].

Грамотное управление деловой репутацией заключается в возможности исправления негативных последствий тех или иных действий. Конкурентное преимущество, основанное на оценке и управлении деловой репутацией, может привести компанию к долгосрочному существованию на рынке, увеличению числа клиентов и сохранению уже имеющихся, привлечению инвесторов, что может быть жизненно необходимо для компании.

Библиографические ссылки

1. Парасоцкая Н. Н. Деловая репутация фирмы как особый объект управления инвестиционными потенциалами организации // Биржа интеллектуальной собственности. 2010. № 11. С. 23–29.
2. Еванович Д. С. Оценка репутационного риска // Банковское дело. 2009. № 8. С. 42–43.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru>.
4. Варьяш И. Ю. Антикризисное управление деловой репутацией // Банковское дело. 2009. № 3. С. 80–84.

© Новикова Э. С., Жеребцова В. В., 2012

работке, производстве, эксплуатации изделий ракетно-космической техники и объектов космической инфраструктуры [1].

Реализация космических проектов – весьма дорогостоящий вид деятельности. И это касается не только размера финансовых вложений, но и тех финансовых потерь, которые могут стать результатом неудачи на любом из этапов космического проекта. Никто не гарантирует, что авария или катастрофа не приобретет таких последствий, при которых размер средств, требуемых для их ликвидации, будет сопоставимым или даже превысит затраты на реализацию всего проекта. Поэтому вопрос снижения степени риска для госпредприятий и организаций ракетно-космической отрасли принимает принципиальный характер, поскольку он касается финансово-экономической безопасности нашего государства.

Особенностью космической деятельности является использование уникального оборудования, дорогостоящих образцов космической техники, сложных наземных и орбитальных систем и технологий. При этом космическая техника и используемые технологии могут являться источниками опасностей, представляющих угрозу здоровью и жизни обслуживающего персонала и населения, собственнику космической техники и потребителю результатов космической деятельности.

Одним из основных инструментов управления рисками в современных условиях является страхование. С помощью страхования можно возместить ущерб в тех случаях, когда имеет место инцидент во время разработки, производства, испытаний или эксплуатации ракетно-космической техники, наносящий ущерб собственности других лиц (юридических, физических и пр.). Страхование является одним из условий гарантий инвестиций в космические проекты.

Страхование космических рисков необходимо, но главный вопрос, который стоит перед предприятиями, как снизить вероятность наступления неблагоприятных последствий и повысить возможность оперативного управления рисками. Одним из инструментов снижения космических рисков является испытание космических проектов в виртуальной реальности.

Система испытаний представляет собой программно-аппаратный комплекс, выполняющий следующие функции:

- 1) прием данных о значениях параметров, описывающих состояние объектов реальной среды;
- 2) преобразование параметров состояния объектов реальной среды в параметры объектов виртуального окружения;
- 3) изменение состояния объектов виртуального окружения в соответствии с поступающими значениями параметров;
- 4) геометрические вычисления;
- 5) визуализацию объектов виртуальной сцены в режиме реального времени.

Объединение нескольких технологий виртуальной реальности позволяет инженерам и техникам создавать и проверять устройства и процессы без необходимости физической сборки моделей и стендов. В результате снижаются технические риски, экономятся время и деньги.

Система представляет собой специальное программное обеспечение, перчатки и очки, погружающие в виртуальную реальность. Это оборудование позволяет инженеру «прикоснуться руками» к еще несуществующему аппарату, пройти по нему, разобрать и собрать виртуальный агрегат. Причем все это можно сделать не одному, а с коллегами по проекту. Кроме того, программа позволяет устроить своеобразную виртуальную презентацию для заказчика, что дает возможность создавать продукт, максимально соответствующий требованиям заказчика.

С помощью отслеживания движений человека и технологий виртуальной реальности система позволяет создавать уникальные условия «погружения» в виртуальную среду и возможность оперативно изменять конструкцию аппарата, подбирать различные технологические процессы и проверять примененные решения. Это позволяет инженерам выявить проблемы и повысить эффективность конструкции еще в начале разработки, когда стоимость, риск и время, связанные с внесением изменений в чертежи, невелики.

Виртуальная реальность может использоваться при разработке различных космических систем, в том числе спутников, разведывательных аппаратов, ракет-носителей и систем ПРО.

С помощью технологий виртуальной реальности конструкторы могут оптимизировать и проверить технологический процесс перед запуском в производство; обнаружить «узкие места» и трудности в производстве, еще до их реального возникновения; обеспечить экономное использование ресурсов и технологий; избежать серьезных переделок проекта после тестирования реальных прототипов [2]. Использование технологий виртуальной реальности дает возможность исследовать каждый процесс в любой момент времени.

На стадии проектирования система позволит проверить совместимость изделий и узлов, производимых или разрабатываемых на разных предприятиях отрасли.

При сборке этих изделий в комплекс виртуальная реальность выявит нестыковки между компонентами и подскажет, какие требуются доработки.

Просмотр процесса производства в виртуальной реальности позволяет на стадии подготовки производства обосновать правильный выбор станков и варианты их размещения.

На стадии подготовки производства и самого производства использование виртуальной реальности определит возможность изготовления и обработки на выбранных станках негабаритных деталей, а также возможность их перемещения в рабочей зоне и по территории производственных цехов. Если эти процессы будут затруднены в виртуальной реальности, то разработчики внесут изменения в технологию и это позволит избежать трудностей в реальном производстве.

Транспортировка изделий и модулей к месту окончательной сборки и месту старта является очень ответственным моментом. Отработка транспортировки в виртуальной реальности выявит слабые места и предложит варианты их устранения.

Система позволяет тренировать персонал по управлению полетом, моделировать внештатные ситуации, разрабатывать алгоритмы их устранения.

При запуске ракеты в виртуальной реальности можно в любой момент остановить процесс и посмотреть, все ли идет штатно. Если произошли отклонения параметров, система выявит их причины. Система также позволяет определить критические параметры внешней среды: температуру воздуха, скорость и направление ветра, характер и интенсивность осадков, воздействие электромагнитных полей и других факторов.

Таким образом, испытания космического проекта в виртуальной реальности, как инструмент снижения космических рисков, позволяет сэкономить финансовые ресурсы, избежать вредного воздействия на экологию и вреда здоровью и жизни людей.

Библиографические ссылки

1. Медведчиков Д. А. Космический проект, его участники, космические риски и ущербы URL: <http://www.space-ins.ru/index.php/kategoria2/19-spaceproject>.

2. Космические системы будут собирать в виртуальной лаборатории. *Авиация и космос*. 27.01.11 URL: http://rnd.cnews.ru/tech/aerospace/news/line/index_science.shtml?2011/01/27/424922.

© Орлова К. В., 2012

УДК 347.77

Е. А. Пашигор

Научный руководитель – А. П. Сурник

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ, СВЯЗАННЫЕ С НАРУШЕНИЕМ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ ПРАВ ВЛАДЕЛЬЦЕВ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ РОССИИ

Рассмотрены понятия контрафактной и фальсифицированной продукции, схожесть легального продукта с контрафактным, легкость использования контрафактного продукта, а также официальные данные оборота контрафактной продукции.

Понятие контрафактной продукции впервые законодательно было определено в ст. 4 Закона РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», согласно которому контрафактными являются товары, этикетки, упаковки этих товаров, на которых незаконно используется товарный знак или обозначение, сходное с ним до степени смешения.

Контрафакция, как экономическое явление – это незаконное использование отдельными организациями (фирмами) известных на рынке товарных фирменных знаков, с целью извлечения доходов от производства и реализации товаров, сходных с товарами известных фирм-производителей в целях недобросовестной конкуренции и введения в заблуждение покупателя (приобретателя), ведение «дела» под чужим именем, незаконное использование чужого патента при изготовлении и продаже товаров [4].

Понятие «фальсификация» включает в себя действия, направленные на обман покупателя или потребителя путем подделки объекта купли-продажи. Фальсификация в широком понимании, может рассматриваться как действия, направленные на ухудшение тех или иных потребительских свойств товара или уменьшение его количества при сохранении наиболее характерных показателей, не являющиеся существенными для потребителя [2].

Существует множество видов контрафактных товаров, в которых неправомерно воплощены охраняемые:

– объекты авторского права или смежных прав. К ним относятся книги, журнальные и газетные статьи, фильмы, фонограммы, компьютерные программы, базы данных и т. д.;

– объекты патентного права. При реализации такого контрафактного товара производитель может не получить рыночных преимуществ, поскольку правообладатель может установить факт неправомерного использования своего произведения и привлечь нарушителя к судебной ответственности, поэтому число производителей контрафактных товаров данной категории невелико;

– маркетинговые обозначения. К ним относится продукция легкой и пищевой промышленности и в меньшей степени продукция высокотехнологичных отраслей промышленности [1].

Производители контрафакта при изготовлении продукции в первую очередь рассчитывают на то, что она будет идентична легальной продукции и стараются также сделать все возможное, чтобы она во многом походила на подлинный товар и простой обыватель не смог визуально сразу отличить подделку от легального товара.

Простой потребитель, имея общие представления о товаре (зная об общих технических характеристиках), смотря на лейбл (товарный знак) и не видя существенных недостатков, понимает, что ему повезло, и с удовольствием приобретает данную продукцию. Простой обыватель не может в полном объеме знать обо всех параметрах, используемых при изготовлении легального товара, он визуально его оценивает, исходя из своего внутреннего представления о нем.

Что касается легкости использования, потребитель, приобретая контрафактную продукцию, получает «сломанный продукт», который не требует при использовании особых навыков и технологий. Контрафакт, имея «общие свойства» с легальным продуктом, почти не отличающийся визуально, может не сразу, но

принести покупателю вред, в виде сломанной техники, аппаратуры, отравлений, испорченного настроения, иногда привести к смертельному случаю и т. д. [3].

По оценкам Международной торговой палаты, торговля контрафактной продукцией во всем мире составляет 5–7 % от объема всей международной торговли товарами, что в абсолютных величинах составляет порядка 500 млрд долл. США в год.

По официальным данным Роспатента, оборот поддельной продукции на российском рынке составляет 80–100 млрд руб. в год, в результате чего экономика недосчитывает 1,5 млн рабочих мест, а госбюджет – 30 млрд руб. По неофициальным данным, оборот контрафактной продукции в России значительно больше и оценивается в 150–200 млрд руб. в год.

Изготовление контрафактной продукции способствует формированию теневого сектора экономики, снижает международный авторитет страны, снижает приток инвестиций и инновационную активность [5].

Системная борьба с контрафактной продукцией в целом и защита интеллектуальной собственности от противоправного посягательства на современном этапе становятся важными составляющими экономической безопасности государства. В России принят ряд законов, призванных защищать потребителей и производителей от контрафактной и фальсифицированной

продукции. В качестве главных способов борьбы с контрафактной продукцией является ужесточение мер наказания для производителей контрафакта, взаимодействие власти и бизнеса в рамках частногосударственного партнерства, а также совершенствование законодательной базы.

Библиографические ссылки

1. Кислякова Н. А. Таможенно-тарифное регулирование объектов интеллектуальной собственности. 2006.
2. Сударииков С. Н. Право интеллектуальной собственности, 2011 г.
3. Дворянкин О. А. Контрафакт – зло или благо? 2004.
4. Интеллектуальная собственность. Контрафакт. Актуальные проблемы теории и практики : сб. науч. тр. Т. 2 / под ред. В. Н. Лопатина. М. : ЮРАЙТ, 2009. 303 с.
5. Мальцев А. Современные тенденции контрафакта: методы и способы незаконного использования интеллектуальной собственности // Корпоративный юрист. 2010.

© Пашигор Е. А., 2012

УДК 004.451

М. А. Полякова, Ю. В. Кузнецова
 Научный руководитель – В. Е. Герасимова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОЦЕНКИ ОПЕРАЦИОННЫХ СИСТЕМ СМАРТФОНОВ

Наша статья посвящена рассмотрению операционных систем на смартфоны, в связи с увеличением спроса населения на данный вид устройства. Мы рассмотрели распространенные виды операционных систем и сделали сравнительный анализ путем экспертного метода.

Проблема выбора платформы актуальна, потому что коммуникаторы активно вливаются в массы и чаще люди выбирают определенные виды смартфонов, а платформа является основной для данных аппаратов.

Цель нашей работы состоит в том, чтобы рассмотреть операционные системы и выявить лучший на данный момент времени.

Объектом изучения является операционные системы смартфонов.

Мы опросили экспертов, путем анкетного опроса, проанализировали полученные результаты и сделали выводы [1].

Смартфоны и коммуникаторы отличаются от обычных телефонов наличием развитой операционной системы, возможностью устанавливать дополнительное программное обеспечение, зачастую от сторонних разработчиков, для добавления новых возможностей и расширения функциональности. Коммуникаторы как класс устройств уже существуют более 10 лет, и прошли достаточно большой путь от небольшого компьютера с телефонным модулем до полнофункционального устройства, которое, кроме решения текущих задач, еще и является модным имиджевым аксессуаром. Однако главными героями этой статьи будут операционные системы.

Таблица 1

	Android	Symbian	IOS	Windows Mobile
Скорость работы	106	56	106	66
Безопасность	86	66	106	56
Популярность у производителей	96	66	56	76
Стоимость	76	96	36	86
Наращивание	96	66	96	76
Итого	43	32	37	33

Таблица 2

	1 эксперт	2 эксперт	3 эксперт	4 эксперт	сумма	Δ^2	1/E	Коэф. весомости
Скорость	2	1	1	2	6	36	0,17	0,36
Безопасность	3	3	3	3	12	0	0,08	0,17
Популярность	5	5	4	5	19	49	0,05	0,11
Стоимость	1	2	5	4	12	0	0,08	0,17
Наращивание	4	4	2	1	11	1	0,09	0,19
Итого	15	15	15	15	60	86	0,47	1

Таблица 3

	Android		Symbian		IOS		Windows Mobile	
Скорость	3,6	10	1,8	5	3,6	10	2,16	6
Безопасность	1,36	8	1,02	6	1,7	10	0,85	5
Популярность	0,99	9	0,66	6	0,55	5	0,77	7
Стоимость	1,19	7	1,53	9	0,51	3	1,36	8
Наращивание	1,71	9	1,14	6	1,71	9	1,33	7
Итого	8,85	43	6,15	32	8,07	37	6,47	33

Сегодня существует достаточно большое количество разнообразных ОС, однако в коммуникаторах и смартфонах широкое распространение получили: Android, Symbian, IOS, Windows Mobile [2].

Каждая мобильная платформа поставляется с собственным набором преимуществ и недостатков. Для некоторых из них доступны просто тонны приложений, у некоторых лучше пользовательский интерфейс, а некоторые усложнены до полного непонимания.

Изучив эти операционные системы, мы составили сравнительную характеристику в виде таблицы. 10 баллов – максимальная оценка (табл. 1).

Исходя из данной таблицы можно сказать, что первое место у нас занимает Android, набравший 43 балла. IOS проигрывает немного, набрав 37 баллов за счет того, что он пользуется меньшим спросом у производителей. Меньше всего баллов набрала операционная система Symbian, у него всего 32 балла.

Проведем экспертный анализ качественных показателей, оформим данные в табл. 2.

Из данной таблицы видно, что самое значимое качество в операционной системе является скорость, она составляет 36 % весомости, и это не удивительно, так как операционные системы на смартфоны можно считать специфическим товаром, поэтому, наращивание, которое составляет 19 % важнее стоимости и безопасности, набравшие 17 %. Популярность практически незначима, она составляет всего 11 %.

Подводя итоги данных таблиц, составим сводную табл. 3, из которой мы определим операционную систему, которая на данный момент является лучшей.

Опираясь на данные табл. 3, мы можем сказать, что на первое место, по всем показателям, мы ставим операционную систему Android, на второе OS Mobile, на третье Windows Mobile и на последнем месте у нас стоит Symbian [3].

Проанализировав операционные системы смартфонов, мы пришли к выводу, что Android на данный момент является лучшей операционной системой, по многим показателям, так же она находится в среднем ценовом сегменте. К тому же, за последний год Android совершил рывок вперед благодаря своей открытости и гибкости, является самой скоростной, а скорость для наших экспертов, является самой весомой. Менее популярная модель операционной системы является IOS, он обладает примерно таким же набором качества, что и Android, только менее популярен. Но если же пользователь ставит на первое место удобство управления, отличным выбором для него станет IOS. Остальные ОС существенно отстают от лидеров. Но тем не менее, выбор операционной системы остается за потребителем и производителем, который и выбирает операционную систему для своего смартфона.

Библиографические ссылки

1. Экономика-математические методы и модели : метод. указания / сост. : Ю. В. Ерыгин, Е. Ю. Алексеева, В. Е. Герасимова ; СибГАУ. Красноярск, 2011. 68 с.
2. URL: www.mvideo.ru.
3. URL: <http://itc.ua>.

© Полякова М. А., Кузнецова Ю. В., 2012

УДК 339.544

Д. С. Прудникова
 Научный руководитель – Л. Г. Чернова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

**ИНСТИТУТ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОГО ИНФОРМИРОВАНИЯ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ
 ПРИ ПЕРЕМЕЩЕНИИ ТОВАРОВ ЧЕРЕЗ ТАМОЖЕННУЮ ГРАНИЦУ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА
 АВТОМОБИЛЬНЫМ ТРАНСПОРТОМ**

Главная цель, которая стоит перед таможенной службой Российской Федерации это – создание условий для национальной безопасности государства, всемерное содействие торговли, развитие службы и привлечение инвестиций. Всемирная таможенная организация считает показателем высокого уровня развития таможенной службы использование ею предварительной информации.

Одним из направлений реализации информационных технологий в таможенном декларировании является институт предварительного информирования таможенных органов. Предварительное информирование точно изложено в 42 статье Таможенного кодекса Таможенного союза: «уполномоченные экономические операторы, перевозчики, в том числе таможенные перевозчики, таможенные представители и иные заинтересованные лица могут представлять таможенным органам в электронном виде предварительную информацию о товарах, предполагаемых к перемещению через таможенную границу, транспортных средствах международной перевозки, перемещающих такие товары, времени и месте прибытия товаров на таможенную территорию Таможенного союза или убытия с такой территории, пассажирах, прибывающих на таможенную территорию Таможенного союза или убывающих с такой территории» [1].

Предварительное информирование является основой для внедрения Рамочных стандартов безопасности и облегчения торговли, внедрения управления интегрированной цепочкой поставок в рамках проводимой работы Всемирной таможенной организации (далее – ВТО).

Лицом, принимающим участие в предварительном информировании, может являться: экспедитор, организуемый перевозку товаров, непосредственно связанную с перемещением товаров через таможенную границу Таможенного союза (далее – ТС); перевозчик товаров; декларант либо получатель товаров; таможенный брокер (представитель); иное лицо, связанное с перемещением товаров через таможенную границу ТС и обладающее информацией для организации предварительного информирования, а также лица, формирующие предварительную декларацию (таможенные и иные государственные органы страны экспорта или транзита; производитель товаров; отправитель товаров; экспедитор, организуемый перевозку товаров до их перемещения через таможенную границу ТС; перевозчик товаров).

Представление предварительной информации осуществляется в электронном виде путем взаимодействия информационной системы таможенных органов государств – членов ТС и информационных систем заинтересованных лиц. Предварительная информация должна быть направлена в таможенный орган государства – члена ТС заинтересованным ли-

цом не позднее, чем за час до перемещения через таможенную границу ТС товаров и транспортных средств автомобильным транспортом. Если фактического ввоза товаров и транспортных средств в пределах срока хранения предварительной информации не произошло, то данная предварительная информация аннулируется.

Действующее законодательство ТС не предусматривает обязательного представления участниками внешнеэкономической деятельности таможенным органам предварительной информации о перемещаемых товарах. Но коллегия Таможенного комитета Союзного государства постановила ввести с 1 июля 2012 года обязательное предварительное информирование о ввозе товаров на территорию Союзного государства.

За счет подачи документов и их проверки таможенными органами заранее (до пересечения границы) образуется выигрыш во времени, следствием чего является сокращение издержек частного субъекта путем уменьшения времени нахождения товара в зоне таможенного контроля. Например, в 2010 году в среднем до 19 минут снизилось время прохождения таможенных процедур в пунктах пропуска. Это стало возможным, в том числе, благодаря и предварительному информированию.

Концепция системы предварительного информирования таможенных органов Российской Федерации (далее – РФ) предусматривала деление предварительной информации на 5 уровней в зависимости от коэффициента таможенной устойчивости лиц, принимающих участие в предварительном информировании:

- предварительная информация лиц, имеющих низкий коэффициент таможенной устойчивости либо в отношении которых невозможно установить коэффициент таможенной устойчивости;
- предварительная информация лиц, имеющих средний коэффициент таможенной устойчивости;
- предварительная информация лиц, имеющих высокий коэффициент таможенной устойчивости, а также информация от администрации пункта пропуска;
- предварительная информация лиц, в отношении которых таможенная служба страны экспорта или транзита подтвердила соответствие требованиям национального таможенного законодательства и удостоверяла репутацию добросовестных участников

внешнеэкономической деятельности перед Федеральной таможенной службой (далее – ФТС) России;

– информация таможенной службы страны экспорта или транзита по товарам, перемещаемым определенными лицами, в отношении которых данная таможенная служба и ФТС России совместно подтвердили выполнение национальных таможенных законодательств и удостоверили репутацию добросовестных участников внешнеэкономической деятельности (во всех остальных случаях предварительная информация таможенной службы страны экспорта или транзита рассматривается как информация третьего уровня).

Указанную уровневую систему предполагается использовать для разделения товаропотоков по каналам, которые, в свою очередь, определяют количество совершаемых таможенных операций и объем таможенного контроля:

– приоритетное оформление (зеленый канал) – при представлении предварительной информации четвертого и пятого уровня;

– ускоренное оформление (желтый канал) – при представлении предварительной информации первого, второго и третьего уровня;

– типовое оформление (красный канал) – при отсутствии предварительной информации. [2]

В сущности, участник внешнеэкономической деятельности не несет никаких неблагоприятных последствий за непредставление таможенным органам ТС предварительной информации о перемещаемом товаре, за исключением увеличения времени прохождения таможенных операций при прибытии товаров. Кроме того, положения Приказа ФТС России от 03.10.2008 № 1230 не возлагают на должностных лиц таможенных органов обязанности производить таможенное декларирование товаров и транспортных средств с использованием предварительной информации даже при наличии таковой.

Институт предварительного информирования очень развит при ввозе товаров на территорию Европейского союза. В соответствии с Постановлением Европейского парламента и совета № 48/2005 (поправки к Таможенному кодексу Европейского союза) и Постановлением Комиссии № 1875/2006 (поправки к Положениям по применению Таможенного кодекса

Европейского союза) все товары, которые планируется ввозить на территорию Европейского союза, подлежат анализу рисков на предмет их безопасности еще до того, как товары будут ввезены на территорию Европейского союза. Для этого в таможенные органы той страны, куда планируется ввозить товары, необходимо подать определенные данные – так называемую декларацию о ввозимых товарах (предварительную информацию). В случае перевозки товаров автотранспортом такая декларация должна быть подана как минимум за 1 час до его ввоза на территорию Европейского союза. Подать эти данные можно только в электронном виде, используя Систему контроля импорта (или Систему контроля транзита). С 1 января 2011 года на территорию Европейского союза к оформлению таможенных формальностей допускаются только те товары, на которые своевременно будет подана соответствующая декларация [3].

Предварительное информирование в первую очередь выгодно перевозчиков, поскольку если заранее будет получена информация, то она поступит в систему управления рисками еще до прибытия транспортного средства, а в момент фактического приезда перевозчика в пункт пропуска можно будет получить заключения о том, что транспортное средство и товары не подлежат таможенному контролю. В результате – происходит автоматическое декларирование [4]. Такая схема сотрудничества очень удобна и выгодна как участникам внешнеторговых отношений, так и таможенным органам.

Библиографические ссылки

1. URL: http://www.brokert.ru/material/predvaritelnoe-informirovanie_tamozhennyh-organov.
2. Об утверждении Концепции системы предварительного информирования таможенных органов Российской Федерации : Приказ ФТС РФ 192 от 10.03.06.
3. URL: http://www.cust.lt/mport/failai/verslui/muities_konsultacinis_komitetas/prezentacija_mkk_baltarusijos.pdf.
4. Автомобильный транспорт. 2006. № 7.

© Прудникова Д. С., 2012

УДК 336.76

Е. Резанова, М. Бакулина
Научный руководитель – Е. Ю. Алексеева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗГОСУДАРСТВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКИ С ПОМОЩЬЮ ИНСТРУМЕНТОВ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

Статья посвящена вопросам разгосударствления экономики с помощью инструментов рынка ценных бумаг. Рассматриваются наиболее распространенные формы приватизации.

Процесс передачи государственного имущества в частную собственность в России стал происходить с начала 1990-х годов. Он сопровождается исключительным уровнем насилия, коррупции и разгулом

преступности. В результате приватизации значительная часть государственного имущества начинает переходить в частную собственность. Уменьшаются масштабы государственного предпринимательства, но

государство остается структурным элементом смешанной экономики, стремясь наилучшим образом приспособиться к рыночным отношениям путем изменения форм своей деятельности. Современный процесс разгосударствления сохраняет государственную собственность и направлен на повышение эффективности функционирования оставшихся в государственном секторе предприятий.

Наиболее популярными формами приватизации государственной собственности являются: продажа предприятий непосредственно в частные руки, выкуп акций государственных предприятий менеджерами, продажа акций предприятия работникам, распространение акций предприятия среди населения. Кроме того, практикуется сдача государственных предприятий в аренду и заключение контрактов на управление предприятием.

Продажа государственных предприятий в частные руки осуществляется путем организации аукционов и конкурсных торгов. Аукцион позволяет стать владельцем предприятия физическому или юридическому лицу, предложившему наибольшую цену.

С помощью аукциона государственные предприятия приватизируются в относительно короткие сроки и с существенной финансовой прибылью для государства. Владелец предприятия, купленного на аукционе, не ограничен никакими условиями со стороны государства, поэтому волен поступать со своей собственностью, как ему захочется, не согласуясь с интересами государства. Конкурсные торги – это продажа государственной собственности частным лицам в соответствии с требованиями и условиями, выдвинутыми государством. Проведение конкурсных торгов увеличивает текущие расходы, снижает доходы и требует более длительного периода времени.

Приватизация в форме продажи акций работникам предприятия – развитие рабочей акционерной собственности. Продажа акций рабочим является эффективным средством повышения их заинтересованности в результатах своей работы, росте производительности труда и прибыльности предприятия. Превращение работников в собственников основано либо на налоговых скидках предприятиям, решившим продать акции работникам, либо на льготных условиях продажи акций рабочим. В результате недоиспользуются потенциальные предпринимательские и организаторские способности работников [2].

Одна из наиболее распространенных форм приватизации – публичная продажа акций населению, при которой государственное предприятие превращается в акционерное общество открытого типа. Продажа акций населению осуществляется по фиксированной или конкурсной цене. При продаже акций по фиксированной цене возможны занижение или завышение стоимости имущества. При конкурсной цене достигается более точная оценка имущества. Покупка акций мелкими инвесторами стимулируется широко используемыми льготами: премии для купивших акции в максимально короткий срок, отсрочка платежей или разрешение оплаты акций по частям, с полной выплатой дивидендов, установление более низкой цены на акции.

Процесс приватизации изменил положение государственных предприятий в рыночной экономике. Это выражается в упрощении взаимоотношений предприятий с государственными органами власти, в менее жестком контроле со стороны государства.

Изменились правила финансовых взаимоотношений государства и предприятий. Увеличиваются процентные ставки за хранение активов предприятий на государственных банковских счетах, появляются новые типы ценных бумаг.

Таким образом, приватизация осуществляется в разных формах, используются разные способы продаж, приватизируемые предприятия получают новый юридический статус, контролирующими органами становятся индивидуальные лица, институты, управляющие, персонал предприятия, рабочие [3].

Приватизационный процесс в нашей стране имеет две важные черты: всенародный характер осуществления и проведение в условиях зарождения рыночных отношений, что вызывает адаптацию приватизируемого предприятия к только еще формирующейся рыночной среде.

Наибольшую сложность для приватизируемого предприятия представляет адаптация к рыночным условиям на макроуровне. Это связано с тем, что, во-первых, без учета внешних факторов предприятию невозможно решить весь комплекс своих внутренних проблем; во-вторых, формирование рыночных условий на макроуровне не зависит от самого предприятия, а во многом определяется политикой государства, тем, какова поддержка им приватизируемого предприятия посредством использования экономических, финансовых административных рычагов.

Оценка стоимости государственного имущества – наиболее сложный вопрос при осуществлении приватизации. Для отечественной приватизации характерна продажа предприятий ниже их рыночной стоимости. В результате многие предприятия были проданы за бесценок.

Следовательно, навязывание государственным предприятиям некоммерческих операций, искусственное ограждение от конкуренции, гарантирование правительством финансовой поддержки предприятия делают государственные предприятия менее эффективными в технико-экономическом и финансовом плане, чем частные предприятия. Это выражается в низкой производительности труда, высокой капиталоемкости, малой прибыльности, раздутом управленческом аппарате и бюрократизме [1].

Приватизация получила стремительное распространение, поскольку государственная собственность не принесла ожидаемых результатов – меньшую степень иерархичности и более заинтересованное и инициативное участие трудящихся в производстве.

Библиографические ссылки

1. Каспин В. И., Острина И. А. *Приватизация по правилам: вопросы и ответы : справочник. М. : Финансы и статистика, 2009. 96 с.*
2. Плотницкий Э. И., Лобкович Э. И., Муталимов М. Г. *Курс экономической теории : учебник. Минск : Интерпрессервис, 2005. .*

3. *Приватизация: чему учит мировой опыт : учеб. пособие / под ред. Б. М. Болотина. М. : Междунар. отношения, 2005.*

4. *Титович А. А., Сычев А. Н. Разгосударствление и приватизация: опыт, проблемы, перспективы : учеб. пособие. Минск : Изд. центр БГУ, 2004. 216 с.*

© Резанова Е., Бакулина М., 2012

УДК 658.3

Е. С. Резанова, Н. А. Бродецкая
Научный руководитель – Л. Ф. Ладыгина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Самой интересной и актуальной темой во всем мире является исследование развития персонала как фактор повышения инновационного потенциала предприятия. Становление развития персонала предприятия происходило быстрыми темпами, за короткий отрезок времени были успешно пройдены первоначальные этапы становления потенциала предприятия. Данная работа раскрывает основные развития, вклад персонала в потенциал предприятия, актуальные вопросы и основные направления дальнейшего развития.

В настоящее время в Российской Федерации проблемам инновационного развития экономики уделяется значительное внимание. Как показывает мировой опыт, достижение поставленной цели невозможно без формирования и функционирования в рамках предприятия соответствующего механизма, позволяющего проводить работу по управлению инновационным потенциалом.

По оценкам специалистов, на долю новых технологий в развитых странах приходится до 85 % прироста валового внутреннего продукта (ВВП). Благодаря высокотехнологичным и наукоемким видам продукции указанные страны занимают ведущие позиции в мировом хозяйстве и международном разделении труда, особенно в условиях расширения экономической глобализации.

Наряду с производственным, финансовым, маркетинговым, трудовым, управленческим и коммуникационным потенциалами инновационный потенциал играет существенную роль в экономическом росте субъектов хозяйственной деятельности. Под инновационным потенциалом понимается способность предприятия создавать новую стоимость путем привлечения всех его имеющихся материальных и невещественных активов с целью его инновационного развития. В рыночных условиях инновационный потенциал формируют все ресурсы, которые обеспечивают достижение конкурентных преимуществ предприятия путем разработки и ввода инноваций.

Инновационный потенциал формируется из двух основных материальных и невещественных составляющих: инновационный потенциал материальных ресурсов, интеллектуальный потенциал. Каждый из элементов инновационного потенциала имеет специфические использования целых и развития, подлежит влиянию различных факторов и в зависимости от уровня развития может быть засчитанный к сильным или слабым сторонам предприятия [1].

К элементам инновационного потенциала относятся: материально-технические ресурсы, финансовые

ресурсы, организационные ресурсы, кадровые ресурсы, социально-психологические факторы.

Все перечисленные части потенциала тесно связаны между собой. Эффективная реализация инновационного потенциала зависит от состояния как каждой из его частей, так и их взаимодействия.

Модель потенциала любого предприятия определяется:

1. имеющимися объемами и качеством ресурсов (численностью занятых, основными производственными и непроизводственными фондами, оборотными фондами или материальными запасами, финансами и невещественными ресурсами – патентами, лицензиями, информацией, технологией);

2. способностью персонала (специалистов, рабочих, вспомогательного персонала) к созданию определенной продукции, другими словами – его образовательным, квалификационным, психофизиологическим и мотивационным потенциалом;

- инновационной способностью (то есть способностью предприятия к обновлению производства, изменению технологии, других инноваций);

- информационными характеристиками (то есть способностью накапливать, обрабатывать и систематизировать информацию для ее использования);

- финансовыми характеристиками (кредитоспособностью предприятия, внутренней и внешней задолженностью и тому подобное).

Современный трудовой коллектив представляет собой сложную социальную систему, где отдельные личности и группы людей взаимодействуют на принципах, весьма далеких от формально предписанных. При этом они обычно отзывчивы на благоприятный психологический климат и заботу администрации и трудятся производительнее даже при неизменной заработной плате. В то же время повышение заработной платы не всегда ведет к росту производительности труда. Одна и та же численность работников может различаться совокупной способностью к труду в силу различий в подготовленности, возрасте, отношении

к труду и т.п., а отсюда и неодинаковым количеством труда (как абстрактного, так и конкретного), которое ими может быть реализовано в процессе производства. В данном случае говорят о различном трудовом потенциале одинаковых по численности групп работников [1].

Чем больше численность, тем при прочих равных условиях больше объем произведенной продукции. Такой путь увеличения объема производства классифицируется как экстенсивный [2].

Таким образом, стремительность изменений на рынке предъявляет новые требования к компаниям. Если раньше наличие материальных активов имело решающее значение для успеха бизнеса, то сегодня самым важным преимуществом является способность быстро развивать существующие и создавать новые активы в ответ на вызовы рынка. В этой связи все большее значение приобретают нематериальные активы. Станки можно приобрести, а вот навыки эффективного взаимодействия с клиентами или умение бы-

стро привлекать капитал требуют несопоставимо большего профессионализма, усилий, а также затрат времени на приобретение знаний и опыта.

В этой связи развитие персонала, развитие у него определенных умений и навыков приобретает первостепенное значение для предприятия. Практика показывает, что до сих пор большинство отечественных компаний используют достаточно простой подход к обучению персонала: обучать сотрудников тогда, когда в этом возникает острая и сиюминутная необходимость, ожидая при этом немедленных результатов.

Библиографические ссылки

1. Дуракова И. Б. *Управление персоналом: отбор и найм*. М., 2007. С. 341.
2. Барышева А. В. *Как сделать персонал ориентированным на клиента // Управление персоналом*. 2006. № 8. С. 46–48.

© Резанова Е. С., Бродецкая Н. А., 2012

УДК 338.054.23

Е. И. Руденко

Научный руководитель – Ю.А. Анищенко

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СТРАХОВАНИЕ КОСМИЧЕСКИХ РИСКОВ

Рассматриваются особенности рынка космического страхования, проблема управления рисками предприятий ракетно-космической промышленности и космических проектов на базе механизма страхования.

Неудачные космические запуски в России и других странах в прошлом году еще раз напомнили о том, что рисков в космической деятельности не избежать. Один из возможных способов повышения безопасности космической деятельности и компенсации потенциальных ущербов – это экономическая защита и управление рисками космических проектов и производственной деятельности предприятий ракетно-космической промышленности. Учитывая сложность задач, связанных с космической деятельностью и применяемых в ней технологий, в отрасли уже несколько десятилетий действует система страхования.

В рамках космических программ страхование выступает средством защиты капиталовложений, выраженное в фиксированной, заранее известной сумме, которая может быть включена в затраты на реализацию космической программы. Финансовые потери от нештатных ситуаций, которые за последнее время случались в отрасли, удалось минимизировать благодаря тому, что полеты космической техники были застрахованы. Так, сумма возмещения за не выведенный на расчетную орбиту спутник связи «Экспресс-АМ4» превысила 7,5 млрд рублей [1].

Страховать космические риски с помощью финансовых инструментов в России начали в середине 1990-х годов. По данным Российской ассоциации авиационных и космических страховщиков (РААКС), в период с 1990 по 2011 годы отечественные страховые компании обеспечили страховой защитой более

200 федеральных и международных космических проектов. Наиболее рисковым является страхование вывода полезной нагрузки на заданную орбиту. По подсчетам самих участников рынка, за минувшие 11 лет страховщики выплатили по космическим проектам страховых возмещений на общую сумму свыше 150 млн долларов. В качестве примера можно привести спутник «Фобос-Грунт», так и не улетевший на Марс, который был застрахован на полную стоимость – 1,2 млрд рублей [1].

Рынок космического страхования – достаточно узкий сегмент, в котором работают или крупные игроки, или компании, которые изначально специализируются на страховании космической техники и деятельности. Среди таких компаний – «Ингосстрах», «Росгосстрах», «Русский страховой центр», «Страховой центр «Спутник». Страхование проекта может проводиться по схеме страхования «от всех рисков» или обеспечивать страховое покрытие отдельных рисков. Используемые на практике схемы страхования, как правило, привязаны к определенным этапам выполнения проекта. По информации РААКС, базовые условия страхования покрывают этапы изготовления, монтажа, испытаний космических средств на предприятии-изготовителе, транспортировки космических средств, их хранения и предстартовой подготовки на космодроме до момента включения двигателей при запуске ракеты космического назначения. Кроме того, существует страхование запуска, покры-

вающее риск утраты аппарата на этапе вплоть до его выведения в заданную точку космического пространства, и страхование эксплуатации на орбите. Согласно материалам Женевской ассоциации, 49 % сбоев в работе космической техники с 2000 года произошло в течение первых двух месяцев после выведения космических аппаратов на орбиту, и еще 11 % – в течение первого года.

Выбор программы страхования предусматривает определение совокупности рисков, подлежащих страхованию, и распределение ответственности по страхованию между участниками проекта. Как правило, обоснование программы страхования производится с учетом рассмотрения действия следующих факторов [2]:

1. Рассмотрение особенностей взаимоотношений и распределения ответственности между участниками проекта, характер которых определен в контрактах на разработку и изготовление объекта страхования, проведение подготовки к эксплуатации и эксплуатацию объекта страхования.

2. Анализ наличия выявленных на предыдущих этапах совокупностей существенных рисков, характерных для данного проекта.

3. Соблюдение требований национальных и международных нормативно-правовых актов по обязательному страхованию рисков.

4. Анализ сложившейся конъюнктуры страхового рынка и возможностей участников проекта по финансированию страхования рисков его реализации.

При наличии неблагоприятной конъюнктуры страхового рынка или отсутствии достаточных финансовых средств участники проекта могут обращаться к самострахованию отдельных рисков. При этом заинтересованные стороны полностью отказываются от страхования рисков и берут на себя компенсацию возможных ущербов или принимают участие в страховании этих рисков.

К специфическим особенностям страхования таких крупных рисков можно отнести: выполнение большого объема подготовительных работ; относительно малая остаточная стоимость объектов страхования после наступления страхового случая; выполнение основного

объема работ средствами однократного применения; большой потенциальный ущерб третьим лицам при наступлении страхового случая и др.

Страхование космических рисков в России пока еще не получило должного развития. Это связано с недостатками законодательного обеспечения страховой деятельности, отсутствием страховых традиций и опыта в проведении страхования. В аналитических исследованиях отмечается, что современное положение дел на российском страховом рынке характеризуется низкими потенциальными возможностями национальных страховых компаний по размещению крупных страховых рисков (в том числе и рисков космических проектов), что обусловлено: недостаточным уровнем страховой культуры в обществе и отсутствием привычки к страхованию; недостатком опыта управления космическими рисками. На международном рынке страхования космических рисков в 2011 году отмечалась тенденция к смягчению условий заключения договоров и увеличению емкости страхования, но ставки и условия по российским проектам по-прежнему довольно жесткие. Такое отношение связано с убытками, полученными после полной гибели космического аппарата (КА) KazSat и частичной – КА «Экспресс-АМ2».

Таким образом, привлекательность российского страхового рынка для размещения международных проектов не ослабла и продолжает постепенно расти. Рост сдерживается тем фактом, что у большинства российских страховых компаний не достаточная емкость страхования и отсутствуют международные рейтинги финансовой устойчивости.

Библиографические ссылки

1. Фионов А. С. К вопросу о построении обобщенной системы управления космическими рисками // *Страховое дело*. 2011. № 12. С. 51–56.
2. Медведчиков Д. А. Краткий обзор состояния рынка космического страхования. URL: http://www.avicos.ru/html/cosmos/intern_market.pdf.

© Руденко Е. И., 2012

УДК 347.77

С. Н. Рудь

Научный руководитель – А. П. Сурник
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ТАМОЖЕННОМ СОЮЗЕ

Описывается ряд проблем при защите объектов интеллектуальной собственности в Таможенном союзе России, Белоруссии и Казахстана, такие, как различия законодательств, недостаточная унификация, параллельный импорт и ситуация с процедурой ex officio. Обозначены возможные причины проблем, а также предложены некоторые способы их решения.

В условиях высокой скорости развития бизнеса важную роль играет защита объектов интеллектуальной собственности (далее – ОИС), а также взаимодействие владельцев ОИС с государственными органами

для осуществления полноценной охраны их прав. Но в настоящее время существует большое количество проблем и разногласий как во взаимодействии с компаниями-владельцами прав на объекты ОИС, так и в

большом количестве различий в национальных законодательствах государств-членов Таможенного союза.

На данный момент основой взаимодействия является Таможенный кодекс Таможенного союза, в главе 46 которого дана система защиты ОИС в виде таможенных реестров стран-членов Таможенного союза и Единого таможенного реестра Таможенного союза [1]. Но таможенный кодекс не дает полный список ОИС, защищаемых таможенными органами. В каждом государстве законодательство выстроено по-своему, и, соответственно, список таких товаров различен.

Важным моментом является то, что в Единый таможенный реестр Таможенного союза включаются объекты интеллектуальной собственности, подлежащие охране в каждом из государств-членов Таможенного союза. Поэтому возникает проблема унификации разных аспектов законодательства Таможенного союза и стран, в него входящих. Например, унификация терминологической базы относительно таких понятий, как «поддельная продукция», «контрафакт», «фальсификат» (последнее в Российской Федерации используется только относительно лекарственных средств) [8].

Особое внимание привлекает ситуация с товарными знаками, владельцами которых в разных государствах-членах Таможенного союза являются разные компании. Такие ситуации могли возникнуть после прекращения существования СССР, а также при наличии лицензионных договоров крупных мировых корпораций с местными компаниями. В данной ситуации при ненадлежащем регулировании этого аспекта, такие товары при перевозке из одного государства-члена Таможенного союза в другое могут попасть под статус контрафактных.

Особую роль в этой ситуации с различиями в законодательствах имеет принцип *ex officio*, закрепленный в Соглашении по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС). Согласно Таможенному кодексу Таможенного союза таможенные органы принимают меры по защите прав на объекты интеллектуальной собственности, не включенные в таможенные реестры объектов интеллектуальной собственности государств-членов Таможенного союза [1]. Данные правоотношения регулируются в соответствии с законодательством государств-членов Таможенного союза. Этот принцип закреплен непосредственно в Таможенном кодексе Казахстана, в Федеральном законе «О таможенном регулировании в Российской Федерации» [2], но в Белоруссии он не предусмотрен.

Введение этого принципа в Таможенный союз повлекло за собой волну недовольства, вызванную беспокойством компаний за их права на ОИС, а также ожиданием ухудшения ситуации с быстрым и безудачным перемещением товаров. В данном случае проблема в том, что на сегодняшний день нет четких критериев контрафактности товаров, все зависит от конкретного должностного лица таможенных органов, его опыта и умения определять признаки контрафактного товара. Но в ближайшее будущее все может измениться с введением единой базы Роспа-

тента, содержащей сведения о правообладателях и их товарах [8].

Возвращаясь к проблемам в сфере защиты интеллектуальной собственности, коснемся такой довольно крупной проблемы, как «параллельный импорт». Данное понятие связано с законодательно установленным «принципом исчерпания исключительных прав», суть которого в том, что после сбыта на рынке самим правообладателем или с его согласия товара, содержащего в себе ОИС, правообладатель лишается права контролировать, либо запрещать дальнейшее коммерческое использование такого товара. В России и в Белоруссии действует национальный принцип, а в Казахстане – международный. В связи с этим возможна такая ситуация, когда правомерно, с точки зрения национального законодательства, ввезенный в Казахстан товар может оказаться вне закона на территории Российской Федерации и республики Беларусь.

Для разрешения данной проблемы, в соответствии с Планом действий по формированию Единого экономического пространства [6] было принято Соглашение о единых принципах регулирования в сфере охраны и защиты прав интеллектуальной собственности [7]. Данное Соглашение предусматривает, что не является нарушением исключительного права на товарный знак использование этого товарного знака в отношении товаров, которые были правомерно введены в гражданский оборот на территории государств – членов Таможенного союза непосредственно правообладателем или другими лицами с его согласия.

Исходя из вышесказанного понятно, что в сфере защиты интеллектуальной собственности еще очень много проблем. Решить эти проблемы помогла бы полная унификация законодательств государств – членов Таможенного союза, создание новых и усовершенствование уже существующих государственных структур по борьбе с нарушениями в сфере интеллектуальной собственности, а также формирование судебной практики и судебных органов на уровне Таможенного союза.

Библиографические ссылки

1. Таможенный кодекс Таможенного союза.
2. О Таможенном Регулировании в Российской Федерации : федер. закон от 27.11.2010 № 311-ФЗ.
3. О едином таможенном реестре объектов интеллектуальной собственности : межправительственное соглашение государств – членов Таможенного союза (ратифицировано Российской Федерацией 15.11.2010 г.).
4. О Регламенте взаимодействия таможенных органов государств-членов таможенного союза по вопросам ведения единого таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности : решение Комиссии Таможенного союза от 18 июня 2010 г. № 290.
5. Об утверждении Административного регламента Федеральной таможенной службы по исполнению государственной функции по ведению таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности : Приказ ФТС РФ от 13.08.2009 № 1488 (Зарегистрировано в Минюсте РФ 14.12.2009 № 15592).

6. План действий по формированию Единого экономического пространства Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации на 2010–2011 годы (утв. Решением Межгосударственного Совета Евразийского экономического сообщества № 35 от 19 декабря 2009 года).

7. Соглашение о единых принципах регулирования в сфере охраны и защиты прав интеллектуальной собственности (утв. Решением Межгосударственно-

го Совета Евразийского экономического сообщества № 65 от 9 декабря 2010 года).

8. Курочкина О. Защита и охрана интеллектуальной собственности на единой таможенной территории Таможенного союза. Перспективы и риски [Электронный ресурс]. // Таможенное регулирование. Таможенный контроль. URL: <http://www.zollru.ru/en/news/2672.htm>.

© Рудь С. Н., 2012

УДК 334.012.64

М. В. Сафронов

Научный руководитель – Ю. А. Анищенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МАЛЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ФОРМИРОВАНИЕ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА

Рассматриваются проблемы формирования понятийного аппарата, применимого в диссертационных исследованиях, рассматриваются существующие определения малого инновационного предприятия, предлагается авторское определение.

Понятие – это совокупность суждений, обобщенно отражающих исследуемые объекты путем фиксации их существенных отличительных признаков. Определение – логическая операция, раскрывающая содержание понятия [1].

Целью рефлексивного анализа базовых понятий в научных экономических исследованиях является формирование системы понятий, с помощью которых исследователем будут описываться и моделироваться изучаемые проблемы, явления, процессы, объекты. Иными словами, процедуры анализа базовых понятий предполагают формирование рабочего поля понятий, используемых в исследованиях на основе систематизации и критического анализа исходного поля понятий и их исторической динамики [1].

О роли и значении малых предприятий в инновационном секторе мирового хозяйства говорится повсеместно. Вместе с тем, научное сообщество до сих пор в затруднении относительно определения понятия «Малое инновационное предприятие» (МИП).

Исследуя особенности МИП, необходимо исходить из того условия, что малые инновационные предприятия представляют собой структурную часть малого предпринимательства, со свойственными ему особенностями и функциями. На таких предприятиях формируется особый тип предпринимательского поведения, обусловленный инновационной составляющей. В этом случае, допустимо рассматривать малое инновационное предпринимательство как самостоятельное экономическое явление [2].

В трудах зарубежных авторов можно встретить различные варианты названий подобных предприятий: инновационное малое предприятие (innovative SME); высокотехнологичная фирма или наукоемкая фирма (high technology firm); фирма новейшей технологии (new technology-based firm (NTBF)); фирма, основанная на использовании знаний (knowledge-based firm); хайтек стартап (hi-teck start-up) – молодая быстрорастущая компания, нашедшая эффективную стратегию получения прибыли от использования инновационной идеи; фирма «эксплорент» (explerent firms) – фирма-новатор, которая сознательно идет на значительный риск, а получение прибылей от продажи новых товаров и технологий ставит в зависимость от одаренности интеллектуалов, работающих в фирме, и их неординарных плодотворных идей, предложений [3].

В Руководстве Осло [4], технологическая продуктовая и процессная инновационная фирма (Technological product and process innovating firm) определяется как организация, которая внедрила технологически новые или значительно усовершенствованные продукты, процессы или их комбинации в течение отчетного периода. В США к малому инновационному предпринимательству относятся организации с количеством сотрудников менее 500 человек и имеющие не менее 15 патентов в течение пяти исследуемых лет.

Отечественными авторами обычно применяется комбинированный подход к определению МИП, в котором используются критериальные признаки субъектов малого бизнеса, т. е. количество сотрудников и (или) финансовые показатели деятельности, и показатели инновационной активности организации – количество научных сотрудников, количество нововведений, количество публикаций по результатам исследований, объем средств, направляемых на научные исследования.

В российском законодательстве нет четкого определения МИП, как, соответственно, нет и адекватных критериев отнесения организации к разряду МИП, кроме того что малое предприятие должно иметь не более 100 человек персонала (согласно ФЗ РФ от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»). А. Н. Асул определяет МИП как «небольшой коллектив профессионалов, действующий самостоятельно или в

составе крупной организации, специализирующийся на узком направлении инновационной деятельности и имеющий возможность быстрой переориентации» [2]. Д. В. Богачева предлагает следующее определение МИП: «Малые предприятия, представляющие собой самостоятельные бизнес-единицы, реализующие мероприятия по созданию, приобретению, освоению и распространению новых и усовершенствованных видов продукции, услуг, технологий, сырья и материалов, методов организации производства и управления». С. Е. Шкуратов в своем диссертационном исследовании рассматривает МИП, как коммерческие организации с численностью сотрудников до 100 чел., осуществляющие практическую реализацию технологий (продуктов), содержащих конфиденциальные сведения технического, экономического, административного, финансового или иного характера и получающие наибольшую долю доходов от производства и реализации инновационной продукции.

Приведенные определения, на наш взгляд, отчасти чрезмерно абстрактны, отчасти их объем шире определяемого понятия. Таким образом, обоснована необходимость введения собственного определения понятия МИП, отвечающего требованиям диссертационного исследования.

Существует много способов определения понятий, но наиболее рациональным и распространенным является определение через ближайший род и видовые отличия т. е. признаки, которые выделяют малые инновационные предприятия среди всей общности малых предприятий. В процессе дефинирования следует опираться на следующие базовые понятия и их определения:

– инновационная деятельность – деятельность, направленная на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Результатом инновационной деятельности являются новые или дополнительные товары/услуги или товары/услуги с новыми качествами;

– малое предприятие – коммерческое предприятие с ограниченными для каждого вида деятельности численностью работников и объемом хозяйственного оборота.

Таким образом, предлагаемое определение принимает следующий вид: «Малое инновационное предприятие – малое предприятие, которое осуществляет преимущественно деятельность, направленную на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования».

Библиографические ссылки

2. Михалев Г. С. *Методология научных исследований*. СибГАУ. Красноярск, 2011. 260 с.

3. Асаул А. Н. *Модернизация экономики на основе технологических инноваций*. [и др.]. СПб. : АНО ИПЭВ, 2008. 606 с.

4. Полеценко К. Н. Верхогляд Е. В. *Малые инновационные предприятия: особенности, классификация, институализация // Вестник Омского университета*. Омск, 2011. № 3. С. 336–343.

5. *Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data: Oslo Manual*. Paris: OECD, Eurostat, 1997.

© Сафронов М. В., 2012

УДК 574:658

И. Ю. Светлакова

Научный руководитель – Г. И. Юрковская
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассматриваются сущность, составляющие и последовательность проведения эколого-экономической оценки деятельности предприятия, обоснована необходимость совершенствования применяемых методов оценки.

Создание и улучшение хозяйственного механизма природопользования невозможно без оценки сложившейся ситуации во взаимодействии экономики и экологии, а также без представления возможных путей эколого-экономического развития в будущем.

Каждое предприятие решает задачи по широкому кругу вопросов: определение перечня выпускаемой продукции; на какой рынок или его сегмент выходить с этой продукцией; какие технологии использовать для производства и реализации товаров; какая структура ресурсов необходима и каким образом распределять трудовые, материальные и финансовые ресурсы; каких показателей должно достичь предприятие за определенный период, например, по качеству и характеристикам товара, по эффективности производства и сбыта и т. д.

Растущая обеспокоенность относительно качества окружающей среды акцентировала внимание предприятий на возможные экологические последствия их деятельности. Предприятия должны выявлять эти последствия, снижать, а по возможности полностью ликвидировать их негативный результат. Для предотвращения возможных негативных последствий на окружающую среду каждое предприятие должно проводить эколого-экономическую оценку своей деятельности.

Эколого-экономическая оценка деятельности предприятия проводится в следующей последовательности: местоположение и природно-климатическая характеристика территории, анализ размеров и специализации предприятия, обеспеченность и использование трудовых ресурсов, основных и оборотных фондов, просле-

живается динамика себестоимости и рентабельности отдельных видов продукции, проводится оценка финансового состояния, затем, анализируется экологическая деятельность, а именно, использование и загрязнение природных ресурсов, плата за загрязнение [2].

Эколого-экономическая оценка деятельности предприятия должна включать [3]:

1. Оценку и анализ состояния окружающей среды и природоохранной деятельности;
2. Техничко-экономический анализ использования природных ресурсов;
3. Оценку воздействия на окружающую среду при технико-экономическом обосновании инвестиций и проектов.

По нашему мнению главной составляющей эколого-экономической оценки деятельности предприятия является оценка эколого-экономического ущерба от загрязнения окружающей среды, так как он показывает фактические или возможные убытки. Она применяется при технико-экономическом обосновании инвестиций и проектов, а также при расчете платы за загрязнение окружающей среды.

Под эколого-экономическом ущербом понимается стоимостное выражение социально-экономических последствий, вызванных загрязнением окружающей среды, потерей или ухудшением качества природных ресурсов и объектов, продуцируемых ими благ и экологических услуг, и связанных с этими факторами, ухудшением здоровья людей, потерей доходов, снижением стоимости недвижимости, а также затратами на ликвидацию негативных последствий и иные будущие расходы, использованием, выбросом или потенциальным выбросом вредных веществ или иной деятельностью, негативно влияющей на окружающую среду [1].

Эколого-экономическая оценка ущерба, причиняемого окружающей среде, осуществляется по видам загрязнений: от загрязнения атмосферного воздуха, загрязнения водоемов, загрязнения земель, загрязнения природы физическими факторами, определяется

ущерб, наносимый биоресурсам. На сегодняшний день разработаны методики определения всех видов ущерба от загрязнения природной среды.

Поскольку эколого-экономический ущерб является единой мерой оценки техногенного влияния на различные области общественной жизни, его расчет требует большого количества исходных данных, многие из которых либо практически не фиксируются, либо просто не поддаются формализации. Такие виды ущерба, как, например, моральный, эстетический и прочие, имеют некий экономический эквивалент и, теоретически, его, возможно, выразить некоторыми стоимостными оценками. Однако на сегодняшний день методика расчета таких оценок не разработана, поэтому расчетный эколого-экономический ущерб всегда несколько занижен по отношению к реальному. Таким образом, существующая ситуация приводит к необходимости совершенствования применяемых методов оценки.

Применение адекватной эколого-экономической оценки деятельности предприятий позволит предоставлять более качественную аналитическую информацию для принятия обоснованных управленческих решений, направленных на снижение негативного воздействия предприятия на окружающую среду.

Библиографические ссылки

1. Медведева О. Е. Методические рекомендации по осуществлению эколого-экономической эффективности проектов намечаемой хозяйственной деятельности. М. : Союзэкспертиза, 2004.
2. Чечевицына Л. Н., Чуев И. Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник. 2-е изд. М. : Маркетинг, 2002. 352 с.
3. Экологическая оценка деятельности предприятия. URL: <http://sec4u.ru/text/3-zakon/171/index.shtml> (дата обращения: 10.04.2012).

© Светлакова И. Ю., 2012

УДК 334.7 (571.51)

С. Ю. Ситникова

Научный руководитель – А. С. Данилова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск
Аэрокосмический колледж, Красноярск

ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ИНКУБАТОРОВ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Раскрыта сущность и значение бизнес-инкубаторов для развития субъектов малого предпринимательства Красноярского края, их особенности, проблемы функционирования.

Инкубирование бизнеса является одним из инфраструктурных механизмов поддержки предпринимательства, рассчитанных на долгосрочный период. Бизнес-инкубаторы помогают созданию малых предприятий, как правило, инновационного типа. В макрорегионах эта функция становится все более важной, так как выход предприятий на старые и новые рынки усложняется из-за усиления внутренней и внешней конкуренции [1].

Инкубаторы новых фирм – форма поддержки развития местных небольших новых компаний со стороны региональных органов управления с непосредственным участием местных спонсоров, которые контролируют и направляют работу «инкубаторов» [4]. Клиентами «инкубаторов» являются инновационные фирмы, производители новой техники, консалтинговые фирмы. «Инкубаторы» часто участвуют в собственности фирм-клиентов [1; 6].

Целью данной статьи является исследование перспектив и проблем функционирования бизнес-инкубаторов Красноярского края.

Бизнес-инкубатор – это организация, специализирующаяся на создании благоприятных условий для возникновения и эффективной деятельности малых инновационных фирм, реализующих оригинальные научно-технические идеи. Достигается это путем предоставления на льготных условиях материально-технических, информационных, консультационных и других необходимых услуг. Его цель состоит в решении проблем субъектов малого предпринимательства, возникающих на этапе становления бизнеса: поиск и оснащение помещений, приобретение вычислительной и оргтехники, получение квалифицированного информационного и консультационного сопровождения [2].

Первые бизнес-инкубаторы появились еще в 50-е годы в Великобритании. Наибольшее распространение в количественном отношении, особенно после 1983 года, бизнес-инкубаторы получили в США. Их число выросло с нескольких десятков до 170 в 1987 году, расположенных в 28 штатах. В дальнейшем их число практически удваивалось каждые два года и выросло к началу нового тысячелетия до 575, объединенных в Национальную ассоциацию бизнес-инкубаторов [3].

В России бизнес-инкубированию как направлению поддержки малого предпринимательства присуща эволюционно обусловленная специфика [6,8]. В настоящее время в России действует свыше 150 бизнес-инкубаторов в 75 Субъектах федерации, большинство из которых построены в рамках федеральной программы поддержки предпринимательства. Первый российский бизнес-инкубатор появился в 1992 году в Москве. В Красноярском крае впервые был образован бизнес инкубатор в 2006 году – «Красноярский городской инновационно-технологический бизнес-инкубатор» (АНО КГИТБИ) по Решению Красноярского городского Совета депутатов от 22.12.2006 № 12-264, он образован в форме государственно-частного партнерства, его учредителями выступили администрация города Красноярска и НП «Учебно-научно-инновационный комплекс КГТУ». Бизнес-инкубатор является современным офисным комплексом, включающим в себя офисные помещения оснащенные необходимой мебелью, компьютерной и оргтехникой, средствами связи.

Суммарный оборот малых предприятий, инкубируемых в АНО КГИТБИ только за 2009 год, составил 25,4 млн рублей. Два предприятия бизнес-инкубатора выпустились экстерном и сейчас реализуют инновационные проекты, в том числе и на предприятиях города (ООО «Перун» реализует проект совместно с компанией «Краском»).

Основной проблемой бизнес-инкубаторов является то, что люди, предприятия плохо информированы о

деятельности данных организаций. Для решения данной проблемы необходимо проводить информатизацию предприятий о деятельности и программах бизнес-инкубаторов [7].

В Красноярском крае планируется создать сеть из восьми бизнес-инкубаторов. В настоящее время можно обратиться в бизнес-инкубаторы, находящиеся по адресу: г. Красноярск ул. Киренского, 26Б, корпус Ж, 3 этаж; г. Красноярск, ул. Качинская, 64/9, Административное здание 2 этажа; г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 39 (филиал городского бизнес-инкубатора).

1 марта 2012 года на базе Ресурсного центра Сибирского государственного аэрокосмического университета (СибГАУ) состоялось открытие представительства Центра прототипирования Красноярского регионального инновационно-технологического бизнес-инкубатора (КРИТБИ) [5]. В мероприятии приняли участие заместитель губернатора края Андрей Гнездилов, ректор Сибирского государственного аэрокосмического университета Игорь Ковалёв, проректор по научной и инновационной деятельности СибГАУ Юрий Логинов, исполнительный директор КГАУ «КРИТБИ» Николай Колпаков, резиденты КРИТБИ и научные сотрудники ресурсного центра СибГАУ.

Несмотря на кризисный последний год, Красноярская система поддержки малого и среднего бизнеса функционирует на должном уровне, что подтверждается стабильным ростом количества предприятий малого и среднего бизнеса в Красноярске.

Библиографические ссылки

1. Борисов А.Б. *Большой экономический словарь*. М. : Книжный мир, 2003. 895 с.
2. *Красноярский городской инновационно-технологический бизнес-инкубатор* /www.krskbi.ru.
3. *Основы построения бизнес-инкубаторов*. М. : Изд. корпорация «Логос», 1999.
4. *Развитие малого бизнеса в Красноярском крае*. URL: http://science-bsea.bgita.ru/2006/ekonom_2006/voronina_razvitie.htm.
5. *Региональный бизнес-инкубатор КРИТБИ*. URL: www.b2bis.ru.
6. Фесюн А. В. *Формирование бизнес-инкубатора межрегионального типа : автореф. дис. ... канд. экон. наук*. Волгоград, 2009.
7. Щугин Г. В., Жуков Д. М., Хацкевич Л. Д. *Система экономического и финансового управления бизнес-инкубаторами*. Воронеж : Истоки, 1998.
8. Щугин Г. В. *Анализ деятельности бизнес-инкубаторов и перспективы их развития в условиях реформирования экономики. Автореферат кандидатской диссертации*. Воронеж, 1999.

© Ситникова С. Ю., 2012

УДК 73.56

Д. В. Старикова, А. А. Коцюба
Научный руководитель – Е. Ю. Алексеева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

Проведен анализ фундаментальных факторов, способствующих дальнейшему росту российского рынка ценных бумаг.

Рынок ценных бумаг является составной частью финансового рынка, и соответственно состояние рынка ценных бумаг отражает состояние экономики в целом. Российский фондовый рынок влияет на функционирование экономики РФ. Таким образом, прогнозируя перспективы дальнейшего роста российского рынка ценных бумаг и выявляя факторы, определяющие данный рост, следует ожидать приток инвестиций. А инвестиции, как известно, являются одним из факторов, способствующих выходу из рецессии и переходу к экономической экспансии.

Актуальным остается вопрос, какие факторы вызвали данный рост, был ли рост оправдан фундаментальными причинами, или падение на 4 % в начале марта 2012 года не является случайностью, и в ближайшее время следует ожидать крах [1].

Выделяют следующие основополагающие факторы, определяющие влияние на дальнейшую динамику российского рынка ценных бумаг:

- 1) политические факторы;
- 2) ВВП;
- 3) уровень безработицы;
- 4) уровень инфляции;
- 5) совокупный спрос;
- 6) сбалансированность бюджета;
- 7) сопредельный рынок (нефтяной рынок);
- 8) состояние мировой экономики.

Далее охарактеризуем влияние каждого из выше перечисленных факторов на развитие рынка ценных бумаг.

Политическая ситуация. Политические факторы являются наиболее актуальными вследствие прошедших 4 марта 2012 года выборов в президенты РФ. По завершении митингов в феврале 2012 года стало ясно, что население требует качественных продвижений в области экономики и сокращения зависимости от иностранных инвесторов и нефтяных доходов. Но безоговорочная победа В. Путина говорит о том, что кардинальных изменений в экономической политике страны не предвидеться, по мнению аналитиков, не стоит также ожидать и внезапной либерализации и изменения структуры экономики в направлении нефтегазового сектора. Здесь можно провести аналогию к событиям, произошедшим в первом квартале 2008 года. Тогда возлагались надежды на новое правительство во главе с Д. Медведевым, что будет проведен ряд реформ, направленные на повышение инвестиционной привлекательности государства.

Рост ВВП. По итогу прошедшего 2011 года рост ВВП превзошел ожидания и составил 4,3 %, достиг-

нув отметки в 54 трлн. 369,1 млрд рублей против 45 трлн 166 млрд руб. в 2010 году [2].

Снижение безработицы и рекордно низкая инфляция (6,15 % в годовом исчислении), достигшая минимума за последние двадцать лет, обусловили увеличение совокупного спроса в четвертом квартале 2011 года, что и стало фактором для ускорения роста экономики.

Совокупный спрос. Основной причиной такого сильного роста по итогу прошедшего 2011 года можно смело назвать – высокий совокупный спрос. За минувший 2011 год объемы розничных продаж выросли до рекордных 9,5 %, а розничное кредитование возросло на 36 %. Такой рост потребления подстегнула низкая инфляция. Ослабление инфляции отчасти объясняется изменениями в кредитно-денежной политике, переходом на более гибкий обменный курс, что позволило сократить валютные интервенции, бывшие основной причиной увеличения денежной массы до 2008 года, по итогу 2011 года, денежная масса снизилась примерно на 20 %.

Дефицит бюджета. Статистика за январь 2012 года по федеральному бюджету принесла довольно неприятный сюрприз. За последние десять лет был зафиксирован дефицит бюджета – 18 млрд руб., что составляет 0,5 % от январского ВВП. И в ближайшем будущем сокращения дефицита не предвидится, ведь выполнение всех обещаний данных В. Путиным в его предвыборной кампании, требуют увеличения государственных расходов до 2018 года на 4,8 трлн руб., а это 4–5 % от ВВП России [3].

Сопредельный рынок (нефтяной рынок). За год цена нефти подросла на 11 %, основываясь на идее, что Европейское эмбарго на импорт нефти из Ирана вызовет крупные перебои в поставках. И в начале марта 2012 года нефть опять достигла новых максимумов за месяц, после взрыва на газопроводе в Саудовской Аравии, крупнейшем в мире экспортере нефти. Данное сообщение заставила цену сырой нефти марки Brent превысить 43-месячный максимум. Но это было не единственным ценовым рекордом, Brent обновила свои 10-месячные максимумы, достигнув отметки в 110 долл. за баррель. Данная ситуация говорит о том что в среднесрочной перспективе это не останется единичным случаем, и самая главная на сегодня это существующая неопределенность в отношениях между Ираном и странами Запада.

Таким образом, можно отметить несколько краеугольных моментов. Экономическая статистика свидетельствует об оживлении экономической активности в США и умеренно негативной реакции экономи-

ки еврозоны на кредитный кризис. В китайской экономике также наметилась стабилизация темпов роста основных экономических показателей. С начала 2012 года наблюдается рост российского фондового рынка вслед за повышением «аппетита к риску» на мировых торговых площадках.

Технически коррекция рынка вниз назрела. Тем не менее, положительные новости по состоянию мировой экономики и прогресс в решении европейской кредитной проблемы на фоне повышения ликвидности европейских банков оказывают поддержку рынку и не дают ему сильно просесть. В то же время все более отчетливо начинает проявляться проблема усиления инфляционного давления на экономику из-за чрезмерного роста цен на нефть. Многое будет зависеть от реакции инвесторов на результаты президентских выборов в США. Базовый сценарий на 2012 год не пересматривается: 1 кв. 2012 года представляется

благоприятным периодом для формирования длинных позиций (покупка финансовых инструментов) с расчетом на 2-е полугодие, которое будет благоприятным для роста. В свою очередь следует ждать притока капиталовложений со стороны инвесторов, что определяет дальнейшее развитие и рост экономики РФ.

Библиографические ссылки

1. Информационный портал – Вести. Финансы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vestifinance.ru/>.
2. Гридин В. Выборы в России и фондовый рынок [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bigness.ru/>.
3. Мирановский А. Фондовый рынок ждет хороших новостей [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rbc.ru/>.

© Старикова Д. В., Коцюба А. А., 2012

УДК 101.73-4

Д. В. Старикова, А. А. Коцюба
 Научный руководитель – О. В. Гостева
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ И ЕГО МОТИВАЦИЯ В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассмотрены организационные проблемы поощрения проектных команд и творческих коллективов. Описаны модельные представления мотивации проектной работы в современной бизнес-среде.

Одним из эффективных средств управления развивающимися системами, которые характеризуются нестабильностью и неопределенностью внешней среды, является методология управления проектами. При этом проектная команда является ограниченной по продолжительности подсистемой крупной организации. Изменение характера взаимодействия коллектива затрагивает систему мотивации и создает реальные организационные проблемы.

В настоящее время не существует общепризнанной системы оценки и поощрений проектной деятельности. Каждая фирма уникальна и применяет свою мотивационную модель, ориентированную на свои внутренние правила и стандарты.

Предлагаемая в работе модель мотивации интегрирует концепцию, подходы и существующие практики к поощрению проектной работы, связанные с повышением качества управления. Авторами выше упомянутой модели являются И. Г. Севастьянова, В. Н. Стегний и Г. А. Руруа [2].

В основу концепции мотивационной модели заложена идея непреодолимой привлекательности предназначения организации. Видение организации, выражающее долгосрочный имидж компании, должно быть близко отдельному человеку, а не компании в целом, и побуждать каждого человека к достижению определенных целей.

Мотивационная модель включает три базовых уровня, из которых основополагающий – фундаментальные принципы организационной культуры и тенденции в управлении изменениями. Следующий уро-

вень модели ориентирован на особенности формирования проектной команды и развития мотивационного процесса. Последний уровень модели связан с идеей постоянного совершенствования качества управления [1].



Графическое представление модели мотивации сотрудников в проектной деятельности

Первый уровень мотивационной модели предполагает, что культура организации должна быть адекватна применяемой технологии. Сильная внутрифирменная культура зависит, прежде всего, от таких реальных ценностей, как делегирование полномочий, уважение к личности, взаимное доверие. Неоспоримые ценности, культивируемые через воспитание, совместный опыт и традиции, только в том случае приобретают значение и позволяют создать работника с высо-

кой степенью ответственности, если компания на деле воплощает их в жизнь и делает это ежедневно.

Второй уровень модели отражает особенности создания проектной команды и мотивации посредством стимулов, позволяющих развиваться. Главная цель объединения сотрудников в команду - самостоятельное управление и преодоление проблем при решении поставленных задач. При формировании проектной команды следует учитывать то, что продуктивность ее деятельности зависит не только от технических, организационных, управленческих и культурных факторов, а также от знаний, опыта, способностей и потребностей людей, входящих в команду [3].

Третий уровень мотивационной модели базируется на парадигме непрерывного совершенствования качества, которая подразумевает, что каждый сотрудник и организация в целом не должны успокаиваться на достигнутом результате. Парадигма – совокупность фундаментальных научных установок, представлений и терминов, принимаемая и разделяемая научным сообществом и объединяющая большинство его членов. Обеспечивает преемственность развития науки и научного творчества. Высокое качество начинается с людей, с понимания потребностей и ожиданий всех заинтересованных сторон, и, в конечном счете, означает полное удовлетворение этих потребностей и ожиданий.

Подход к качеству как проявление потребности в постоянном улучшении можно рассматривать не только с позиций управленческой эффективности и организационной продуктивности, но и с позиций

личностного и профессионального развития, межличностных отношений [4]. Личностная сторона качества означает гармоничное единение с системой ценностей, согласно которой человек с каждым днем совершенствуется в личном и профессиональном плане.

Предлагаемая модель носит индикативный (рекомендательный) характер. Наряду с другими специальными оценками может быть использована для позитивных изменений мотивационного фона и поощрения концепции «успеха» проектных команд и коллективов, деятельность которых связана с творческой работой.

В данной статье был проведен анализ организационных проблем поощрения проектных команд и творческих коллективов, а также были выделены модельные представления мотивации проектной работы в современной бизнес-среде.

Библиографические ссылки

1. Салмон Р. Будущее менеджмента // *Стратегическое управление и планирование*. 2011. № 19. С. 29–32.
2. Севастьянова И. Г. Модель мотивации проектной деятельности // *Менеджмент в России и за рубежом*. 2011. № 11. С. 99–103.
3. Стеганов И. С. Управление командой // *Стратегический менеджмент*. № 28. С. 38–42.
4. Туров В. В. Лидерство, основанное на принципах // *Российский журнал менеджмента*. № 65. С. 73–79.

© Старикова Д. В., Коцюба А. А., 2012

УДК 338.2

К. В. Терещенко

Научный руководитель – М. А. Рагозина

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ

Раскрывается влияние инновационной деятельности на экономическое развитие страны и дается определение инновации как экономической категории.

Основу эффективности национальной экономики современной России составляет наряду с природными и трудовыми ресурсами и научно-технический потенциал страны. Переход экономики в новое качественное состояние увеличил значимость инновационной деятельности, развития наукоемких производств, что, в конечном счете, является важнейшим фактором выхода из экономического кризиса и обеспечения условий для экономического роста.

Содержание инновационной деятельности в экономической сфере является создание и распространение новшеств в материальном производстве. Она представляет собой звено между научной и производственной сферой, в результате взаимосвязи которых, реализуются технико-экономические потребности общества.

Формирование инновационных отношений в экономике непосредственно связано с преобразованиями институциональной среды. Инновационная экономика

особенно требовательна к культурной среде, науке и образованию, условиям свободы творчества, развития интеллекта.

Стратегия инновационно-технологического прорыва может быть наиболее полно реализована лишь при крупномасштабной поддержке государства.

Активная инновационная деятельность способна стать реальным стратегическим ресурсом, одним из основных факторов обеспечения роста конкурентоспособности национальной экономики и умножения конкурентных преимуществ в мире.

Необходимость государственного регулирования инновационных процессов объясняется не только их общенациональным значением, но и экономическим содержанием [1].

Государству необходимо для экономического роста поддерживать инновационную деятельность на предприятиях, в учебных заведениях и научно-технических центрах. Оно должно создавать выгод-

ные условия для работников в научно-технической сфере, проводить конкурсы молодежных инновационных проектов, подготавливать высококвалифицированных специалистов в сфере инноваций и высоких технологий, создавать инновационные бизнес-инкубаторы, где будут помогать развивать проекты.

Развитию инновационной деятельности в современных условиях препятствуют не только множество экономических факторов, но и таких как низкий инновационный потенциал «креативных организаций», недостаток квалифицированного персонала. Российская экономика серьезно нуждается в системе стимулов для подъема отечественного гражданского машиностроения, потенциал которого продолжает снижаться.

Это будет способствовать развитию экономики страны, так как поиск и реализация инноваций будет обеспечивать малым и большим фирмам конкурентоспособность товара на рынке в условиях рыночной экономики. Движущей силой конкуренции является стимул к нововведениям. Именно на основе нововведений удается повышать качество продукции (услуг), улучшать полезный эффект товара, тем самым добиваться конкурентного преимущества данного товара.

Важную роль по выводу страны на новый уровень инновационной деятельности и обеспечению на этой основе роста конкурентных преимуществ ее экономики играет система государственного регулирования. Формы и методы государственного регулирования инновационной деятельности могут быть самыми разнообразными. Это зависит от тех целей, которые ставит государство по реализации инновационной политики в сложившихся условиях.

Главной предпосылкой инновационной стратегии является моральное старение выпускаемой продукции и технологии. В связи с этим каждые три года на предприятиях следует проводить аттестацию выпускаемых изделий, технологий, оборудования и рабочих мест, анализировать рынок и каналы распределения товаров. Иными словами, должна проводиться рентгенограмма бизнеса.

Предприятием следует управлять таким образом, чтобы в нем создавалась атмосфера восприятия нового не как угрозы, а как благоприятной возможности. Сопrotивления изменениям коренятся в страхе перед неизвестным. Каждый работник должен осознать, что нововведения - это лучшее средство сохранить и укрепить свое предприятие. Более того, необходимо понять, что нововведения – это гарантия занятости и благополучия каждого работника. Организация инновационной деятельности на основе указанных принципов позволит предприятию продвинуться вперед и добиться успеха.

Инновации могут внедряться в каждую из подсистем организации, однако степень их «усваиваемости» в каждой из подсистем будет неодинакова, что обусловлено различной способностью к восприятию инноваций. Очевидно, что легче всего внедряются инновации, непосредственно не влияющие на структуру формальных и неформальных взаимоотношений работников в организации. Наиболее сложно внедряемыми инновациями будут те, что затрагивают систему интересов участников организации.

Выход экономики России из современного кризисного состояния, обеспечение ее экономического роста должен основываться на приоритетном развитии высокотехнологичных отраслей, росте производства наукоемкой продукции. В настоящее время в России более или менее современный уровень технологий сохраняется, в основном, на высокотехнологичных направлениях: в ядерной энергетике, ракетно-космической отрасли, авиастроении.

Инновационная деятельность в экономике не должна ограничиваться только высокотехнологичными отраслями. К примеру, сырьевая отрасль, также нуждается как в технологических, так и в других видах инноваций.

Поэтому речь должна идти не об ослаблении внимания к топливно-сырьевому комплексу и одностороннем развитии инноваций, а об их интеграции. Они должны взаимодополнять друг друга, так как и топливно-сырьевой комплекс нуждается в инновациях, так и инновации без сырьевых ресурсов невозможны. К тому же в перспективе проблема ограниченности ресурсов будет обостряться и на уровне России, и на уровне мировой экономики [2].

Стратегия повышения конкурентоспособности, как национальной экономики, так и в рамках отраслей, предприятий должна строиться с учетом этой ограниченности. И распределение ресурсов должно осуществляться таким образом, чтобы обеспечивалось их эффективное использование.

Из проведенного исследования вытекает, что инновации представляют собой важнейшую экономическую категорию расширенного воспроизводства, играющую ключевую роль в реализации структурных сдвигов в экономике.

Библиографические ссылки

1. Коноплев С. П. *Инновационный менеджмент*. М.: Проспект, 2007. 65 с.
2. Голиченко О. Г. *Модернизация и реформирование инновационной стратегии России: проблемы и решения // Вопросы экономики*. 2010. № 8. С. 41–53.

© Терещенко К. В., 2012

УДК 336.14

С. Л. Тимосюк, И. Ю. Светлакова
Научный руководитель – Г. И. Юрковская
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВОПРОСЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассматриваются понятие и способы оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятий; приводятся виды эффективности, показана их взаимосвязь.

Переход экономики России к рыночным отношениям привел к необходимости разработки соответствующих подходов и совершенствованию методов оценки эффективности хозяйственных решений на различных уровнях управления. Понятие эффективности относится к важнейшим в экономической науке и практике. Каждое промышленное предприятие заинтересовано в эффективном ведении хозяйства. В связи с этим важно понимать суть эффективности.

Характеризуя любую деятельность, важно понимать не только ее ожидаемый результат, но и то, какой «ценой» этот результат будет достигнут, то есть речь идет о действенности усилий или результативности используемых ресурсов либо затрат. Эффективность – это соотношение между результатом и затратами (ресурсами), которые этот результат обеспечили [1]. В экономической теории и практике соотнесение результатов с затратами либо ресурсами производится следующими способами:

– логическим, когда не представляется возможным применить математические действия для расчета показателя эффективности;

– в виде разности между результатом и затратами, при этом полученные показатели называют абсолютными. Например, прибыль определяется как разница между результатом (выручкой) и затратами на ее получение; экономия – это абсолютный показатель эффективности, который определяется как разница между нормативным ресурсом и реальным уровнем затрат;

– в виде математического отношения затрат и результатов, при этом полученные показатели называют относительными. Относительные показатели подразделяются на прямые и обратные. Прямые показатели отвечают на вопрос: какой результат получают с единицы затрат, какова «отдача» затрат? Обратные показатели дают ответ на вопрос: сколько необходимо затрат либо ресурсов для получения единицы результата, то есть позволяют судить именно о том, какова «ресурсоемкость» единицы.

В целом конструкция показателей эффективности является постоянной, а показатели результата, затрат и ресурсов определяются исходя из целей исследования, но в любом случае предполагается соотнесение результата с затратами (ресурсами), который этот результат вызвали либо обусловили.

В финансово-хозяйственной деятельности для конструирования и определения показателей эффективности можно использовать мнемонический прием, предложенный М. Н. Демченко, – матрицу относительных показателей эффективности (матрица Демченко). В качестве реквизитов матрицы по строкам и

столбцам выступают одни и те же показатели результатов и затрат, выбор которых зависит от целей исследования. Показатели эффективности определяются в ячейках матрицы путем деления реквизита каждого столбца на реквизит строки. В зависимости от целей анализа возможна любая детализация результатов и затрат. Матрица симметрична относительно главной диагонали, а значения показателей, расположенных по различным сторонам диагонали, обратно пропорциональны. В случае если показатели, расположенные выше главной диагонали, будут расти, то показатели, расположенные ниже главной диагонали, будут падать. Ниже главной диагонали в основном соотносятся показатели результата с затратами для его достижения, то есть расположены показатели отдачи. В то же время выше главной диагонали расположены показатели, носящие обратный характер, то есть показатели емкости (показывают, какова емкость результата относительно какого-либо вида затрат) [2].

Необходимо отметить, что не все показатели в приведенной матрице имеют экономический смысл. Однако создав на предприятии компьютерную версию подобной матрицы, руководитель может оперативно «отслеживать» изменение эффективности.

Часто употребляется определение эффективности какой-либо деятельности как «получение максимума результатов при минимуме затрат». С точки зрения математики приведенное выражение некорректно, так как означает, что результат должен стремиться к бесконечности, а затраты – к нулю. То есть предлагается получить «все из ничего». В производственно-хозяйственной деятельности предприятия – это трудная осуществимая задача. Поэтому повышения эффективности добиваются путем:

– достижением максимума результата при фиксированном объеме затрат;

– достижением минимума затрат при фиксированном объеме результата.

В качестве основных видов эффективности производственной деятельности предприятия можно выделить технологическую, экономическую и социальную эффективность.

Технологическая эффективность – это есть один из показателей, характеризующих технологический способ производства. Способ признается технологически эффективным в том случае, если не существует другого способа, который мог бы использоваться для выпуска данного объема продукции. Технологическая эффективность является необходимой, но, в то же время, и недостаточной для того, чтобы производство велось с наименьшими издержками.

Экономическая эффективность представляет собой результат производственной деятельности, выраженный в виде соотношения между конечными итогами хозяйственной деятельности и затратами ресурсов. Экономическая эффективность характеризуется, в первую очередь, производительностью труда, рентабельностью производства, фондоотдачей, фондоемкостью, капиталоемкостью, материалоемкостью и трудоемкостью производства продукции.

Социальная эффективность производства заключается в соотношении полученных благоприятных социальных результатов к затратам на их достижение. Она отражает степень удовлетворения всей совокупности потребностей и тесно связана с уровнем жизни населения, содержанием и условиями труда, а также состоянием среды обитания человека и масштабами производства продукции.

Рассмотренные виды эффективности взаимосвязаны между собой. Это проявляется в том, что экономическая эффективность отражает состояние техно-

логической эффективности, а изменения в экономической эффективности являются основой для решения социальных проблем. Что касается непосредственно социальных результатов, то они, в свою очередь, оказывают решающее влияние на динамику экономической и технологической эффективности. Без технологических достижений невозможны экономическая эффективность и решение социальных проблем, а степень решения социальных вопросов служит фактором динамики экономической и технологической эффективности производства.

Библиографические ссылки

1. Басовский Л. Е. *Экономическая оценка инвестиций* : учеб. пособие. М. : Инфра-М, 2011. С. 518.
2. Беляков Г. С. *Как оценивать экономическую эффективность* // *Эко.* 2010. № 6. С. 121–129.

© Тимосюк С. Л., Светлакова И. Ю., 2012

УДК 336.14

С. Л. Тимосюк

Научный руководитель – Г. И. Юрковская
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Рассматриваются роль и значение отрасли пищевой промышленности для экономики современной России, представлена ее структура и дана классификация входящих в ее состав отраслей.

Пищевая промышленность играет ведущую роль в решении задач полноценного удовлетворения потребностей населения в высококачественных продуктах питания. Она представляет собой комплексную отрасль промышленности, перерабатывающую преимущественно сельскохозяйственное сырье и производящую как пищевые, так и вкусовые продукты. С момента перехода на рыночные отношения в пищевой промышленности возник ряд проблем, обусловленных утратой хозяйственных связей и управления в отрасли, многократным снижением в 1990-х гг. реальных доходов населения, высоким уровнем инфляции и ростом цен на производственные ресурсы, развалом сырьевой базы. В настоящее время экономическая ситуация в отрасли значительно улучшилась, однако некоторые проблемы до сих пор присутствуют.

Пищевая промышленность имеет колоссальное социально-экономическое значение, так как удовлетворяет потребности населения в ряде важнейших продуктов питания и отражает уровень жизни в стране. Необходимо учитывать, что современная ситуация в мире характеризуется, с одной стороны, наличием огромного числа голодающих в странах третьего мира, а с другой – избыточным производством продуктов питания в развитых государствах, где проживает не более 20 % населения планеты [1]. Развивающиеся страны, не способные обеспечить население собст-

венным продовольствием в соответствии с физиологическими нормами питания, вынуждены импортировать его, в том числе на условиях обмена на стратегические материальные ресурсы, драгоценные металлы и существенных политических уступок. Таким образом, производство продуктов питания выступает своеобразным индикатором экономической ситуации в стране.

С учетом повсеместного спроса на продовольственные товары, предприятия пищевой промышленности являются самыми многочисленными и включают как небольшие производственные предприятия, так и транснациональные корпорации. Размер пищевых предприятий зависит от вида выпускаемой продукции, территориального размещения. Но из-за повышенного спроса на продовольственные товары затраты большинства предприятий пищевой промышленности окупаются в короткие сроки, что характеризует относительно высокий уровень эффективности этих предприятий.

Пищевая промышленность имеет сложную структуру и насчитывает приблизительно 40 специализированных отраслей, которые вместе с соответствующими отраслями сельского хозяйства формируют агропромышленный комплекс. В состав предприятий пищевой промышленности в России входит более 25 тыс. предприятий различных форм собственности, в то же время в отраслевой структуре промышленного

производства она занимает одно из лидирующих мест. Доля пищевой промышленности в совокупном объеме промышленной продукции составляет более 20 %, при этом на пищевых предприятиях занято не более 7 % (приблизительно 1,5 млн человек) всех трудящихся России; примерно такой же удельный вес пищевой промышленности в стоимости основных производственных фондов.

Пищевая промышленность тесно связана со всеми отраслями экономики. По статистике, значительный объем грузов, перевозимых по территории России различными видами транспорта, приходится на долю пищевой продукции. Традиционно тесные связи у пищевой промышленности имеются с сельским хозяйством. Как часть аграрно-продовольственного комплекса отрасли пищевой промышленности формируют как продуктовые подкомплексы, так и различные агропромышленные системы (масложировую, зерновую и другие).

В состав пищевой промышленности входят пять крупных групп отраслей: пищевкусовая, мясная и молочная, рыбная, мукомольно-крупажная, хлебопекарная. Они включают в себя свыше 40 специализированных отраслей, подотраслей и отдельные производства, базирующиеся на единстве потребительского назначения производимого продукта, который определяет специфические требования к исходному сырью, используемой технологии, материально-технической базе и персоналу [1].

Отрасли пищевой промышленности классифицируются по различным направлениям в зависимости от характерных признаков, лежащих в основе формирования отрасли: от назначения продукции, характера используемого сырья, применяемой технологии и так далее. По видам перерабатываемого сырья все отрасли пищевой промышленности подразделяются на следующие три группы: перерабатывающие сельскохозяйственное сырье растительного происхождения; перерабатывающие сельскохозяйственное сырье животного происхождения; добывающие и перерабаты-

вающие несельскохозяйственное сырье. К добывающим отраслям относятся соляная, рыбодобывающая и часть пивобезалкогольной промышленности (добыча и разлив минеральных вод).

В зависимости от особенностей организации производства различают сезонные и несезонные отрасли. К сезонным отраслям относятся в основном большинство перерабатывающих отраслей, то есть таких отраслей, которые специализированы на первичной обработке сезонного сельскохозяйственного сырья, а также частично рыбодобывающая промышленность. К несезонным относятся все остальные отрасли.

По способу обработки сырья и полуфабрикатов, то есть в зависимости от применяемой технологии и специфики производственного оборудования, пищевая промышленность подразделяется на отрасли с преобладанием биохимического, микробиологического и химического производства (спиртовая, жировая, свеклосахарная промышленность), а также отрасли с преобладанием механической обработки предметов труда (кондитерская, сахарорафинадная, ликероводочная, вторичное виноделие, макаронная, мукомольная).

Стратегическое развитие предприятий пищевой промышленности способствует повышению экономической эффективности отраслевых предприятий, росту их конкурентоспособности, более полному удовлетворению потребностей населения в качественной и доступной продукции [2].

Библиографический список

1. Гаврилов А. И. Региональная экономика и управление : учеб. пособие. М. : Юнити-Дана, 2010. С. 288.
2. Логинов П. П. Процессный подход к управлению стратегической позицией предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. 2008. № 4. С. 10–19.

© Тимосюк С. Л., 2012

УДК 338.45.621

О. Е. Фаменко

Научный руководитель – М. Л. Елисеева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОВРЕМЕННЫЙ ОПЫТ ОЦЕНКИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА НАУКОЕМКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Для резервов роста эффективности деятельности остро встают вопросы оценки производственного потенциала предприятия. Особенности функционирования наукоемких предприятий предъявляют особые требования к данному виду оценки.

Производственные возможности предприятия – одна из составляющих его потенциала. Выявление производственных возможностей предприятия непосредственно связано с оценкой величины финансовых потоков и в целом – с оценкой бизнеса; производственные возможности предприятия влияют на инвестиционную привлекательность [1].

Наукоемкие предприятия – предприятия с высокими абсолютными и относительными (по отношению к общим издержкам производства) затратами на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Производственный потенциал наукоемкого предприятия включает совокупность финансовых, материальных, нематериальных, интеллектуальных,

Система оценочных показателей при определении уровня ППП

Направление исследования	Показатели оценки производственной составляющей	Показатели оценки материальной составляющей	Показатели оценки кадровой составляющей
Анализ движения составляющих ППП	Коэффициент обновления ОФ. Коэффициент выбытия ОФ. Коэффициент прироста ОФ	Коэффициент неравномерности поставок материалов. Коэффициент вариации	Коэффициент оборота по приёму. Коэффициент оборота по выбытию. Коэффициент текучести кадров. Коэффициент постоянства кадров
Текущее состояние составляющих ППП	Коэффициент износа ОФ. Коэффициент годности ОФ. Показатели, характеризующие фонд времени использования оборудования. Коэффициенты использования производственных мощностей	Коэффициент обеспеченности материальными ресурсами фактический. Коэффициент обеспеченности материальными ресурсами плановый	Среднегодовая выработка продукции одним работающим. Показатели баланса рабочего времени
Направление исследования	Показатели оценки производственной составляющей	Показатели оценки материальной составляющей	Показатели оценки кадровой составляющей
Эффективность использования составляющих ППП	Фондоотдача. Фондоёмкость; Рентабельность ОФ. Коэффициенты загрузки и сменности оборудования; Коэффициент интенсивной нагрузки оборудования	Материалоотдача. Материалоёмкость. Удельный вес материальных затрат в себестоимости. Коэффициент использования материалов	Изменение среднего заработка работающих. Изменение среднегодовой выработки. Непроизводительные затраты рабочего времени. Экономия (перерасход) фонда заработной платы

информационных, технологических, инновационных и других ресурсов, обеспечивающих хозяйственную деятельность предприятия.

Потребность в оценке производственных возможностей возникает при разработке и корректировке стратегических планов развития, может быть обусловлена такими обстоятельствами, как: реструктуризация, смена собственника, выявление собственником вариантов эффективного использования предприятия, сдача предприятия в аренду, решение об инвестировании, проверка кредитоспособности, страхование и другие хозяйственные ситуации [2].

Основным структурным элементом производственного потенциала наукоемкого предприятия является его интеллектуальный потенциал. Интеллектуальный потенциал можно рассматривать как совокупность средств, условий, возможностей, которыми обладает предприятие для производственной деятельности, освоения новых технологий, получения наукоемкой продукции.

Механизм управления производственным потенциалом – это составляющая часть общего процесса управления предприятием (системы менеджмента организации). Управление формированием и развитием потенциала предприятия напрямую зависит от эффективности системы менеджмента. Этот процесс обуславливается не только наличием ресурсов, но и их распределением, использованием и своевременным пополнением.

Под производственным потенциалом наукоемкого предприятия (ППП) следует понимать отношения,

возникающие на предприятии по поводу достижения максимально возможного производственного результата при наиболее эффективном использовании:

- интеллектуального капитала предприятия для поиска передовых форм организации производства;
- имеющейся техники в целях получения наиболее высокого уровня технологий;
- материальных ресурсов для обеспечения максимальной экономии и оборачиваемости. [3]

В качестве универсального средства, рассматривается современная методика оценки уровня ППП, которая представлена в таблице 1, может включать как экспресс-оценку, так и детализированную оценку [2].

На основе данных оценок можно делать выводы о состоянии производственного потенциала предприятия и строить планы повышения эффективности его использования.

Библиографический список

1. Гладышевский А. И. Формирование производственного потенциала: анализ и прогнозирование. М.: Наука, 2004. С. 31–34.
2. Попова Е. С. К вопросу о диагностике производственного потенциала предприятия // Организатор производства. 2007. С. 41–45.
3. Сербиновский Б. Ю. Теория и методы диагностики производственных систем. Новочеркасск: ЮРГТУ, 2005. С. 92–94.

© Фаменко О. Е., 2012

УДК 338.45

Р. С. Холдин
Научный руководитель – Ю. А. Анищенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

Рассмотрены текущее состояние, проблемы и тенденции развития авиационной промышленности России. Проанализирован сценарный характер технологического развития отрасли в ближайшей перспективе.

Авиационная промышленность (АП) была одной из наиболее инновационных отраслей в экономике СССР. Ей обязаны своим рождением ракетная и космические отрасли. В настоящее время объем чистой выручки мирового авиапромышленного комплекса находится на уровне 120–135 млрд долларов и достигается благодаря динамичному росту в последние годы продаж как гражданской, так и военной авиатехники [3].

Задача модернизации российской АП стоит уже второе десятилетие, причем в очень острой форме. Государственный заказ на основные виды авиационной техники и вооружения обеспечивает загрузку производственных мощностей лишь на 10–15 %. С учетом других заказов на ремонт и модернизацию старой техники, в среднем производственные мощности загружены всего лишь на 25–30 %, что значительно увеличивает себестоимость производства. Несколько лучше по сравнению с внутренним спросом выглядит экспортный потенциал АП. Прежде всего, это касается военной продукции, объем экспорта которой составляет до 65 % всего военного экспорта РФ [1]. Функционирование авиационной отрасли обеспечивается, главным образом, за счет государственной поддержки НИОКР и экспорта военной техники. Однако размер этой поддержки не столь велик, чтобы служить прочной и достаточной финансовой основой для развития отрасли. Продолжают развиваться и усугубляться такие отрицательные явления, как старение основных фондов (парк оборудования с возрастом свыше 20 лет составляет 40,7 %).

Одна из основных проблем АП – проблема структурного характера, а именно, несоответствие масштаба и структуры существующей в стране АП, ее научно-технического и производственного потенциала спросу на продукцию отрасли, как гражданского, так и военного назначения [1]. Данное структурное несоответствие способствовало замедлению процессов разработки, производства и сбыта авиационной техники, а во многих случаях и их практической остановке. Неизбежным следствием стало падение технологического уровня производства и проектирования, устаревание основных производственных фондов и большие кадровые потери как в количественном отношении, так и в отношении владения современными конструкторскими и производственными навыками.

В АП по официальным данным работают порядка 500 000 человек, что соответствует количеству работников, занятых во всей аэрокосмической отрасли США (для сравнения – в компании «Боинг» работают

159 300 человек) [1]. Персонал при нынешнем состоянии отрасли является избыточным по сравнению с основными мировыми производителями авиационной техники. Поэтому первоочередной задачей является подготовка квалифицированных специалистов, способных работать по новым технологиям на современном оборудовании.

Единственным источником инвестиций в НИОКР АП России является государственное финансирование. Даже крупнейшие российские компании авиапромышленного комплекса из-за сложного финансового положения и других обстоятельств не имеют возможности проводить масштабные НИОКР за счет собственных средств. Проверенный путь – возвращение к старой практике полной поддержки отрасли государством. Основные производственные фонды (ОПФ) отрасли устарели морально и физически на 60–80 % [1]. Значительная часть технологического оборудования еще при монтаже принадлежала к устаревшим по мировым меркам типам. Таким образом, не менее важная задача для отрасли – переоснащение КБ, НИИ и заводов новым современным высокотехнологичным оборудованием, внедрение информационных технологий в проектирование и организацию производства авиационной техники.

Инженер должен владеть методами компьютерного проектирования, менеджер – компьютерными методами организации производства, рабочий – готов к работе на дорогостоящем оборудовании, соблюдать технологию, требования по качеству и временным показателям. Современный российский менеджер должен отличаться адаптивностью и высоким уровнем профессиональных компетенций.

Тенденции развития производства продукции отечественного авиастроения и ее положение на рынках такова, что положительная динамика выпуска продукции предприятиями авиационной промышленности, начавшаяся после дефолта 1998 года, в целом сохранялась в последующие годы. Первое десятилетие 2000-х годов отрасль завершила с ежегодным объемом выпуска продукции, вчетверо превышающим кризисный уровень, но все же не достигшим уровня начала экономических реформ [3]. Восходящий тренд после 2010 года сохранялся благодаря увеличению производства как военной, так и гражданской продукции при том, что доля военной продукции в структуре производства превалировала весь этот период.

Сценарный характер технологического развития российской авиапромышленности может быть описан

рядом альтернатив, определяющих возможности развития военно-транспортного и гражданского авиастроения [3]. С технологической точки зрения военно-транспортная и гражданская авиатехника могут быть отнесены к более общей категории транспортной авиатехники, для которой характерна высокая технологическая унификация.

С учетом этого, варианты технологического развития отрасли могут быть сведены к двум сценариям функционирования российской АП. Оптимистичный сценарий предполагает сохранение компетенций российской промышленности по созданию транспортной авиатехники. Пессимистичный сценарий предполагает отказ от полностью самостоятельного создания транспортной авиатехники и переход к частичному участию в зарубежных проектах разработки и/или производства финальной продукции указанного типа.

Фактически совершающаяся на наших глазах ликвидация одной из наиболее передовых отраслей современной экономики – авиастроения неизбежно приведет к разрушению российской науки и образования, прорывных направлений экономики, окончательной

ликвидации остатков нашей высокотехнологичной промышленности. Россия, с учетом ее гигантских просторов, обязана иметь собственную высокоразвитую авиационную промышленность. Это вопрос национальной безопасности.

Библиографические ссылки

1. Соболев Л. Б. Задачи авиационного менеджмента [Электронный ресурс]. 8.04.2012. URL: <http://www.beintrend.ru/2011-08-18-11-31-49>.
2. Колпаков С. К. Аналитический доклад, проблемы и перспективы развития отечественной авиационной промышленности [Электронный ресурс] // *Авиация*. 7.04.2012. URL: <http://www.iacenter.ru/publications/132>.
3. Ассоциация участников авиационной и авиатранспортной деятельности, АЭРОГРАД [Электронный ресурс] // *Авиационная промышленность*. 7.04.2012. URL: <http://www.aercity.ru/publikaczii/stati-associazcii>.

© Холдин Р. С., 2012

УДК 669.713.7

Е. А. Черкасов

Научный руководитель – М. Л. Елисеева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ НАУКОЕМКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Для оценки эффективности наукоемкого предприятия необходимо изучить факторы, ее определяющие. Их описание и установление причинно-следственных связей стало темой представленной работы.

Наукоемкие отрасли создают основу для использования новых технологий и прогрессивного оборудования в традиционных отраслях; электронное оборудование, телекоммуникации, компьютеры, новые конструкционные материалы и другие элементы качественно формируют предпосылки для создания нового технологического уклада во всей экономике. Наукоемкие отрасли являются носителями новых форм организации производства, менеджмента и маркетинга. Новые технологии принятия решений возникают, апробируются в наукоемких отраслях и передаются в традиционные. Поэтому повышение эффективности деятельности наукоемкого предприятия – это основа роста экономики в целом.

Цель – выявить основные факторы, определяющие эффективность наукоемкого предприятия.

Уровень эффективности наукоемкого предприятия зависит от многих факторов, которые ее определяют, но попробуем выделить основные и ранжировать их.

Управляющие предприятием «Мы называем „управляющими“ тех работников интеллектуального труда, руководителей и отдельных специалистов, которые в силу своего положения или имеющих знания должны в ходе своей деятельности принимать решения, оказывающие значительное воздействие на результат работы всей организации» [1].

Именно решения, принимаемые управляющими, и определяют все, что делается на предприятии, от направления деятельности, до конкретных бизнес-процессов. Если предприятие имеет хороших управляющих, то об остальном можно особо и не задумываться. Они сами определяют основные факторы, влияющие на эффективность деятельности предприятия, и наилучшим образом справятся с ними.

Система управления предприятием Управляющие принимают решения, оказывающие влияние на эффективность деятельности предприятия. Но было бы неправильно сказать, что для принятия эффективного управляющего решения достаточно только эффективного управляющего. Необходима система стратегического управления предприятием, система, которая бы, исходя из цели предприятия, определяла роль и место предприятия, стратегию развития предприятия, критерии и показатели эффективности деятельности предприятия, проводила бы мониторинг и анализ результатов деятельности предприятия и давала управляющему полную информацию для принятия управляющих решений, контролировала их выполнение.

Система управления предприятием должна работать на двух уровнях: стратегическом и оперативном. Концепция управления по стратегическим целям, которая наиболее признана в современном менеджменте – это концепция «Сбалансированной системы показа-

телей» – СПП (Balanced Scorecard – BSC) [2]. Она же является основой и отправной точкой для систем оперативного управления предприятием. Эта концепция постоянно развивается и нашей компанией концепция «Сбалансированной системы показателей» совмещена с управлением по инновационным проектам, что позволяет определять как некоторые ключевые показатели эффективности, так и их оптимальные значения.

Первый основной фактор определен как «Управляющие», а это значит, что уже априори предполагается какая-то организационная структура предприятия («один в поле не воин»), и именно эту организационную структуру мы поставим на третье место.

Эта формализованная структура определяет место и роль каждого из управляющих, их полномочия, права и обязанности (бюрократия). Но не менее важную роль играет и неформальная структура управления (координация), без которой невозможна слаженная работа предприятия, она может просто превратиться в «работу по правилам».

Клиент – ориентированность предприятия. Эффективность деятельности любого предприятия в конкурентной внешней среде полностью зависит от его клиентов. Есть клиенты, клиентов устраивает продукция предприятия, и они приобретают ее, – есть эффективность деятельности. Нет клиентов – ничего нет, предприятие перестает существовать.

Кадры. Как отметил один американский ученый Питер Друкер, что все другие ресурсы не определяют динамику самовозрастающих результатов, они подчиняются законам механики и их можно более или менее эффективно использовать, при этом результативный выход никогда не будет большим, чем сумма вводов в организационную систему. Поэтому именно

кадры дают предприятию экономический эффект, подбор, расстановка и воспитание кадров – залог успеха.

Бизнес-процессы. Бизнес-процессы предприятия определяют его эффективность с двух позиций:

– Как и насколько бизнес-процессы согласованы с организационной структурой предприятия.

– Как оптимизированы бизнес-процессы, как минимизированы издержки производства.

Корпоративная информационная система предприятия на первый взгляд, это не очень существенный фактор, но без этой системы ни одно, даже небольшое, предприятие не может дать управляющему необходимой и достаточной информации для принятия адекватного и эффективного управленческого решения [3].

Таким образом, выявленные факторы, определяющие эффективность наукоемкого производства, позволяют не только выработать основные критерии его успешного функционирования, но и позволяют, благодаря их комплексному применению, добиться роста эффективности и развития его деятельности на длительной основе.

Библиографический список

1. Друкер П. Эффективный управляющий. URL: http://nkozlov.ru/library/s42/d4126/?full=1#.T47EKoTIf_Q.
2. Нортон Д., Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: Олимп-Бизнес, 2010. 320 с.
3. Кондратьев В. В., Кузнецов М. Н. Показываем бизнес-процессы. М.: Эксмо-Пресс, 2007. 352 с.

© Черкасов Е. А., 2012

УДК 339.543

С. В. Четверикова

Научный руководитель – Л. Г. Чернова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЭЛЕКТРОННАЯ ФОРМА ДЕКЛАРИРОВАНИЯ ТОВАРОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Рассматриваются основные понятия электронной формы декларирования товаров, ее преимущества, особенности и сложности внедрения.

За последние годы многое изменилось в отношении людей к информации, передаваемой по электронным каналам связи. Уже не удивляет работа с банками через Интернет, налоговые органы также реализовали систему обмена информацией по сети Интернет. Прекрасно функционирует аналогичная система при сдаче – приеме отчетности в Пенсионный фонд. На портале Соцстрахования тоже принимается отчетность в электронном виде. Пришло время реализовать и усовершенствовать концептуальные решения Правительства России по безбумажному документообороту в таможенных органах.

В международной таможенной практике электронная форма таможенного декларирования товаров ис-

пользуется с начала восьмидесятых годов двадцатого столетия. Учитывая опыт ведущих стран мира, основываясь на концепциях США и Японии, Россия начала свой путь к внедрению электронной формы декларирования. Как показывает опыт зарубежных стран, именно переход к электронному декларированию является единственно верным направлением совершенствования процедуры таможенного декларирования товаров, когда подача, прием и обработка данных осуществляются в электронной форме. При полной автоматизации процедуры таможенного оформления, течение сроков измеряется уже не в днях, а в часах и минутах.

Суть электронного декларирования заключается в том, что обмен информацией между декларантами и

уполномоченными должностными лицами таможенного органа осуществляется исключительно в электронном виде с использованием электронной цифровой подписи (ЭЦП), наличие которой удостоверяет, что передаваемые сведения имеют юридическую силу.

В России первая электронная таможенная декларация была подана в 2002 году. Однако только в 2004 году началось поэтапное внедрение электронного декларирования в практику работы таможенных органов и переход некоторых участников внешнеэкономической деятельности на эту форму декларирования. Схема ЭД-1 сложна и дорого стоит. Она предусматривает подключение к ведомственной сети таможенной службы с внешней стороны по специально выделенным каналам связи. Реализовать это подключение по силам либо крупному участнику ВЭД, либо крупному таможенному представителю.

В 2008 году электронное декларирование приобрело новый импульс после, того, как Федеральная Таможенная Служба (ФТС) России разработала средства для электронного декларирования товаров через Интернет (ЭД-2) [1]. Схема ЭД-2 предоставляет декларанту на выбор три варианта передачи информации. Первый – подключаться к ресурсу ФТС через Интернет напрямую, при этом участник ВЭД аттестует точку входа самостоятельно и несет все материальные и организационные затраты. Второй – оформлять таможенные декларации через Интернет с привлечением таможенного представителя, который, в свою очередь, аттестовал свою точку на ресурс ФТС. Третий вариант – декларировать товары самостоятельно. Именно ЭД-2 на данный момент считается будущим электронной России. ЭД-2 предполагает предоставление только формализованных документов. ФТС России проделала огромную работу по типизации, унификации и созданию альбома форматов документов, в объемах практически совпадающего с документами, используемыми в деловом обороте. На сегодня формализовано более 70 документов. Конечно, преимущества электронной формы декларирования очевидны: это и ускорение процесса обработки, выпуска таможенной декларации и товаров в целом; и более рациональное и эффективное использование трудовых ресурсов за счет технических средств и информационных технологий; и исключение контакта декларанта с должностными лицами таможенных органов; и снижение накладных расходов на подготовку «бумажных» документов при их представлении в таможенный орган. Использование электронного декларирования приводит к повышению прозрачности всех процедур и сокращению влияния субъективного фактора при принятии решения должностным лицом таможенного органа. В среднем, время проверки таможенной декларации в электронном виде и выпуска товаров должно составлять около 30 минут.

Сегодня можно констатировать, что массовый переход на интернет-декларирование в стране состоялся. Статистика числа оформленных электронных деклараций показывает, что на данный момент уже около 60 % таможенных деклараций выпускается по технологии ЭД-2, и количество ЭДТ начинает постепенно

приближаться к своему пределу. Однако, не смотря на это, возникают некоторые проблемы, препятствующие полноценному функционированию данной процедуры.

В первую очередь, сдерживающим фактором широкого распространения ЭД являются ограниченные возможности по получению участником ВЭД формализованных электронных документов «извне». Существующее сегодня программное средство, реализующее процедуру электронного декларирования по форме ЭД-2, и технология совершения таможенных операций предусматривают формирование в электронном виде документов, подтверждающих заявленные в таможенной декларации сведения. Иными словами, если при использовании декларирования в бумажном виде декларант представляет такие документы в виде копий, то при использовании электронной формы он обязан перевести такие документы и сведения в электронный вид. Отсутствие в программном средстве опции автоматического перевода документов в электронный вид является серьёзной, а то и вовсе непреодолимой преградой для некоторых декларантов, так как требует дополнительных действий в виде затрат или финансовых издержек, связанных с переводом документов в электронный вид. Например, в рамках долгосрочного рамочного контракта поставка отдельных партий товаров осуществляется на основании дополнений. Количество товаров может достигать десятка наименований. Теперь представьте, сколько времени понадобится декларанту на перевод таких документов из бумажной формы в электронный вид. Тогда станет понятным отсутствие заинтересованности участников ВЭД в переходе на электронное декларирование.

Во-вторых, при таможенном оформлении отдельных товаров требуется предоставление различного рода разрешительных документов. Представление некоторых таких документов в электронном или сканированном виде технологией ЭД-2 не предусмотрено. Это приводит к тому, что декларант, подав электронную декларацию, вынужден представлять разрешительные документы в таможенный орган на бумажном носителе. Что же будет, если участник ВЭД находится в сотнях километров от таможенного поста? А ведь это повсеместно встречается во многих региональных таможнях. Получается, что подав электронную декларацию в течение часа, декларант потратит сутки для доставки необходимого документа в таможенный орган [2].

С учетом вышеизложенного можно сформулировать три основные проблемы внедрения электронного декларирования по форме ЭД-2: обязанность декларанта при использовании электронной формы декларирования формировать и предоставлять до выпуска товаров документы и сведения, необходимые для таможенных целей, в электронном виде; обязанность декларанта предоставлять в таможенный орган до выпуска товаров документы в бумажном виде, подтверждающие соблюдение мер нетарифного регулирования, установленных законодательством Российской Федерации; необходимость проведения до выпуска товара таможенного контроля в форме провер-

ки документов и сведений, переведенных в электронную форму.

Сегодня существуют различные предложения по решению этих проблем. Одно из них, наиболее обсуждаемое и поддерживаемое, основано на предоставлении определенных упрощений и льгот товарам или лицам, декларирующим их с использованием технологий ЭД-2. Недостаточная эффективность такого подхода заключается в том, что придется опять делить участников ВЭД, декларантов и товары на группы, к которым те или иные упрощения будут применяться. А значит, есть вероятность возникновения весьма благоприятных условий для коррупционных проявлений. В целом, решать такие проблемы нужно комплексно – изменяя собственное мышление и подготавливая более продуманные технологии таможенного оформления и таможенного контроля. Так как без изменений существующих подходов к организации таможенного контроля, основанных на принципе «проверяй и выпускай», и без перехода к новому мышлению, девизом которого может быть лозунг «выпускай и контролируй», дальнейшее увеличение доли электронного декларирования по форме ЭД-2 в ближайшее время будет проблематичным.

В большинстве, все это проблемы, конечно же, переходного периода и решение их – дело ближайшего будущего. Система постоянно дорабатывается и дополняется. Например, уже в настоящее время идет обработка технологии автоматизации удаленной оплаты таможенных пошлин с помощью платежных карт без использования терминалов. Возможно, тех-

нология заработает уже до конца нынешнего года. Процесс будет аналогичен хорошо известной системе «банк-клиент» – оплату можно будет производить прямо с рабочего места декларанта. Платежные системы будут выстраивать свою работу, опираясь на ЭЦП, обеспечив тем самым необходимую безопасность [3].

В заключении можно отметить, что внедрение электронного декларирования в таможенном деле и связанные с этим вопросы едва ли не самая важная сегодня тема как для сотрудников ФТС России, так и для участников ВЭД. От того, насколько быстро и надежно заработает система НИ-ТЕС в подразделениях таможенной службы, насколько слаженно будут взаимодействовать системщики различных служб, зависит не только успех выполнения общих задач, но и в самой ближайшей перспективе укрепление и развитие Таможенного союза.

Библиографические ссылки

1. Капранов А. В. Электронное декларирование. Опыт применения электронного декларирования с использованием сетей Интернета // *Виртуальная таможня*. URL: <http://www.vch.ru>.
2. Баев А. ЭД-2 – проблемы и решения // *Таможня*. № 21 (260). URL: <http://www.customs.ru>. 2010. Ноябрь.
3. Голобокова М. В. ЭД-2: последние новости и дальнейшие перспективы // *ВЭД-Консалтинг*. URL: <http://www.vedco.ru>.

© Четверикова С. В., 2012

УДК 658.511

А. П. Чиганова
Научный руководитель – Е. М. Сычева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КРИТЕРИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОПТИМАЛЬНОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассматриваются особенности формирования оптимальной производственной программы предприятий оборонно-промышленного комплекса. Определены задачи и критерии формирования оптимальной производственной программы.

В рамках программы развития ОПК и последовательного преобразования его в высокотехнологичный комплекс страны необходимо обеспечить, в первую очередь, интеграцию ОПК в гражданский сектор экономики. С целью сближения военной и гражданской промышленности необходимо сформировать механизм более эффективного перелива научно-технических достижений и, таким образом, переориентировать экономику страны на преимущественное производство высокотехнологичной продукции, включая информационные и наукоемкие [1].

В течение последних 15-ти в РФ реализуется ряд федеральных целевых программ конверсии и реформирования оборонного комплекса. Однако до сих пор они не дали сколько-нибудь значимых результатов. Основной причиной неудач стало то обстоятельство,

что ни одна из них не была профинансирована в полном объеме, а также отсутствие инфраструктуры, стимулирующей перераспределение ресурсов между отраслями [2].

Сдерживающее влияние на развитие инновационной деятельности в России оказывает слабая поддержка со стороны государства, а также отсутствие активизации инновационной политики на региональном и муниципальном уровне, отсутствие эффективных механизмов финансирования инновационной деятельности. На предприятиях ОПК традиционно сложились формы и способы, отвечающие условиям реализации оборонного заказа.

Особое значение при разработке производственной программы и ее реализации имеет оптимизация структуры выпускаемой продукции на основе анализа

покупательского спроса на конкретные виды товаров и услуг и учета ограничений по производственным мощностям, материальным ресурсам и потребности в отдельных товарах.

Общепринятым критерием оптимальности при формировании производственной программы предприятия является максимум прибыли от реализации продукции. Процесс определения оптимальных цен и объемов реализации находит свое отражение, прежде всего, в изменении веса отдельных видов продукции в общем объеме производства. Критерием изменения удельного веса отдельных видов продукции является показатель рентабельности продукции. При этом считается, что повышение в общем объеме реализации удельного веса более высокорентабельных изделий обеспечивает и наибольший размер прибыли.

Одной из основных задач в планировании производственной программы является формирование оптимального варианта производственной программы по объему и структуре работ, т. е. формирование портфеля заказов. Основными из них являются следующие задачи: формирование портфеля заказов, оптимального по объему и структуре работ; сбалансированность потребных ресурсов и мощностей исполнителей с планируемой программой (задача выравнивания мощностей); распределение программы работ по исполнителям в соответствии с их производственной мощностью; задачи оптимизации использования ресурсов во времени – задачи календарного расписания работ и ресурсов, к которым относятся: определение оптимальной очередности строительства объектов (ракет, боевых машин и т. д.); задача равномерного распределения материально-технических ресурсов; расчет технико-экономических показателей на основе календарного расписания работ и ресурсов в соответствующих плановых временных периодах.

На практике система частных согласованных критериев оптимальности ранжируется в порядке определенной приоритетности и из нее выбирается один, получивший наивысшую оценку глобальный критерий в зависимости от его важности в конкретных производственных условиях. В общем случае глобальным критерием оптимальности производственной программы является максимальный ввод в действие объектов при фиксированных ограничениях. Остальные критерии выступают как ограничения. Ограничения и критерии оптимальности могут меняться местами. Так, в некоторых задачах отдельные показатели планов могут выступать в качестве критериев оптимальности, в других задачах, связанных с рациональным использованием ресурсов, установленные сроки

ввода в действие производственных мощностей и объектов являются ограничениями. Важным ресурсом, определяющим возможности по выпуску продукции, являются производственные мощности.

В качестве критерия оптимальности чаще всего применяется максимум получаемой прибыли; в качестве ограничительных условий – наличные производственные ресурсы (оборудование, рабочая сила, материалы). Минимальный выпуск изделий может определяться заключенными контрактами на поставку продукции, максимальный – потребностью рынка с учетом планируемой доли организации. Выбор критерия оптимальности и ограничительных условий определяется конкретной производственной ситуацией и задачами организации в плановом периоде.

Формирование программы, обеспечивающей максимальную прибыль, при наличии одного ограничивающего фактора, выполняется по следующему алгоритму.

1. Рассчитывается величина маржинального дохода на единицу ограничивающего фактора (например, на один машино-час работы оборудования) по каждому виду изделий.

2. Все виды изделий ранжируются в порядке убывания маржинального дохода на единицу ограничивающего фактора.

3. В производственную программу включается первое изделие в объеме полной потребности и рассчитывается неиспользованный остаток по ограничивающему фактору. Затем включается следующее по приоритету изделие и так далее до тех пор, пока объем ограничивающего фактора не будет полностью исчерпан.

Полученная программа оптимизирована по максимуму прибыли. Так как условно-постоянные расходы не изменяются при колебаниях объема производства в определенных пределах, максимальному маржинальному доходу соответствует и максимум прибыли.

Библиографические ссылки

1. Пименов В. В. Модели преобразования российского ОПК в высокотехнологичный комплекс: механизмы реализации // *Экономические стратегии. Ин-т эконом. стратегий (ИНЭС)*. 2007. Вып. 7. С. 14–21.
2. Хайтбаев В. А. Системная сбалансированность – условие эффективного функционирования ОПК России // *Проблемы современной экономики*. 2006. Вып. 3 (19).

© Чиганова А. П., 2012

УДК 338.45

Я. Ш. Шарифуллина
Научный руководитель – Ю. А. Анищенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗВИТИЕ НАЗЕМНЫХ КОМПЛЕКСОВ УПРАВЛЕНИЯ КОСМИЧЕСКИМИ АППАРАТАМИ

Рассматриваются функциональное назначение, виды, особенности наземных комплексов управления космическими аппаратами и перспективы их развития для обеспечения надежности и качества спутниковых услуг.

Основной задачей системы управления космическим аппаратом является управление ориентацией космического аппарата и движением его центра масс. Для этого необходимы системы передачи командно-программной информации на космический аппарат и телеметрической информации от него.

Система передачи информации космического аппарата – совокупность программных и аппаратных средств, позволяющих передавать информацию между космическим аппаратом (КА) и центром управления полётом этого космического аппарата.

Управление полётом космического аппарата осуществляется автоматизированной системой управления, состоящей из двух основных частей: бортовой и наземной. Бортовой комплекс управления космическим аппаратом состоит из двух главных систем: управления движением и управления ориентацией. Наземный автоматизированный комплекс управления объединяет наземные командно-измерительные пункты, центры управления полётом космического аппарата и баллистические центры.

Космические системы, как совокупность космических аппаратов (КА) и наземных комплексов (НК), в зависимости от целевой принадлежности могут существенно отличаться по составу и характеристикам технических средств. Но неизменной остается крайне важная роль наземных комплексов управления (НКУ) в обеспечении надежности и качества спутниковых услуг.

Наземные комплексы управления различают по функциональному назначению: НКУ КА геодезии; НКУ КА связи и ретрансляции; НКУ КА наблюдения; НКУ метеорологическими средствами; НКУ топогеодезическими КА и др. Важнейшим и наиболее сложным элементом НКУ являются наземные станции командно-измерительных систем (НС КИС), предназначенные для обеспечения обмена информацией между центром управления полетами (ЦУПом) и КА и измерения текущих навигационных параметров движения КА.

Благодаря появлению на рынке открытых программных платформ, создаются многофункциональные контрольно-измерительные системы, обеспечивающие управление КА разовыми командами, программной и специальной информацией, прием с КА телеметрической информации, а также измерение текущих навигационных параметров движения КА, построенных в разное время и разными производителями.

Особенностью современных НС КИС является совмещение функций управления КА с выполнением целевой задачи, как это наиболее часто реализуется в

наземных комплексах управления космическими аппаратами дистанционного зондирования Земли. Принимая во внимание малое время радиоконтакта одно-пунктного НКУ и низкоорбитального КА, выдача полетного задания и прием накопленной информации выполняются одновременно на разных частотах через единый антенный комплекс. Тенденции последних лет в создании НКУ открывают перспективы развития НС КИС с обеспечением управления в международном диапазоне волн, унификацией аппаратуры и увеличением информативности и гибкости управления КА [1].

В настоящее время комплексы и средства управления КА гражданских государственных ведомств и коммерческих организаций создаются и развиваются независимо друг от друга при отсутствии общего плана и координации. Важными задачами, стоящими перед головными государственными ведомствами космической отрасли, являются проведение единой технической политики и координация работ в области создания и эксплуатации средств управления КА, объединение и упорядочение создания новых НКУ КА как государственной, так и коммерческой принадлежности, оптимизация развития технических средств НКУ с целью соблюдения государственных интересов в космосе.

Для обеспечения надежного выполнения задач управления КА военного, двойного (военного и гражданского), научного и социально-экономического назначения, а также для дальнейшей экономии государственных бюджетных средств и развития международного сотрудничества по решению руководства Минобороны и Росавиакосмоса был создан Единый государственный наземный автоматизированный комплекс управления и измерений (ЕГНАКУ), который предназначен для ведения контроля за автоматическими космическими аппаратами, пилотируемыми космическими кораблями и орбитальными станциями. ЕГНАКУ представляет собой совокупность технических средств и сооружений, размещенных в Главном испытательном центре испытаний и управления космическими аппаратами Министерства обороны и на наземных отдельных командно-измерительных комплексах. Эти средства объединены линиями информационной и технологической связи в единый автоматизированный комплекс.

ОАО «Российские космические системы» является головной организацией по наземным автоматизированным комплексам управления космическими аппаратами и головным разработчиком более 80 % систем и средств Единого государственного наземного авто-

матризованного комплекса управления космическими аппаратами.

ЕГНАКУ решает задачи управления движением космических аппаратов различного назначения на всех участках полета и спуска, мониторинга всех его устройств и систем, приема научной, метеорологической, связной, телевизионной, навигационной, топогеодезической и другой информации, радиосвязи с экипажами пилотируемых КА, измерений при пусках ракет-носителей. Средства из состава ЕГНАКУ, предназначенные для управления космическим аппаратом (КА) или группировкой однотипных КА, образуют наземные комплексы управления, которые, совместно с бортовыми комплексами управления, составляют автоматизированные системы управления соответствующими КА.

Сегодня ЕГНАКУ способен обеспечить управление 180 космическими аппаратами и информационное обеспечение запусков ракет-носителей и разгонных блоков. В настоящее время при помощи средств ЕГНАКУ управляются более 85 % всех КА орбитальных

группировок России, причем 86% средств применяются не только в гражданских, но и в военных целях. Важнейшим и наиболее сложным элементом НКУ являются наземные станции командно-измерительных систем, предназначенные для измерения текущих навигационных параметров движения и обеспечения обмена информацией между центром управления полетами и космическими аппаратами [2].

Таким образом, исследование перспектив развития наземных комплексов управления космическими аппаратами позволяет сделать вывод о том, что на современном этапе потенциал России в области управления космическими аппаратами достаточно высок, что создает условия для обеспечения надежности и качества спутниковых услуг.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://www.spacecorp.ru/>
2. URL: <http://ria.ru>.

© Шарифуллина Я. Ш., 2012

УДК 330.52(571)

О. В. Шорикова, П. В. Плеханов
 Научный руководитель – Г. И. Латышенко
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ

Описаны проблемы инновационной экономики России, одной из которых является проблема образования национальной инновационной системы, описаны особенности развития подобных систем в зарубежных странах и предложены основные пути решения сложившейся проблемы.

Доля России на мировом рынке наукоемких и технологически сложных товаров очень мала. Имея огромный потенциал развития, в стране наблюдается недостаточная эффективность управления инновационными процессами, что является причиной актуальности создания национальной инновационной системы (НИС).

Цель исследования заключается в выявлении и изучении концептуальных проблем образования НИС, ее развития с учетом специфики и условий, сложившихся в России.

Концепция национальных инновационных систем начала активно разрабатываться в конце 1980-х. Ее пионером был профессор Университета Сассекса (Великобритания) Кристофер Фримэн, предложивший как сам термин «национальная инновационная система», так и ряд постулатов этой концепции в работе «Инновации в Японии» (1987). По Фримэну, НИС – это «сеть частных и государственных институтов и организаций, деятельность и взаимодействие которых приводят к возникновению, импорту, модификации и распространению новых технологий» [2].

Наша страна, долгие годы ориентированная на производство и продажу сырья, вот уже несколько лет переходит к экономике, основанной на знаниях. Государство создает условия для внедрения в произ-

водство наукоемких технологий, развития высокотехнологичных отраслей, торговли передовыми технологиями и наукоемкими товарами. В настоящее время, инновации в России являются естественным процессом существования российского человека и поэтому построение НИС России стало политической задачей [4].

Основными проблемами формирования Российской инновационной системы являются:

- недостаточная проработка научно-методологической базы формирования НИС России;
- недостаточная эффективность управления инновационными процессами;
- отсутствие стратегического планирования экономического развития в целях определения отраслей и видов продукции, имеющих системное приоритетное значение для инновационного развития;
- отсутствие эффективного механизма обеспечения инновационной деятельности финансовыми ресурсами;
- отсутствие четкой связи между вузами и производственными предприятиями, что мешает притоку в отрасль молодых специалистов [3].

Для успешной реализации инновационной деятельности конкретного предприятия необходимо наличие целого ряда факторов. К категории необходи-

мых и достаточных можно отнести три главных: существование производителя инновационной продукции, потребителя инновационной продукции и правил взаимодействия между производителями и потребителями инновационной продукции [1].

Инновационная инфраструктура включает в себя структуры федерального (государственную систему научно-технической информации; систему сертификации и стандартизации продукции; систему патентного и лицензионного обслуживания; систему экспертизы; систему финансовой поддержки научно-технической инновационной деятельности) и регионального (инновационно-технологические центры, технопарки, промышленные парки, учебно-деловые центры и другие специализированные организации) уровней.

Для реализации и развития «экономики инновации», в 2008 году была сформирована «концепция 2020», согласно которой, для укрепления инновационного развития России необходимо создание 5–7 национальных исследовательских центров и поддержка формирования 20–30 исследовательских университетов для достижения научно-технологических прорывов по одному или нескольким приоритетным направлениям развития науки, технологий и техники в Российской Федерации и (или) реализации стратегических программ (проектов) национальной значимости.

В 2009 году, правительством был выдвинут проект «Национальная инновационная система», в которую были вовлечены ведущие ученые и экономисты страны, политические деятели, бизнесмены, представители экспертного сообщества. Основная идея государственного проекта «Национальная инновационная система» состоит в создании своего рода «оазисов» экономического роста – опорных территорий НИС, которые бы отличались оптимальной для инновационного бизнеса институциональной структурой.

Государству следует избегать жесткого регулирования рынка высоких технологий, поскольку иннова-

ционный процесс отличается высокой неопределенностью результата, требует инициативности, обширных знаний в области технологий и маркетинга. Хотелось бы отметить, что главной проблемой сегодня в развитии инноваций как части структурной политики России является не отсутствие финансовых ресурсов, а отсутствие мотивации бизнеса к изменению структуры экономики. Необходимо создание среды, побуждающей частные компании к инвестированию средств в инновационную деятельность, поскольку в инновационной экономике основная роль отводится получению высокого экономического эффекта и формированию на этой основе условий для качественного повышения уровня жизни. Необходимо формирование духа предпринимательского азарта, что и является условием для усиления потребности в поисках новых решений, новых технологий, новых рынков, новых форм организации бизнеса, которые способствуют повышению конкурентоспособности продукции отечественных производителей и в конечном итоге приведут к формированию высокого уровня жизни в России.

Библиографические ссылки

1. Голиченко О. Г. *Национальная инновационная система России: состояние и пути развития*. М., 2006.
2. Козлова Ж. М. *Проблемы становления национальной инновационной системы в России [Электронный ресурс]*. URL: <http://journal-aael.intelbi.ru/main/wp-content/uploads/2011/05/Ж.М.-Козлова.pdf>.
3. *Министерство образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс]*. URL: <http://mon.gov.ru/press/news/6333/>
4. Валентей С. *Формирование национальной инновационной системы в России: проблемы и условия*, [Электронный ресурс]. URL: <http://www.chelt.ru/2006/2-06/valentei2-06.html>.

© Шорикова О. В., Плеханов П. В., 2012

Секция
«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНОГО
И ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ»

УДК 338.713.7

А. С. Амирханян, Е. С. Поляков
Научный руководитель – П. С. Зеленский
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ФРАНЧАЙЗИ 1С

Раскрыты характерные особенности проектного управления в предприятиях франчайзи 1С.

Предприятия франчайзи 1С, выполняющие проекты по автоматизации учета на предприятиях имеют характерные особенности. Опишем их и дадим основные определения.

Заказчиком при выполнении проекта является организация, либо её представитель, внедряющая у себя систему учета в одном из следующих контуров [1]:

1. Регламентный учет.
2. Управленческий учет.
3. Отраслевой учет.

Исполнителем проекта является подрядная организация, либо её представитель, осуществляющая внедрение системы учета на предприятии Заказчика.

Портфель проектов на предприятии франчайзи – группа проектов по автоматизации учета, сгруппированных для достижения определенной цели [2].

Таковыми целями могут быть:

1. Достижение максимальной прибыли фирмой франчайзи 1С.
2. Группировка однородных проектов для достижения максимального удобства управляемости ими.
3. Запуск нового направления.
4. Загрузка определенной проектной команды.

Руководитель портфеля проектов – лицо, отвечающее за достижение целей создания портфеля и перераспределение ресурсов между проектами портфеля.

Зачастую на предприятиях франчайзи 1С в роли руководителя портфеля проектов выступают начальники отделов по автоматизации учета, руководители определенных направлений.

Ресурсами для выполнения проектов на предприятиях франчайзи 1С являются 2 вида человеческих ресурсов: руководители проектов (менеджеры) и специалисты проектной команды (исполнители) [1].

Руководитель проектов – лицо, отвечающее за достижение целей проекта и осуществляющее оперативное управление проектом.

Специалист проектной команды – лицо, обладающее знаниями определенных контуров учета на пред-

приятии и специфическим навыком настройки и доработки систем 1С под конкретные требования Заказчика.

В зависимости от развитости проектного управления и предприятия франчайзи 1С данные роли могут разделяться между разными людьми, либо совмещаться в одном человеке.

С учетом ростов рынка по автоматизации учета, ресурсов предприятия франчайзи 1С не хватает для обработки всех проектных инициатив от возможных Заказчиков.

В связи с этим руководители портфелей и руководители проектов часто сталкиваются с проблемой нехватки ресурсов.

Весь портфель проектов предприятий франчайзи 1С можно разделить на 2 группы:

1. Портфель предпродажных проектов.
2. Портфель текущих проектов.

Для предпродажных проектов требуются ресурсы руководителей проектов. Особенность данного портфеля, что не все проектные инициативы Заказчика будут реализованы, что ведет к тому, что планирование ресурсов на проекты осуществляется с некоторой степенью вероятности.

Для портфеля текущих проектов требуется ресурсы обоих типов. Особенность данного портфеля в том, что при управлении изменениями на проектах требуется перераспределять специалистов проектных групп, что с условием ограниченности ресурсов предприятий франчайзи ведет к потере качества выполнения проектов в портфеле.

Библиографические ссылки

1. Шостак Р. И. Методические материалы по управлению проектами 1С Бухучет и торговля.
2. Мазур И. И., Шатири В. Д. и др. Управление проектами : справ. пособие. М. : Высш. школа, 2010.

© А Амирханян. С., Поляков Е. С., 2012

УДК 65.012.123

А. С. Амирханян
 Научный руководитель – А. Г. Бревнова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПЕРСПЕКТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ ADVANCED PRODUCT QUALITY PLANNING

Совместная процедура качества новой продукции (APQP) – процедура, разработанная с целью определения требований к поставщикам, начиная с исходной фазы планирования проекта вплоть до начала производства и заканчивая окончанием жизненного цикла продукта.

Фундаментальным требованием, проходящим сквозь все фазы APQP, является обязательство высшего руководства по обеспечению абсолютной поддержки всех целей и показателей проекта.

Для отечественных предприятий поставщиков автокомпонентов, учитывая их структуру, размер и отрасль, процедура управления проектами играет ведущую роль в развитии компании и отношений с партнерами. Существенной проблемой для автомобильно-строительной отрасли в России является отставание по срокам, вследствие неверного планирования развития проекта на первоначальном этапе, и недостаточной оценки реальных возможностей предприятия соответствовать высоким требованиям заказчиков (транснациональных автосборочных предприятий). Более того, работая с автосборочным заводом, выпуск конкретного автокомпонента является лишь частью более крупного проекта (сборка автомобиля), т. е., срывая сроки освоения детали, существуют высокие риски для заказчика, что может пагубно повлиять на имидж компании и сократить число заказов, и соответственно объемы производства. Это ведет к увеличению совокупных издержек и естественно отражается на прибыли компании.

Применение технологий управления проектами позволяет в среднем на 10–15 % сократить затраты на реализацию проектов, тем самым повысив эффективность деятельности предприятия-поставщика. Одним из самых популярных методов проектного управления во всем мире является так называемая процедура APQP.

Перспективное планирование качества продукции (APQP) – это система процедур и техник, которая используется для освоения нового продукта в промышленности, в частности в автомобильной промышленности [1, с. 7].

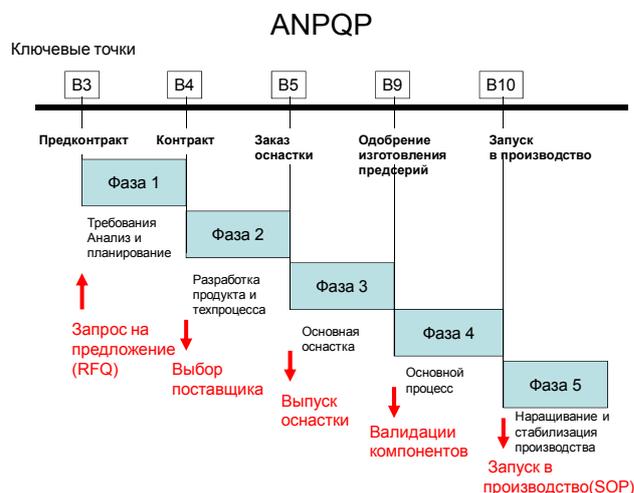
Процедура APQP была разработана в 80 года XX века «большой тройкой» автомобильных производителей США, Форд, Дженерал Моторс и Крайслер.

Процедура APQP – процедура, разработанная с целью определения требований к поставщикам, начиная с исходной фазы планирования проекта вплоть до начала производства и заканчивая окончанием жизненного цикла продукта [4, с. 15].

Основная цель процедуры APQP – разработка плана качества нового продукта, который будет являться основополагающим при освоении данного продукта, что приведет к полному удовлетворению заказчика [2, с. 90].

Процедура ANPQP состоит из пяти фаз. Между фазами и ключевыми точками проекта существуют следующие связи (рис. 1).

Конкретный календарный график каждого проекта в отношении к данным фазам и ключевым точкам подлежит адаптации к каждому проекту и подтверждению со стороны руководителя соответствующего проекта.



Процедура ANPQP

Фаза 1 – Анализ требований и планирование

Цель Фазы 1 – проанализировать требования потребителя с целью планирования и определения программы разработки продукции, направленной на достижение требуемых целевых показателей по качеству, затратам и срокам, необходимых для обеспечения поддержки проектов [7, с. 83].

Фаза 2 – Завершение разработки конструкции

Цель Фазы 2 – Убедиться, что конструкция продукта и технологический процесс, разработанные поставщиком, соответствуют требованиям заказчика по качеству, затратам и срокам [1, с. 45].

Фаза 3 – Серийная оснастка

Цель фазы 3 – Завершить разработку производственной оснастки и подтвердить, что детали, изготовленные с серийной оснастки, соответствуют техническим требованиям на продукт [4, с. 59].

Фаза 4 – Серийный технологический процесс

Цель фазы 4 – Завершить разработку продукта и техпроцесса и подтвердить возможность производственного процесса по достижению целевых показате-

лей по качеству, затратам и срокам в условиях выхода на полную мощность [1, с. 45].

Фаза 5 – Нарращивание производства и массовое производство

Цель фазы 5 – Управление деятельностью по наращиванию производства и производственным процессом. Непрерывный мониторинг производственных показателей с целью повышения удовлетворенности потребителя в процессе серийного производства [2, с. 51].

Библиографические ссылки

1. *Руководство по APQP – Крайслер Корпорейшн, Форд Мотор Кампани, Дженерал Моторс Корпорейшн, 1994. 95 с.*
2. *Розно М. И. Формальное и творческое при разработке продукции и подготовке производства // Стандарты и качество. 2005. 121 с.*
3. *ГОСТ Р 51814.1–2004 (ИСО/ТУ 16949:2002). Системы менеджмента качества в автомобилестроении. Особые требования по применению ГОСТ Р ИСО 9001–2001 в автомобильной промышленности*

и организациях, производящих соответствующие запасные части.

4. *Перспективное планирование качества продукции (APQP) и план управления ; пер. с англ. Н. Новгород : СМЦ «Приоритет», 2004. 117 с.*

5. *ГОСТ Р 51814.6-2005. Системы качества в автомобилестроении. Менеджмент качества при планировании, разработке и подготовке производства автомобильных компонентов.*

6. *ГОСТ Р 15.201-2000. Система разработки и постановки продукции на производство. Продукция производственно-технического назначения. Порядок разработки и постановки продукции на производство.*

7. *Адлер Ю.П. Качество и рынок, или как организация настраивается на обеспечение требований потребителей. — поставщик и потребитель. / Составитель И.В. Матвеева. — М.: РИА «Стандарты и качество», 2000. - С. 35-90.*

© Амирханян А. С., 201

УДК 330.341.1:62.001.7

И. М. Батраева

Научный руководитель – Е. В. Сумина

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ И ПРОГРАММАМИ

В настоящее время инновации являются основным производственным ресурсом организаций, обеспечивающим устойчивые конкурентные преимущества и условия дальнейшего развития деятельности организации. Вследствие этого инновационные проекты и программы стали важной частью деятельности компаний, а понимание процессов проектного управления являются условиями успешной реализации такого рода проектов.

Современная система взглядов на менеджмент характеризуется системным подходом, который представляет организацию как совокупность взаимосвязанных элементов, ориентированных на достижение различных целей в условиях меняющейся внешней среды.

Последняя фаза развития постиндустриального общества называемая инновационной экономикой, характеризуется все возрастающим значением знаний и информации, реализации инновационных процессов.

Известный американский социолог Д. Белл основал теорию постиндустриального информационного общества, в котором главным производственным ресурсом является информация и знания [1]. Известный исследователь современной общественной формации М. Кастельс представил свою концепцию «информационной» экономики, в которой производительность и конкурентоспособность экономических агентов зависят, в первую очередь, от их способности генерировать, обрабатывать и эффективно использовать информацию, основанную на знаниях [2]. Экономист И. Шумпетер создал теорию созидательного разрушения, где рынок представляется как эволюционный процесс непрерывно сменяющих друг друга волн инноваций, который он называл процессом созидательного разрушения [3].

Инновация – это внедренное в практику новшество. Все этапы реализации инновационного процесса актуализируются через реализацию инновационных проектов и программ.

Проект – это специфическая совокупность скоординированных и управляемых видов деятельности, предпринятых для достижения определенных целей.

Главная цель инновационного проекта – разработка и применение новых технологий, ноу-хау и других нововведений, обеспечивающих развитие организаций. Программа – это серия взаимосвязанных проектов. Инновационные проекты могут иметь научно-исследовательский, учебно-образовательный и смешанный характер. В Российской Федерации курированием крупных инновационных проектов занимается Федеральное Агентство по науке и инновациям. Оно отбирает проекты по шести приоритетным направлениям: информационно-телекоммуникационные системы; индустрия наносистем и материалов; энергетика и энергосбережение; живые системы; рациональное природопользование; безопасность и противодействие терроризму.

Все проекты реализуются Федеральным агентством в рамках федеральной целевой научно-технической Программы «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития науки и техники».

Каждый инновационный проект должен пройти цикл «наука–производство–потребление». Вероятность получения положительных результатов в зависимости от вида и характера инновационных исследований колеблется от 5 до 95 %.

Реализация инновационного проекта – процесс по созданию и выведению на рынок какого-либо инновационного продукта. Следует учесть существующую практику отбора бизнес-проектов международными сетями бизнес-ангелов (частных инвесторов): из 30 000 бизнес-проектов инвестируется в 12–24 проектов.

В отечественной практике реализации инновационных проектов и программ имеет ряд сложностей, обусловленных как инфраструктурными проблемами, так и некоторой инертностью среды, рыночной невосприимчивостью и недостатком финансовых и иных видов ресурсов. Данные обстоятельства делают

все более актуальным вопрос исследования и развития методов управления инновационными проектами и программами с учетом реалий российской экономической среды.

Библиографические ссылки

1. Белл Д. *Грядущее постиндустриальное общество*. Москва: Академия, 1999
2. Кастельс М. *Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М. : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.*
3. Шумпетер Й. *Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / пер. с англ. М. : Прогресс, 1982. 455 с.*

© Батраева И. М., 2012

УДК 669.713.7

Н. В. Буравлев, Ю. А. Корюкина
Научный руководитель – М. А. Волкова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КОМПЛЕКСНЫЕ УСЛУГИ, ОБЗОР ОПЫТА РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПА «ОДНОГО ОКНА», МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР КАК ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПА «ОДНОГО ОКНА»

Государство будущего – это государство «одного окна». Принцип «одного окна» является основой государственного управления, ориентированного на граждан. Каждое правительство обязано предоставить гражданам и предприятиям свободу выбора канала для двухстороннего взаимодействия и транзакций по принципу «одного окна» в соответствии с их предпочтениями, возможностями и нуждами. Помимо доступа к государственным услугам посредством Интернет, в ряде стран успешно используются такие каналы, как многофункциональные центры обслуживания населения, автоматизированные киоски, центры телефонного обслуживания, мобильные порталы («мобильное правительство»), телевизионные порталы («т-правительство»).

Зарубежный опыт очень важен для России, поскольку является более успешным в сфере создания и развития государств «одного окна». А так как все больше филиалов МФЦ открываются и в других муниципальных образованиях края, то необходимо делать упор на качестве предоставляемых услуг. Для территорий с низкой плотностью населения министерством рассматривается возможность создания «мобильных» МФЦ, а в качестве дополнительных точек доступа – электронные киоски.

В настоящее время в Красноярском крае создано уже 7 филиалов МФЦ, которые работают в режиме «одной двери», то есть в одном месте собраны специалисты всех ведомств – участников, предоставляющих в общей сложности 140 государственных и муниципальных услуг населению [1]. Прежде, чтобы получить эти услуги, граждане вынуждены были обходить инстанции, расположенные в разных концах города. Сегодня все они находятся в одном месте, в просторных, оснащенных справочными терминалами и системами электронной очереди залах. К тому же здесь имеются отделения банков, нотариусы, платежные терминалы и банкоматы, оборудован сектор ожидания, а воздух в помещениях кондиционируется.

Самыми востребованными являются услуги по государственной регистрации объектов недвижимости и сделок с ним. В соответствии с регламентом, на работу с каждым клиентом отводится определенное количество времени [3]. В среднем, МФЦ может обслуживать около 2 тысяч посетителей в день, число операторов ограничено ведомственным штатным расписанием. На этом фоне возникают очереди, людям приходится занимать места в них задолго до начала работы центра. Технические, в сущности, проблемы вызывают недовольство потребителей. Преодолеть их можно, снизив поток посетителей за счет перевода МФЦ в режим «одного окна» и оказания услуг через Интернет.

Принцип «единого окна» предполагает, что заявитель единожды подает заявку в центр, а МФЦ обеспечивает цепочку услуг, в которой необходимо участие различных ведомств разных уровней власти. При этом документы принимают не ведомственные, а универсальные специалисты. Во второй раз заявитель приходит в МФЦ, чтобы получить запрошенные документы. Это и есть результат предоставления услуги. Таким образом, нагрузка на гражданина, его издержки (временные, финансовые) по сбору различных доку-

ментов снизятся в разы. Значительно уменьшится пакет документов, который нужно будет собрать заявителю. Одновременно уменьшатся и очереди в различных органах власти. По мнению автора статьи, это идеальная модель предоставления услуг, к которой надо стремиться и для улучшения работы МФЦ необходимо обобщить опыт других регионов и создать наиболее оптимальную модель работы центра, основанную на тесном взаимодействии всех участников МФЦ. Человек должен обратиться в одно окно, предъявив минимум документов, и через определенное время получить требуемые справки. Все нужные сведения – от ИНН до перечня собственности гражданина имеются в базах ведомств и люди не должны ходить от окна к окну, дублировать данные. Значит, необходимо наладить межведомственный обмен, либо открыть доступ к базам данных. Но сделать это можно лишь на федеральном уровне.

Переход к функционированию по принципу «единого окна» сегодня затруднен, поскольку требует участия различных ведомств разных уровней власти. Автор статьи считает, что там, где задача касается взаимодействия региональных и муниципальных органов власти, проблема корректировки регламентов рассмотрения документов вполне может быть решена, и принцип «одного окна» на определенном этапе может быть реализован. Однако наибольшую обеспокоенность вызывает организация взаимодействия с федеральными структурами. Разработанные в каждой из них регламенты приема документов, хранения данных и предоставления информации не согласуются между собой, препятствуют организации эффективной совместной работы. Все это фактически не позволяет МФЦ работать в оптимальном режиме и практически реализовать положения ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг», запрещающего чиновникам требовать с заявителя те документы, справки и согласования, которые можно получить в органах власти любого уровня без его участия.

В целом же, деятельность центра вполне может служить инструментом повышения правовой и компьютерной грамотности населения, что станет особенно актуальным на новом этапе предоставления

государственных услуг населению в удаленном доступе. Для этого, по мнению автора статьи, необходимо сделать следующий шаг – внедрить в оборот электронную цифровую подпись, универсальную электронную карту физического лица и другие средства идентификации, обеспечить функционирование региональных систем межведомственного электронного взаимодействия. Препятствием на пути к этому являются многочисленные действующие внутренние положения, инструкции и регламенты работы органов власти, ориентированные только на бумажные носители. Это ограничивает возможность принятия решений на основании электронных документов, использование документов в электронной форме во взаимодействии с органами власти. Преодолеть преграду помогут требования к системе электронного взаимодействия, утвержденные на федеральном уровне в конце 2010 года. От того, как скоро будет проделана эта работа, будет зависеть и степень доступности государственных и муниципальных услуг через специализированный единый Интернет-портал, и как следствие повышение качества оказания государственных и муниципальных услуг населению.

Библиографические ссылки

1. Краевое государственное бюджетное учреждение «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг». URL: <http://24mfc.ru>.
2. О создании краевого государственного бюджетного учреждения «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг»: Распоряжение от 29 декабря 2009 г. № 1125-р.
3. О взаимодействии между многофункциональными центрами предоставления государственных (муниципальных) услуг и федеральными органами исполнительной власти, органами государственных внебюджетных фондов, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления: Постановление Правительства РФ от 27.09.2011 № 797.

© Буравлев Н. В., Корюкина Ю. А., 2012

УДК 669.713.7

Д. В. Гринева

Научный руководитель – П. С. Зеленский
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ИНКУБАТОР ИННОВАЦИОННЫХ ИДЕЙ (СИСТЕМА «ИИ») – СИСТЕМА СБОРА И ОБРАБОТКИ ПРЕДЛОЖЕНИЙ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрена система «ИИ», ее эффекты внедрения на предприятии.

На сегодняшний день общепризнано, что человеческие ресурсы оказывают наибольшее влияние на деятельность организации. Стабильное развитие и конкурентоспособность современной компании в огромной степени зависит от использования новых идей и разработок в производстве продукции и услуг. Актуальной явля-

ется проблема эффективного внедрения новых идей на предприятии, так как на практике знания и опыт сотрудников используют лишь в рамках прямых должностных обязанностей. Знания и опыт сотрудников, выходящие за рамки должностных инструкций, остаются невостребованными или используются не в полной мере.

В 2006 году компания Текора разработала систему «4И» на основе технологии активизации и использования интеллектуального потенциала сотрудников. «Информационный Инкубатор Инновационных Идей» (система «4И») предназначена для сбора, первичной обработки и отбора для реализации предложений штатных сотрудников предприятия по широкому кругу вопросов, имеющих отношение к развитию бизнеса. Система «4И» позволяет любому пользователю – от рядового сотрудника до топ-менеджера – разместить инициативное предложение или сформировать запрос на решение актуальной проблемы.

«Система 4И» предназначена для повышения эффективности использования знаний и опыта коллектива вашей компании при решении комплекса следующих задач:

- Разработка новых продуктов и услуг, востребованных на рынке.
- Улучшение выпускаемой продукции и предоставляемых услуг.
- Разработка планов вывода продукции на новые рынки.
- Улучшение системы управления компанией и разработка новых моделей ведения бизнеса.
- Повышение производительности труда и сокращение производственных издержек.
- Повышение эффективности основных бизнес-процессов компании.

Проанализировав систему «4И», автор данной работы выявил ее преимущества и недостатки.

Преимущества системы «4И»

- Анонимность.
- Удаленное соавторство сотрудников компании.
- Подача идей авторами «из рук в руки» руководству компании.
- Хранение идей в одном формате и доступном каждому сотруднику компании.
- Помощь в развитии идеи.
- Индивидуальная доработка системы под организацию.

Недостатки системы «4И»

- Система выгодна только для крупных предприятий (свыше 500 занятых).
- Не доработана система сортировки проектов.
- Система требует больших финансовых затрат.

В результате внедрения информационной системы сбора и первичной обработки предложений сотрудников предприятия достигается существенный эффект. Снижаются финансовые затраты, трудозатраты и сроки на сбор предложений сотрудников за счет автоматизации большинства рутинных операций. Уменьшается вероятность конфликтности между авторами. Снижается риск принятия неверного решения за счет вовлечения широкого круга компетентных специалистов. Происходит увеличение потока предложений сотрудников за счет использования методов коллективного поиска идей. Увеличивается числа горизонтальных связей между специалистами различных подразделений предприятия. Осуществляется обмен знаниями и опытом между сотрудниками различных подразделений предприятия.

На сегодняшний момент, данная система внедрена и успешно функционирует на таких предприятиях как: ОАО «РЖД»; ОАО «ОГК-3»; НП «Инноватика».

По мнению автора работы, система «4И» перспективна для крупных организаций и подойдет для любого рода бизнеса. Система позволяет обмениваться идеями между филиалами. Формировать, размещать проблемные вопросы и предлагать решения по ним, а также обмениваться опытом. Это поможет сократить затраты и время на реализацию многих проектов. Выявить различные способности своих сотрудников. И, несомненно, улучшить и оптимизировать существующие бизнес-процессы в организации.

Библиографические ссылки

1. Васильева Н. А. Экономика предприятия. URL: <http://www.be5.biz/ekonomika/e005/07.htm/>
2. Текора. Технология корпоративного развития. URL: <http://tekora.ru/Products/44i/>
3. Tekora Lab. «Биржа идей» в Сбербанке. URL: <http://lab.tekora.ru/?p=741/>
4. Малаева Е. Есть идея // Энергия роста. Вып. 3(33). 2011. URL: <http://www.ogk3.ru/userdata/1303815951.pdf/>
5. Нелюбин С., Хасанов М. Курс – на эффективность // Энергия роста. Вып. 7(25). 2010. URL: <http://www.ogk3.ru/userdata/1283343773.pdf/>

© Гринева Д. В., 2012

УДК 338:005.591.6:470

И. А. Данилова, С. А. Моковозов
Научный руководитель – Е. Л. Соколова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Поднимаются вопросы развития инновационного предпринимательства; особенности функционирования малых и средних предприятий, их вклад в инновационные процессы; сильные и слабые стороны малых инновационных предприятий.

Как свидетельствует зарубежный опыт, малое предпринимательство в инновационной сфере – первая по массовости и наиболее динамичная

структурная составляющая рыночного инновационного потенциала промышленно развитых стран.

Действительно, основу инновационного предпринимательства составляют малые инновационные фирмы (эксплореры) – технологические лидеры в зарождающихся отраслях экономики, открывающие новые сегменты рынка, развивающие новые производства, повышающие наукоемкость и конкурентоспособность производства и тем самым способствующие формированию новых технологических укладов [1].

Строгое значение понятия «инновационное предпринимательство» появилось в начале научно-технической революции как отражение принципиально нового явления: превращения науки в массовую производительную силу. В авангарде инновационного предпринимательства к середине XX в. были такие гиганты, как IBM, General Electric и ряд других корпораций. Но одновременно в сфере инновационного предпринимательства начали появляться небольшие компании, которые с чрезмерно ограниченными ресурсами (финансовыми, материальными и людскими) брались за рискованные проекты, все больше определяя динамику научно-технологических радикальных изменений в тех или иных отраслях экономики [2].

В реальных рыночных инновационных системах из-за отсутствия государственного патернализма почти все основные риски берут на себя сами субъекты инновационной деятельности. Они рискуют собственным благополучием, а иногда и самим своим существованием. Зато и мотивационные стимулы здесь многократно выше, и поэтому органично возникает и развивается малый инновационный бизнес. В целом для организационных структур таких систем характерно сочетание крупных интегрированных фирм – лидеров национальной и мировой экономики с множеством малых предприятий, осуществляющих пионерную, рисковую инновационно-технологическую деятельность [4].

Инновационный бизнес уникален и одновременно сложен тем, что включает в себя все другие сферы предпринимательской деятельности: и производство, и торговлю, и менеджмент, и маркетинг. Аккумулируя все эти сферы, инновационный бизнес, с одной стороны, использует весь национальный потенциал этих отраслей, с другой стороны, собирает все возможные проблемы этих сфер [3].

Приблизительно 99 % всех предприятий Евросоюза являются малыми или средними фирмами (далее – МСП). Эти предприятия произвели 65 миллионов рабочих мест в 2005 году.

МСП играют важную роль в сегодняшней экономике, потому что производят много рабочих мест и являются главными «предпринимательскими двигателями новых технологий и продуктовых инноваций».

Согласно мнению специалистов в области инновационного менеджмента (Хоффман, Лафорет, Тани и другие) большинство МСП – важные двигатели инноваций, потому что они могут использовать преимущество своего малого размера. Благодаря своему относительно малому размеру МСП меньше подвержены бюрократическому методу принятия решений, что делает их более гибкими. Возрастающая гибкость усиливает их способность адаптироваться к изме-

няющимся условиям рынка (к примеру, новым технологиям и специфическим нуждам покупателя) по сравнению с крупными фирмами. Меньшая фирма имеет более плоскую управленческую структуру с более короткими линиями коммуникаций, что ведет к лучшему выполнению своей предпринимательской роли. Более того, предприниматель сам управляет процессами всего производства и маркетинга. МСП не обязательно инновационны в традиционно понимаемом смысле, но инновационны больше на специальной основе.

Однако важность МСП зависит от их размера. Есть разница в инновационности малых фирм и средних фирм. К примеру, исследователи Гот и Ёрл нашли, что меньшие фирмы производят меньше продаж новых продуктов в сравнении с большими (средними). По мнению другого исследователя – Вайта, малые фирмы (с количеством работников до 20 человек) извлекают пользу из индивидуализма, что значит, что всё в фирме организовано вокруг предпринимателя. Большие МСП (с пятьюдесятью и более работниками) извлекают пользу из более высокой доступности ресурсов, в то время как средние фирмы (численностью от 20 до 50 работников) нуждаются и в том и в том. Основываясь на этих исследованиях, можно сделать вывод, что большие МСП могут быть двигателями инноваций, потому что у них есть организационные возможности, чтоб серьезно инвестировать и использовать инновационную деятельность, пользуясь своей гибкостью благодаря относительно небольшому размеру. Маленькие фирмы могут быть проводниками инноваций, когда извлекают пользу из инновационности предпринимателя. Однако Хоффман выясняет, что малые и успешные фирмы часто поглощаются своими большими хищными конкурентами. Средние фирмы находятся где-то посередине. У них недостаток ресурсов и нет возможности извлекать пользу из инновационного духа единичного предпринимателя [5].

Трудности в деятельности таких предприятий связаны с низким профессиональным уровнем менеджмента, ограниченными возможностями внешнего финансирования, низкой специализацией рабочих мест. Из-за отсутствия множества структурных подразделений, что связано с незначительной степенью разделения труда, малые инновационные предприятия не получают синергетический эффект.

К сильным сторонам малых инновационных предприятий относятся следующие:

- оперативное принятие управленческих решений, позволяющее сократить длительность инновационного цикла;
- низкий уровень накладных расходов, благодаря прямым и персональным контактам с ними;
- отсутствие бюрократических процедур в организации в виду минимальной управленческой иерархии предприятий [1].

Основываясь на всей этой информации можно прийти к выводу, что малые инновационные предприятия – главные двигатели инноваций. Ряд преимуществ этих предприятий, таких как ориентация на поиск принципиально новых продуктов и процессов, связанных с высоким коммерческим и техническим

риском; организационная обособленность от крупного текущего производства; отсутствие в них многочисленных бюрократических процедур и ограничений, присущих крупным организациям; создание атмосферы интенсивной работы по решению поставленной задачи, делает их важной составляющей инновационного процесса. Именно на их долю приходится основная часть усилий по поиску, разработке и освоению научно-технических нововведений, стоимость которых относительно невелика.

Библиографические ссылки

1. Миндели Л. Э., Пиния Л. К. *Малое и среднее инновационное предпринимательство: условия развития и международные отношения*. М., 2004.
2. Портал «Центр информационной поддержки

малого бизнеса». URL: <http://smallbusinesses.ru/content/9/>

3. *Малый инновационный бизнес: проблемы и перспективы : Аналитическая записка подготовлена Общественным советом по малому предпринимательству при губернаторе Санкт-Петербурга совместно с Северо-Западным Ресурсным Центром «Помощь бизнесу»*. СПб., 2006.

4. Балдин К. В. и др. *Инновационный менеджмент: учеб. пособие*. М., 2008.

5. Портал «Entrepreneurs and innovation». URL: <http://www.alliance-capability.com/entrepreneurs-and-innovation/>

© Данилова И. А., Моковозов С. А., 2012

УДК 338:005.591.6:470

И. А. Данилова

Научный руководитель – Е. Л. Соколова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МАЛЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ

Рассматривается национальная инновационная система России, ее институциональная структура и уровни, взаимодействие между различными элементами; анализируется роль малых инновационных фирм для инновационной системы России в современных условиях.

Понятие национальной инновационной системы (НИС) в последнее десятилетие используется во всех работах, посвященных экономическим аспектам технико-технологического прогресса.

Национальная инновационная система представляет собой совокупность экономических субъектов – институтов, производящих новые знания (научных и инновационных структур, технологических, аналитических центров, которые соединены множеством взаимосвязей), а также правовых, финансовых, социальных институтов, общественных норм и этических ценностей, участвующих в создании новых знаний, их хранении, распространении, трансформации в новые технологии, продукты и услуги, потребляемые обществом [1, с. 52].

Институциональная структура НИС включает государство, формирующее инновационную политику страны, сферу НИОКР, отвечающую за создание новшеств, механизм передачи знаний, сферу производства, где инновации выпускаются сериями, и сферу потребления, где реализуются их качественные характеристики.

Первый уровень НИС образуют государственные организации, Министерства, ведомства, финансовые структуры, фонды, занимающиеся разработкой национальной инновационной политики, осуществляющие координацию деятельности всех институтов рынка и их регулирование, поддерживающие процесс взаимодействия между всем комплексом экономических, социальных, политических и других факторов, определяющих создание инноваций.

Среда, производящая знания, – это совокупность научных, учебных и научно-производственных орга-

низаций, основная деятельность которых связана с разработкой фундаментальных исследований, проведением НИОКР по государственным заказам, а также вне зоны ответственности государства.

Передача новых знаний и технологий, обмен опытом, и информацией, в основном осуществляется через специальную литературу, на выставках, ярмарках, научных семинарах, конференциях, симпозиумах. Важное место в распространении новых технологий и видов продукции, экспорте и импорте инноваций имеет система контрактов между субъектами инновационной деятельности, а также приобретение патентов и лицензий.

Реализация механизма трансфера знаний невозможна без услуг, которые предоставляют различные консалтинговые и инжиниринговые фирмы, научные, производственные и маркетинговые подразделения организаций, включенных в инновационный процесс.

Предпринимательская среда состоит как из сферы производства и коммерциализации инноваций, так и сферы их потребления. Поэтому здесь основными субъектами выступают предприятия различных видов деятельности и размерных классов.

В качестве важного звена НИС выступают малые инновационные предприятия. Они входят в структуру каждого блока, хотя и выполняют разные функции. На стадии производства знаний, это малые предприятия, занимающиеся научными исследованиями и научным обслуживанием. Они обладают высоким потенциалом работников, творческим духом и стимулами к сотрудничеству с государством и различными предпринимательскими структурами.

Внедрение инноваций в производство, налаживание их серийного выпуска, а также доведение новых технологий и продуктов до потребителя, т. е. коммерциализацию знаний осуществляют МИП промышленности.

Малые инновационные предприятия участвуют также в передаче знаний, обеспечивая взаимодействие всех элементов НИС, и организуют, с одной стороны, трансфер знаний из научной в предпринимательскую среду, а с другой, – стимулирование ориентации научно-исследовательской среды на удовлетворение инновационных потребностей производства [2].

Преимущества МИП состоят в их ориентации на поиск принципиально новых продуктов и процессов, связанных с высоким коммерческим и техническим риском; организационной обособленности от крупного текущего производства; отсутствию в них многочисленных бюрократических процедур и ограничений, присущих крупным организациям; создании атмосферы интенсивной работы по решению поставленной задачи. Именно на долю этих предприятий приходится основная часть усилий по поиску, разработке и освоению научно-технических нововведений, стоимость которых относительно невелика [1, с. 378].

Все малые предприятия, работающие в российской инновационной сфере делятся на две большие группы: предприятия, связанные с их родительскими научно-исследовательскими институтами и высшими учебными заведениями и самостоятельная деятельность. Первый тип малого бизнеса включает в себя компании, основанные сотрудниками или факультетскими группами научно-исследовательских институтов, а также компании, владеющие лицензиями на ключевые технологии своих родительских организаций. Большинство малых инновационных фирм относятся к этому типу [3].

Роль и значение малого инновационного предпринимательства для эффективного функционирования НИС трудно переоценить, т. к. именно благодаря ему инновационная система является гибкой и динамично

развивающейся структурой, которая мобильно реагирует на изменение рыночного спроса на новую продукцию и технологии, а также влияет на характер прикладных исследований и разработок. Малые инновационные предприятия придают НИС целостный характер и увязывают ее отдельные элементы в единую систему. С другой стороны, эффективное развитие национальной инновационной системы приводит к изменению модели функционирования различных структур, формированию новых видов деятельности и сфер производства, что создает условия для увеличения доли малого предпринимательства на рынке товаров, услуг, технологий и изменение положения этого сектора экономики.

Таким образом, малые инновационные предприятия влияют на качественные характеристики национальной инновационной системы, состояние и уровень развития которой, в свою очередь, определяет масштабы инновационного предпринимательства [2].

Исследователи приходят к выводу о том, что развитие малых предприятий будет иметь важное значение для экономического роста в стране. Именно развитие малого предпринимательства разрешит активизировать инновационную деятельность, повысит эффективность осуществления инновационных процессов.

Библиографические ссылки

1. *Инновации : учеб. пособие / А. В. Барышева, К. В. Балдин, И. И. Передеряев и др.; под. ред. А. В. Барышевой. 3-е изд. М., 2010.*
2. *Галиченко О. Г. Национальная инновационная система России и основные направления ее развития // Инновации. 2003. № 6.*
3. *Dezhina I. G., Saltykov B. G. The National Innovation System in the Making and the Development of Small Business in Russia // Studies on Russian Economic Development. Vol. 16. №. 2, 2005, pp. 184–190.*

© Данилова И. А., 2012

УДК 658.012

Е. В. Копчарова

Научный руководитель – П. С. Зеленский
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КОРПОРАТИВНЫЙ СТАНДАРТ УПРАВЛЕНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

Повышение организационной эффективности телеканала через разработку и внедрение корпоративного стандарта управления, основанного на уникальной классификации телевизионных проектов.

Принципы функционирования телеканалов и те ограничения, с которыми они сталкиваются при реализации телевизионных проектов, позволяют говорить о них, как о проектно-ориентированных компаниях.

Для таких организаций одной из возможностей повышения организационной эффективности является формализация процессов управления. Суть формализации выражена в структурировании работы, исклю-

чении дублирования функций, ликвидации лишних производственных звеньев, автоматизации обработки информации, для чего необходимо описание, оптимизация и автоматизация бизнес-процессов; создание организационных нормативов.

Корпоративный стандарт управления проектами является таким нормативом, а точнее сводом нормативов и документов, объясняющих или предписывающих как, в какой последовательности, в какие

Специализация разделов плана управления телевизионными проектами

План управления проектом	Классификация проектов			
	Назначение проекта	Источник финансирования	Предметная область	Срок реализации
Содержание и границы проекта				
Ключевые вехи проекта				
Плановый бюджет проекта				
Организационная структура				
Управление сроками				
Управление отклонениями				
Обеспечение качества				
Контроль и отчетность				

сроки нужно выполнять те или иные действия в процессе управления проектами [2].

Преимущество внедрения корпоративного стандарта имеет две стороны медали. С одной стороны очевидны выгоды, с другой – есть вероятность, что шаблоны снизят гибкость и адаптивность процессов, да и творческая природа телевизионных проектов требует более гибкого подхода. Поэтому мы считаем, что формализация процесса управления телевизионными проектами за счет введения корпоративного стандарта возможна, но при условии специализации и детализации типовых шаблонов.

Основанием для подобной детализации должна служить уникальная классификация проектов конкретного предприятия.

Особенности того или иного типа проекта позволяют определить особенности целей, результатов, типовых календарных и ресурсных планов, бюджета, а также выделить возможные известные риски эффективные стратегии работы с ними [2].

Данная информация может быть положена в специализацию шаблонов управления проектами, фиксирующих совершенно конкретные методы управления проектами, рекомендованные на данном предприятии для данного типа проектов.

Выбор основания для классификации телепроектов предполагает: определение принципа построения организационной структуры и определение предметной области телепроекта, масштаб и длительность проектирования; определение отношения к собственности, вовлеченной в процесс реализации, включая и интеллектуальную, а также основные идеи и состав участников; формирование целей творческого, финансового и социального характера [1].

Для классификации телевизионных проектов, описание которых может быть положено в шаблон управления проектом, мы считаем наиболее важным классификацию проектов по следующим основаниям:

1. Назначение проекта.
2. Источник финансирования.
3. Срок реализации.
4. Предметная область.

Данные области позволяют специализировать следующие разделы плана управления проектом (см. табл.). Таким образом, структура специализированного стандарта может определяться исходя из отраслевых и корпоративных норм управления проектами, которые определяют перечень разделов стандарта и классификацией проектов, определяющих содержание этих разделов.

Именно эта нормативная документация может использоваться при формировании формализованной среды каждого конкретного проекта, которая включает набор процедур и документов, применяемых именно в этом проекте [2].

Библиографические ссылки

1. Падейский В. В. Проектирование телепрограмм. М. : Юнити-Дана, 2004. 238 с.
2. Товб А. С. Ципес Г. Л. Стандарт управления проектами уровня предприятия // Теория и практика управления предприятием : материалы конференции. 2002. URL: <http://www.cfin.ru/management/practice/supremum2002> (дата обращения: 17.01.2012).

© Копчарова Е. В., 2012

УДК 336.14

А. М. Кривошеина
 Научный руководитель – Г. И. Юрковская
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТОВ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ КАК ОБЪЕКТА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Рассматриваются особенности проектов инновационной сферы, как основы для определения принципов и последующей проработки и совершенствования методов оценки их эффективности.

Глобализация экономики и постоянное усиление конкуренции приводят к сжатию жизненного цикла продуктов и заставляют предприятия поддерживать инновации. Реализация инноваций осуществляется в

виде проектов и, в современных условиях ведения бизнеса, на предприятиях постоянно растет число проектов, с которыми оно имеет дело одновременно. Осуществление инновационных проектов, как правило, требует капиталовложений, и для принятия решения о целесообразности их реализации применяются те же методы оценки эффективности, что и для инвестиционных проектов. Однако инновационные проекты отличаются от инвестиционных, они обладают специфическими особенностями, которые необходимо учитывать при проведении оценки их эффективности.

Под инновационным проектом понимается проект целенаправленного изменения существующей или создания новой системы – технической, технологической, информационной, социальной, экономической, организационной, с целью достижения в результате снижения затрат ресурсов (производственных, финансовых, человеческих), коренного улучшения качества продукции, услуги и высокого коммерческого эффекта. Реализация инновационного проекта представляет собой процесс по созданию и выведению на рынок инновационного продукта.

Инновационная сфера – это область деятельности производителей и потребителей инновационной продукции, включающая создание и распространение инноваций. В литературных источниках часто понятие инновационной сферы отождествляется с понятием инновационной деятельности, направленной на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования, результатом которой являются новые или дополнительные товары или услуги, или товары или услуги с новыми качествами. Таким образом, инновация – это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам [1].

Успешное формирование инновационной сферы является следствием, прежде всего, политических и социальных условий, складывающихся в обществе. Изучение опыта создания и функционирования инновационной сферы в развитых странах позволяет утверждать, что роль государства в решении возникающих проблем является определяющей. Она заключается в первую очередь в формировании эффективной инновационной политики, в правильном определении ее приоритетов, стратегии и механизмов воплощения, которые должны быть сконцентрированы на технологическом обновлении производственного аппарата, на прогрессе знаний и квалификации персонала, на удовлетворении потребностей рынка в продукции высокого научно-технического уровня [1].

Инновационные проекты имеют множество особенностей или отличий. Кажущееся подобие методов проектного финансирования и процедур финансового анализа для оценки инвестиционных проектов и отбора инновационных, могут привести к предположению об их идентичности, однако между этими проектами существуют важные различия. Финансовая информация о капитальных вложениях в строительство новых

промышленных объектов более надежна, по сравнению с той, которая является основой для большинства даже самых простых инновационных проектов, особенно на ранних этапах их реализации.

В процессе исследования были выявлены следующие особенности проектов инновационной сферы, как объекта оценки эффективности:

- *многоэтапность*, например, они предусматривают проведение НИОКР, экспериментальное внедрение, доработку конструктивных и технологических решений, серийное производство и расширение объемов применения [2];

- *необходимость создания или приобретения объектов интеллектуальной собственности* [2];

- *повышенный уровень затрат* в период освоения новой техники в производстве и в сфере применения. В инновационной деятельности достаточно часто энтузиазм специалистов выражается в стремлении достичь очень высокого технического уровня изделия, что не вытекает из реальной оценки потребностей потребителя. Избыточные параметры приводят к увеличению и затрат на НИОКР, и стартовых производственных издержек, а также времени разработки и освоения новшества. Увеличение издержек при одновременном улучшении качества приводит к финансовой неэффективности новшества. Инновационный проект, следовательно, с самой первой стадии должен развиваться при необходимых и достаточных условиях и рациональных ограничениях;

- *высокий уровень неопределенности и риска* на всех стадиях жизненного цикла инновационного проекта – и на первичной стадии проработки идеи, и при отборе проекта, и при реализации инновации. Например, имеет место высокий риск успешного завершения НИОКР и/или экспериментального внедрения, более того, новшества, успешно прошедшие стадию испытания и внедрения в производство, могут быть не приняты рынком, и их производство должно быть остановлено. Наиболее успешные проекты также не гарантированы от неудач, в любой момент их жизненного цикла они не застрахованы от появления у конкурента более перспективной новинки;

- *ограниченность информации*. Обращает на себя внимание и данный фактор, когда полностью или частично неизвестна технология получения результата, поскольку отсутствует опыт реализации подобных проектов. Нельзя в полной мере опираться и на мнения независимых экспертов, известны случаи, когда отвергнутые на первых этапах экспертизы инновационные проекты затем приносили разработчикам небывалый успех (например, компаниям «Бритиш Эйр-Лайнс», «Мицубиси», «Эппл»).

- *индивидуальность инновации*. Эта особенность инновационного проекта состоит в выделении индивидуального нововведения как единицы наблюдения и анализа. Для инновации, в отличие от обычного инвестиционного проекта, характерно непрерывное совершенствование на всех этапах: это и улучшение конструкции изделия по мере накопления опыта его производства, и внесение изменений в конструкцию на стадии диффузии в другие производства в целях более успешного применения и, наконец, перманент-

ная модернизация первого образца при совершенствовании технологических процессов и организационных структур;

○ *многовариантность инновации.* Не менее специфично для инновационного проекта по сравнению с инвестиционным, наличие вариантов модификации на всех стадиях его жизненного цикла. Если после отбора инвестиционного проекта осуществляется лишь одно-единственное решение (которое и следует реализовать), то инновационный проект требует новой переоценки и пересмотра на следующих стадиях и в многочисленных контрольных точках. По мере продвижения проекта и приобретения опыта его командой в новшестве обнаруживаются новые качества, а также новые возможности. Интенсивные исследования отдельного вида инноваций вызывают сложную гамму сопутствующих частичных, менее радикальных новшеств;

○ *альтернативность инновации.* В процессе реализации базовой модели инновации, могут возникать ее модификации, каждая из которых должна подвергаться оценке эффективности, с целью сопоставления финансово-экономической эффективности альтернативных новшеств;

○ *многокритериальность.* Инновационные проекты характеризуются широким спектром критериев успешности. Общий критерий успешности инновационного проекта необходимо тщательно изучить. Если для инвестиционного проекта единственным и главным критерием выступает финансовый успех, то для инновационных проектов не менее важны принципиальная новизна, патентная чистота, лицензионная защита, приоритетность направления инноваций, конкурентоспособность внедряемого новшества. К тому же с точки зрения успеха важны производственные и ресурсные возможности, техническая осуществимость, финансовая эффективность, социальная целесообразность. Инновационным проектам присущи такие качества, как новизна, конкурентоспособность и приоритетность. Именно поэтому необходима специ-

альная процедура установления интегрированных критериев успешности, оптимального соответствия предпринятых усилий и полученного результата;

○ *использование специфических форм финансирования,* таких как бюджетное, венчурное, проектное и др.) [2]. Для инновационных проектов сложно найти не только кредитора, но и независимых консультантов, способных оценить пригодность продукции и риск ее устаревания. Не менее сложно подобрать проектную команду из надежных учредителей, инвесторов, гарантов, подрядчиков и операторов. По этим причинам именно финансирование инноваций на сегодня вызывает наибольший интерес.

Выявленные в процессе исследования особенности проектов инновационной сферы, являются базой для определения принципов, на основе которых должна проводиться оценка их эффективности. Это дает возможность для последующей проработки и совершенствования самих методов оценки эффективности с учетом специфики объекта исследования. Представляется целесообразным расширить сферу научного поиска и рассматривать более широкий спектр эффектов инновационных проектов и факторов эффективности, не ограничиваясь лишь финансовой стороной вопроса.

Библиографические ссылки

1. Гретченко А. А. *Инновационная сфера как предмет исследования экономической науки // Проблемы современной экономики – Евразийский международный научно-аналитический журнал. 2009. № 4 (32) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php>.*

2. *Оценка эффективности инноваций и инновационных проектов // Управление бизнесом. 2010. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.riold.ru/otsenka-effektivnosti-innovatsiy-i-innovatsionnich-proektov.html>.*

© Кривошеина А. М., 2012

УДК 658.512

В. С. Кузнецова, С. Е. Лановская
Научный руководитель – П. С. Зеленский
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РОЛЬ ЛИДЕРА В УПРАВЛЕНИИ КОМАНДОЙ ПРОЕКТА

Роль руководителя или лидера в управлении командой проекта неоспорима как с человеческой точки зрения, так и с точки зрения бизнеса. Команда проекта всегда состоит из профессионалов, всегда направлена на решение деловой задачи и достижение цели, поэтому и акценты лидерства и управления командой смещены в деловую, а не эмоциональную сферу.

Так как верхняя граница эффективности будущей управленческой команды во многом определяется качествами ее лидера, то создание такой команды проекта (если есть такая возможность) следует начинать с поиска лидера, а остальных членов команды подбирать уже под него.

Формальным способом получения власти в коман-

де является назначение руководителя команды сверху, официальным приказом. Такой путь является общепринятым и простейшим вариантом заполнения руководящих вакансий, а также, зачастую, наиболее эффективным. Но только не тогда, когда от команды требуется хорошо координированная, «командная» работа. Ведь при таком подходе невозможно гаранти-

ровать образования из данного коллектива настоящей команды, то есть появления в ней ярко выраженного лидера и появления доверия к нему со стороны других членов команды [1].

Однако подлинный лидер команды приобретает власть в команде не формальным, а другим, «неформальным», способом. Очевидно, что команда будет наиболее эффективна только в том случае, когда роли «формального» и «неформального» лидеров будут исполняться одним человеком [2]. Поэтому, при подборе кандидатуры на роль командного лидера, помимо его профессиональных знаний и опыта обязательно необходимо учитывать и его «харизматические» качества, в основном такие, как умение общаться, энергичность, общий кругозор и решительность.

Так как «командность» определяется двумя факторами: наличием в команде ярко выраженного лидера и наличием доверия к лидеру со стороны других членов команды, то повышать командную эффективность можно двумя путями: укрепляя положение лидера и повышая уровень доверия к нему.

Для того чтобы убедить членов команды, что определённый человек имеет право ими командовать, ему необходимо доказать, что он справится с этой обязанностью гораздо лучше, чем все остальные. Способность исполнять роль командного лидера определяется суммой по огромной совокупности различных факторов. Наиболее привлекательными из них являются «коммуникация» и «принятие решений» [3].

Благодаря тому, что большинство современных лидеров имеют очень слабый уровень владения коммуникативными навыками с одной стороны, и благодаря тому, что на образовательном рынке сейчас сформировалось богатое предложение высокоэффективных образовательных продуктов по этому направлению, с другой стороны, - усиление лидера за счет работы с этой группой навыков способно резко, в разы, увеличить командную эффективность. Оптимальным выбором в данном случае представляется использование такого инструмента, как тренинг общения или тренинг публичных выступлений. Лидеру он может быть полезен и с точки зрения приобретения навыков ведения переговоров и проведения собеседований.

Доверие к командному лидеру складывается из нескольких составляющих. Для членов команды очень важно верить, что лидер будет правильно или эффективно, на их взгляд, выполнять свои основные функции. Лидер должен уметь признавать и поощрять

вклады каждого члена команды, мотивировать их на новые открытия и исследования, но таким образом, чтобы ничто не шло поперек рабочих планов [4]. Поощрение энтузиазма – залог повышения показателей команды. Поощрение дает мощную поддержку каждому работнику, они будут знать наверняка, что их идеи и вклады были признаны и оценены по достоинству.

Наиболее благодарной, с точки зрения отдачи на вложенные ресурсы, представляется работа по демонстрации лидером своего умения принимать правильные (или эффективные) решения. Дело в том, что, как показывает практика, здесь гораздо важнее количество принятых эффективных решений, а не их масштаб. Таким образом, с точки зрения конечного результата гораздо более эффективной будут те методики, которые позволяют лидеру наглядно продемонстрировать принятие большее количество правильных командных решений за то же время.

Коммуникабельность, способность с радостью воспринимать достижения и способность находить общий язык со всеми из своих подчиненных поможет произвести впечатление на своих работников, только позитивного характера. Найдя общий язык, лидер сможет мотивировать работников на обучение и повышение квалификации. Только в таком случае высокие рабочие показатели будут гарантированы. Лидер группы, руководитель, должен полностью посвятить себя в выполняемую работу, заражать своим энтузиазмом всех остальных ее участников.

Библиографические ссылки

1. Кричевский Р. Л. Если Вы руководитель. Элементы психологии менеджмента в повседневной работе. М. 2008. С. 85–102.
2. Леонова А. А. Управление персоналом: искусство или наука? // Деньги и кредит. 2008. № 9. С. 22–25.
3. Моргунов Е. Б. Лидерство и управленческие умения // Модели и методы управления персоналом. Российско-британское учеб. пособие. М. : Бизнес-школа «Интел-синтез». 2010. С. 122–158.
4. Tannenbaum S., Beard R., Salas E. (2009) Team building and its influences on team effectiveness: an examination of conceptual and empirical developments // Issues, theory and research in industrial/organizational psychology (Ed by K.Kelly) Elsevier Science Publishers.

© Кузнецова В. С., Лановская С. Е., 2012

УДК 658.512

В. С. Кузнецова
 Научный руководитель – П. С. Зеленский
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВЛИЯНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ФАКТОРА НА РЕАЛИЗАЦИЮ IT-ПРОЕКТОВ (В СФЕРЕ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ)

Чем больше компания и сложнее технологии, тем выше роль человеческого фактора, а соответственно, тем больше внимания она должна уделять именно этой проблеме. У компаний, занимающихся разработкой программного обеспечения, нет основных средств, их единственные активы – это знания и связи, внутренние и внешние.

Технологии являются обеспечением базовых потребностей компании либо, если эти потребности уже удовлетворены, предоставляют конкурентные преимущества на рынке. Но для получения этих преимуществ, технологии необходимо внедрить. Чтобы проект был выполнен успешно, нужны профессионалы, которые его реализуют, нужна команда, которая, используя свои знания предметной области и опыт проектной работы, проведет внедрение в определенные сроки и в соответствии с выделенным бюджетом. Если раньше неудачное завершение проекта было связано с технологическими проблемами, то сегодня все основные риски сместились к человеческому фактору. В большинстве случаев компания приходит к неудаче, когда не отдаёт себе отчёта о цели проекта, а также когда отсутствует внимание к проекту со стороны руководства.

Человеческий фактор влияет на реализацию IT проекта как изнутри, так и извне. Поэтому необходимо уделять внимание урегулированию взаимоотношений с двумя категориями участников проекта, а именно: с заказчиками; с членами IT-команды [1].

В первом случае необходимо учитывать, что в компаниях-клиентах между людьми возникают «политические» разногласия (это свойственно представителям крупного бизнеса), из-за чего появляется внутренняя разобщённость. В связи с этим при подборе команды необходимо учитывать совпадение психотипа руководителя проекта и контактного лица со стороны заказчика. Чтобы между заказчиком и проектной командой был налажен психологический контакт, в команду необходимо подбирать людей, которые обеспечат необходимый комфорт общения, например, иногда совпадение среднего возраста проектных команд со стороны исполнителя и заказчика имеет важное значение.

Хороший личный контакт с представителями компании-заказчика позволяет опустить лишние формальности, более оперативно решать рабочие вопросы. Если есть доверие, то к обсуждению может быть принят гораздо более широкий круг вопросов. Полезными могут оказаться встречи с клиентами и партнерами в неформальной обстановке (за пределами офиса человек снимает корпоративную «маску» и может осмотреть на определенные вопросы с другой стороны), приглашение клиентов на корпоративные мероприятия или проведение специальных «клиентских» мероприятий, чтобы они могли узнать нашу компанию «изнутри». Доверительные отношения и партнерский подход может помочь не только сохранить существующих клиентов, но и приобрести новых, так как зачастую в области IT-проектов клиенты приходят в компанию по рекомендации.

Что касается самих членов команды, то здесь не может быть универсального подхода для всех. Среди основных компетенций, которыми должны обладать члены команды, помимо базовых можно выделить: умение слушать и слышать клиента, вести диалог, четко видеть цель и управлять ею, занимать конструктивную позицию, обладать коммуникативными и лидерскими навыками (так называемыми *softskills*), которые зависят от особенностей характера и лично-

сти. Основной задачей при формировании команды поэтому становится поиск на рынке труда или внутри компании людей с развитыми *softskills*. Их легко проверить, например, в процессе переговоров, которые наглядно демонстрируют, насколько человек умеет адаптировать свой стиль общения под разных людей [2].

Как показывает практика, целый ряд факторов, тесно связанных с людьми в организации, оказывает критическое влияние на успешное внедрение новых систем. В руководстве компании-заказчика обязательно должен быть кто-то, кому это действительно нужно. Даже при наличии самых талантливой команды проекта и сильного менеджера проекта, со стороны заказчика не раз потребуются личная поддержка и быстрое принятие сложных решений. Важно осознавать, что при внедрении нового программного обеспечения акцент должен быть сделан не только на техническое решение, но и преимущественно на удобство всем пользователям. Без этого все усилия, направленные на реализацию данного проекта у заказчика, окажутся бессмысленными.

К тому же, если мы говорим о человеческом факторе, то нельзя забывать о мотивации сотрудников. В первую очередь необходимо выявить тех, кто может оказать серьезное влияние на проект, но не слишком привязан к организации и не заинтересован в проекте, и предпринять действия по их «закреплению». Часто полезным с точки зрения мотивации является разъяснение сотрудникам возможности повышения их личной квалификации (т. е. повышения рыночной стоимости). При внедрении новой системы сотрудники должны четко понимать, что внедряемая технология серьезно упростит деятельность на их личном рабочем месте. Иначе они могут и не оценить испытание новыми схемами работы, внеурочными часами, проведенными для того, чтобы понять все тонкости работы с новыми технологиями. Адаптация к новым условиям требует времени, усилий и энтузиазма. Поэтому руководство компанией должно уделить много внимания созданию сильной заинтересованности сотрудников в воплощении проекта как финансовой, так и эмоциональной, причем она должна быть привязана именно к повышению результатов компании в целом [3].

Одну из решающих ролей при реализации проекта играет сильный менеджер проекта. Руководитель проекта должен уметь найти общий язык с различными участниками проекта, как в своей компании, так и у компании-заказчика. Гибкость в коммуникациях – это одно из обязательных навыков для руководителя проектов в сфере IT. Он должен найти к своей команде и дать им четкую мотивацию на результат. Также важно обеспечить сотрудникам комфортную рабочую атмосферу, где для каждого определены функции и роли.

Крайне важно организовать адекватный диалог с заказчиком. В этом случае члены команды будут четко понимать цели, которые перед ними ставят, и будут ощущать важность своей работы для заказчика, поэтому отношение к работе со стороны членов команды будет более заинтересованным и ответственным.

Библиографические ссылки

1. Арсеньев А. ИТ-проекты: роли и отношения [Электронный ресурс]. URL: <http://old.cio-world.ru/it-expert/>

2. Тарасов Д. Человеческий фактор в ИТ проектах [Электронный ресурс]. URL: <http://tarasov-mobile.com/hf.html>

3. Зиндер Е., Цилес Г. Человеческий фактор в проектах [Электронный ресурс]. URL: <http://www.osp.ru/cio/2001/05/171742/>

© Кузнецова В. С., 2012

УДК 669.713.7

А. В. Куриленко
Научный руководитель – Е. В. Сумина
Сибирский федеральный университет, Красноярск

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассмотрено формирование развитие корпоративной культуры организации, ее важность для успешного функционирования организации. На примере «Крайстата» проведено сравнение корпоративной культуры государственного учреждения с корпоративной культурой коммерческой организации.

Корпоративная культура является одним из инструментов воздействия на персонал организации. Используя, данный инструмент, талантливый управленец способен сформировать такой коллектив, который он захочет. Коллектив организации работает по принципу: «естественного отбора», т. е. коллектив со временем выдавливает тех, кто не смог приспособиться к сложившемуся образу жизни в офисе. Сформировавшаяся корпоративная культура в организации является определенным «фильтром» сотрудников и может выступать как сильным оружием менеджера, так и «узким» местом, наедающим эффективно развиваться компании.

Особенно хорошо достоинства и недостатки сложившейся корпоративной культуры проявляются в условиях жесткой конкуренции. Однако как быть с государственными учреждениями, у которых нет, не только конкурентов.

Корпоративная культура – совокупность моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов организации

Корпоративная культура не является отчужденным понятием, она включает в себя многие компоненты управления организацией, такие как: система лидерства, стили разрешения конфликтов, система коммуникации, положение индивида в организации, символика компании. Все это компоненты корпоративной культуры любой организации, однако, формирование их происходит в определенном порядке.

Укрупнено можно выделить, по крайней мере, 5 этапов формирования корпоративной культуры организации:

На начальном этапе необходимо выявить потребность в целенаправленном формировании корпоративной культуры и определить позицию высшего руководства по данному проекту. При создании корпоративной культуры необходимо четко понимать, что в итоге хочет получить руководство компании, так как есть немалое количество форм корпоративной культуры, каждая из которых имеет свои характерные черты.

Второй этап заключается в исследовании существующего состояния и качества корпоративной культуры в компании. Для того что бы сделать какие либо изменения необходимо определить отправную точку. Исследование проводится при помощи анкет, опросников, интервью и общих собраний, направленных на понимание внутреннего климата компании.

3 этап. Идеиное формулирование корпоративной культуры. После исследования анализа корпоративной культуры вырабатываются рекомендации по ее совершенствованию. Стоит пристальное внимание обратить на соотношение формирующихся ценностей компании с ее миссией, и стратегическим видением. Так как эти элементы выражают основную идею корпоративной философии компании, иначе говоря, выраженное в словах настроение в компании.

На следующем этапе происходит формирование традиций и системы стандартов в организации. Если на предыдущем этапе происходит формирование системы ценностей компании, то данный этап предназначен для ее поддержания. Соблюдение сложившихся традиций и выполнения стандартов поддерживают корпоративную культуру.

Последний этап заключается в создании символики. Логотип компании нужен не только, что бы её узнавали на рынке, но он также является материальным отражением сути культуры организации

Термин «корпоративная культура» был сформулирован и применен немецким фельдмаршалом Мольтке в XX веке, который применялся для характеристики взаимоотношений в офицерской среде. С тех пор корпоративная культура набирала популярность и активно изучалась. Результаты более чем впечатляющие: сейчас есть большое количество методик изучения корпоративной культуры, каждая из которых имеет свои достоинства. Основными исследователями данного термина являются: Э.Шейн, К. Камерон, Р. Куин, Ф. Харрис, Р. Моран, Г. Ховстеде и другие выдающиеся ученые.

В проведенном исследовании автор рассматривает сложившуюся корпоративную культуру в государственном учреждении. Для определения корпоративной

культуры используется метод OSAI, описанный в книге К. Камерона и Р. Куина «Диагностика и изменение организационной культуры». Объектом исследования стал Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю. В результате проведенного анкетирования был составлен профиль организационной структуры «Крайстата», по которому и был определен тип культуры в данном учреждении. Результаты получились достаточно типичными для государственной организации – бюрократический тип организационной культуры, однако стремление сотрудников на момент исследования было совершенно в ином русле – адхократический тип культуры. Выбранный тип противоречит специфике организации, такой тип более подходит молодой развивающейся компании, которая стремится завоевать свою долю рынка, но никак не подходит государственному учреждению со своими четкими правилами иерархии и выполнения обязанностей.

На следующем этапе было произведено сравнение корпоративной культуры «Крайстата» с коммерческой организацией – сеть детских магазинов. Целью сравнения являлось выделения основных признаков корпоративной культуры государственной организации и их отличия от признаков корпоративной культуры коммерческой организации. Основными отличиями являются: большое количество формализован-

ных правил, необходимых для поддержания жизнедеятельности компании, а так же сплоченность коллектива. Как показали исследования в коммерческой организации ориентированной на получение максимальной прибыли коллектив более сплочен, чем в государственной организации, которая работает в более комфортных условиях, нежели коммерческие организации.

Для коммерческой организации предпочтительно выбирать культуру, ориентированную на рынок – «Market culture», способную выдержать высокую конкурентную борьбу и быстро адаптироваться к изменениям во внешней среде. Государственной организации необходимо четкое и своевременное выполнение заданий, а так же дисциплина и надежность сотрудников, так как некоторая информация является конфиденциальной, соответственно в данном случае наиболее подходит «бюрократическая культура».

Последним этапом исследования было создания рекомендации по совершенствованию корпоративной культуры в «Крайстате». Некоторые из них это проведение анализа всех формальных обязанностей с целью выявления тех, которые являются лишь формальностью, но не приносят пользы, также было предложено проводить опросы, опрос поможет узнать общественное мнение, а также его контролировать.

© Куриленко А. В., 2012

УДК 669.713.7

Я. Г. Лайцан, С. Морозов
Научный руководитель – Е. Л. Соколова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА ТИПОВОЙ СДР ДЛЯ ПРОЕКТОВ ОТКРЫТИЯ ТОРГОВЫХ ТОЧЕК В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

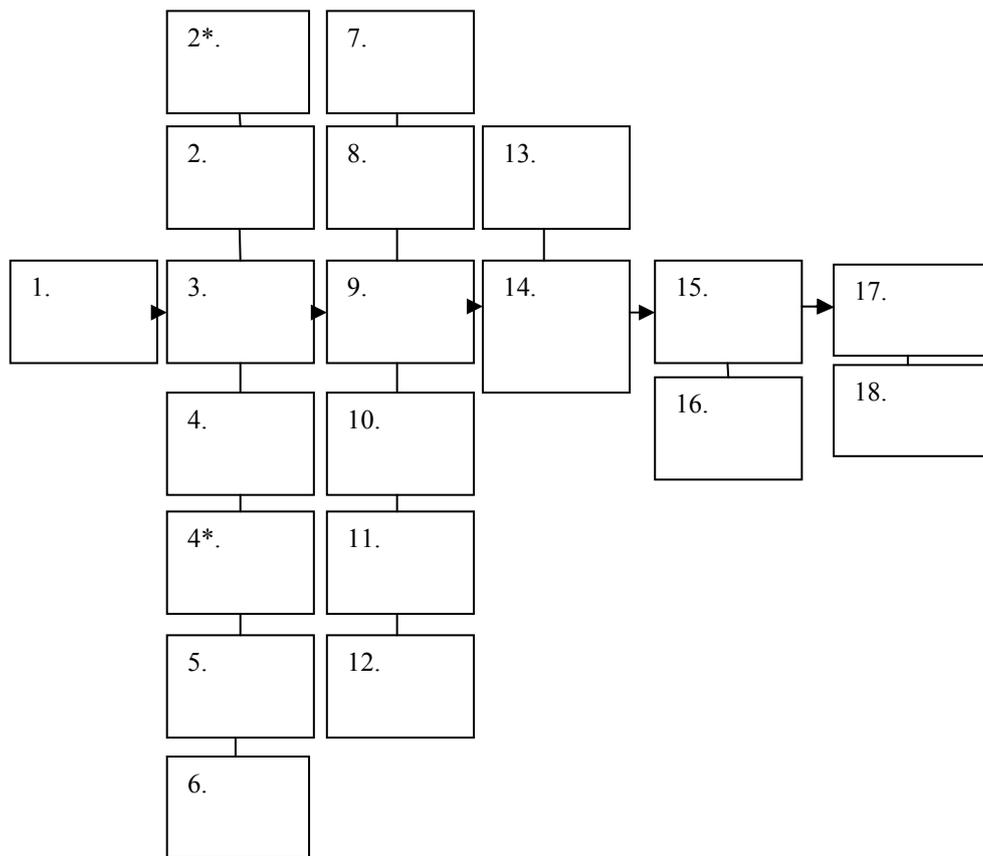
Структура Декомпозиции Работ (СДР или WBS) обеспечивает выявление работ, необходимых для достижения целей проекта. Это упрощает оценку процента выполнения и дает возможность более четко определять действия, необходимые для достижения целей проекта.

Чтобы разобраться в специфике управления проектами в сфере общественного питания, необходимо было выявить общие стороны в проектах по созданию новых торговых точек общественного питания, для этого была проведена обобщенная декомпозиция работ (рисунок).

1. Подготовка необходимой для открытия т.т. общепита документации.
2. Поиск оборудования для новой торговой точки.
3. Поиск помещения (аренда, покупка).
4. Поиск персонала для новой торговой точки.
5. Поиск поставщиков для производства и поставки.
6. Проведение маркетинговых исследований.
7. Заключение договора на поставку оборудования.
8. Заключение договора с арендодателем (документы на покупку помещения).
9. Проведение собеседований, заключение контрактов с персоналом.

10. Заключение договоров с поставщиками.
11. Анализ маркетинговых исследований.
12. Запуск рекламной акции.
13. Монтаж оборудования.
14. Подготовка помещения к работе (ремонт) проведение водо-, электроснабжения.
15. Запуск работ по производству продукции.
16. Проведение маркетинговых исследований.
17. Доставка до конечного потребителя.
18. Анализ маркетинговых исследований.

Из проведенной выше СДР можно сделать вывод, что она универсальна и ее свободно можно применять для любого предприятия собирающегося открыть новую торговую точку в сфере общественного питания. В зависимости от вида деятельности общепита можно добавлять ряд работ. Так, например, предприятие по доставке суши, был внесен ряд изменений обозначенных символом (*). В зависимости от выбора деятельности работы могут добавляться на разных этапах.



Универсальная СДР открытия новой торговой точки в сфере общественного питания

2*.Разработка и поиск рецептов японской кухни.

4*.Поиск суши-шеф повора.

Предложенный подход декомпозиции работ формирует необходимую основу для определения измеримых показателей (трудоемкости, стоимости), а также позволяет с высокой степенью достоверности говорить о том, что цели, связанные с данным пакетом работ могут и будут достигнуты [3].

Библиографические ссылки

1. Никуленкова Т. Проектирование предприятий общественного питания. М. : Колос С, 2006. 246 с.
2. Мазур И. И. и др. Управление проектами : учеб. пособие. М. : Омега-Л, 2006. 664 с.
3. Управление проектом. Основы проектного управления : учебник / под ред. М. Л. Разу. М. : Кнорус, 2006.

© Лайцан Я. Г., Морозов С., 2012

УДК 669.713.7

Я. Г. Лайцан

Научный руководитель – Е. Л. Соколова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В современном мире проектное управление стало неотъемлемой частью преуспевающей компании. Общественное питание является одной из основных отраслей обращения и выполняет главную социально-экономическую задачу развития нашего общества – повышения материального культурного уровня жизни народа. Как таковых исследований в данной сфере не проводится и для создания бизнеса в общепите сложно найти информацию об аналогах и специфике.

Для того чтобы выявить особенности проектов в сфере общественного питания, необходимо провести сравнительный анализ проектов по области деятельности, к которой относятся проекты [2]. Более того, целесообразнее было бы проанализировать так называемые нетрадиционные проекты (см. таблицу).

Для проектов общественного питания были выде-

лены следующие специфические особенности: масштаб бизнеса может варьироваться от мелкого до крупного; риски в данной сфере, как правило, не велики, что опять же, позволяет проявить немедленную реакцию; отсутствуют стандарты ведения бизнеса; отсутствуют стандарты показателей эффективности успешной реализации проекта; низкая стоимость

Сравнительная характеристика проектов и условий разных типов

Тип проекта	Масштабность бизнеса для старта (малый, средний, большой)	Рыночные риски	Реакция на риски	Наличие стандартов и прописных процедур в ходе реализации проекта	Наличие показателей эффективности	Стоимость проекта	Полнота публичной информации (доступность информации об аналогах)	Уровень конкуренции
Строительные проекты	большой	высокие	быстрая	+	+	высокая	+	высокий
Retail проект	малый	низкие	быстрая	-	+/-	низкая	+	средний
С\х проект	малый средний большой	высокие	медленная	+	+	высокая	+	низкий
СМИ проекты	средний большой	высокие	быстрая	+	+	средняя	+	высокий
Проекты авто-сервиса	малый	низкие	медленная	+	-	средняя	+	высокий
Проекты здравоохранения	средний большой	высокие	медленная	+	+/-	высокая	+	высокий
Event проекты	малый средний	низкие	быстрая	+	+	средняя	+	высокий
Проекты общепита	малый средний большой	низкие	быстрая	-	-	низкая	-	высокий

проекта; доступность технологий, оборудования, персонала высокая, так как сфера общепита находится в стадии развития, более того, все это обеспечивает перспективы развития бизнеса в данной сфере; отсутствие информации об аналогах; высокий уровень конкуренции.

Несколько проектов имеют схожие особенности, для того, чтобы как-то сузить специфику, было решено выделить как специфические особенности только те графы из таблицы, которые, имеют либо полное согласие, либо полное отрицание, либо один или два проекта отличны по значению. Результатом стали следующие:

- отсутствие стандартов и прописных процедур в ходе реализации проекта;
- отсутствие показателей эффективности успешной реализации проекта;

- низкая стоимость проекта;
- отсутствие публичной информации (доступность информации об аналогах).

Данных особенностей позволяет более эффективно подходить к разработке и ведению проектов в сфере общественного питания.

Библиографические ссылки

1. Никуленкова Т. Проектирование предприятий общественного питания. М. : Колос С, 2006. 246 с.
2. Мазур И. И. и др. Управление проектами : учеб. пособие. М. : Омега-Л, 2006. 664 с.
3. Управление проектом. Основы проектного управления : учебник / под ред. М. Л. Разу. М. : Кнорус, 2006.

© Лайцан Я. Г., 2012

УДК 658.512

С. Е. Лановская

Научный руководитель – А. Г. Бревнова

Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ КАК ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

В настоящее время происходит динамичное развитие рынка печатных СМИ, в связи с чем, наблюдается высокая конкуренция на рынке печатных изданий. Однако в большинстве региональных издательских домов отсутствует формализованный подход к управлению проектами, что приводит к срыву сроков, нечеткому распределению обязанностей участников проекта. Новизна работы состоит в том, что издательский дом рассматривается как проектно-ориентированная организация, и процессы управления проектами издательского дома предлагается строить на основе проектной методологии управления.

В данной статье рассмотрены характеристики издательского дома, как проектно-ориентированной организации, приведено понятие проекта в издательском доме.

Проектно-ориентированная организация – это организация, источником существования которой являются проекты, как уникальная совокупность ограниченных по времени действий по созданию новых продуктов и услуг. ПОК живет за счет реализации внешних проектов и, в частности, осуществляя их эффективный менеджмент [1].

Периодическое издание журнала или газеты само по себе является непрерывным производственным процессом, тогда как подготовка отдельного номера – это проект

Издательский дом, как компания, создающая и издающая печатные СМИ, является проектно-ориентированной компанией, так она обладает всеми признаками, которыми должна обладать проектно-ориентированная организация. Она занимается видами деятельности, которые подходят под определение проекта и имеют все признаки проекта, а именно она занимается созданием уникального, неповторимого продукта в установленные сроки в рамках определенного бюджета. Рассмотрим подробнее признаки, которыми обладает любой проект издательского дома [2].

Признак «уникальность» может быть характеристикой проекта в целом и отдельных его составляющих. Каждый выпуск журнала или газеты – это уникальный продукт, отличающийся каждый раз своим контентом, направленностью, тематикой.

Признак «наличие цели» относится ко всем проектным намерениям. Проект осуществляется именно для достижения цели заказчика, которая имеет временную ограниченность и предполагает выбор наиболее оптимальной стратегии ее достижения, реализуемой через производство конкретных работ [3]. Цель журнала или газеты – своевременно выпускать актуальный интересный продукт определенной направленности, который соответствует принятым стандартам качества.

Признак «ограниченность во времени» означает, что любой проект имеет определенное начало и завершение, которые ограничивают продолжительность его осуществления. Проект выпуска каждого номера журнала или газеты начинается с даты, когда прошла общая планерка по новому номеру, на котором была определена тематика, направленность, участники нового номера и dead-line сдачи номера в печать [4].

Признак «ограниченность требуемых ресурсов» подразумевает, что в каждом проекте используются различные ресурсы: финансы, персонал, внешние подрядчики, транспорт, оборудование, материалы, лицензии и др., и их количество всегда будет недостаточным. После общей планерки составляется план реализации проекта, который включает в себя информацию о том какие интервью и съемки запланированы, какие продажи должны пройти к какому сроку, намечается объем номера, определяется число фото-

графов, журналистов, корректоров, которых требуется дополнительно привлечь к созданию номера.

Признак «комплексность и разграничение» означает учет всех внутренних и внешних факторов, прямо или косвенно влияющих на развитие и результаты проекта, управление всеми его областями: финансовыми потоками, качеством, рисками и т. п. [5]. Кроме выпуска периодических изданий, некоторые компании печатных СМИ занимаются и другими проектами, а именно:

1. Внутренние проекты отдельного номера издания.
2. Выпуск тематических отдельных приложений к изданию.
3. Проведение под эгидой издания специализированных мероприятий.

Признак «наличие руководителя и команды проекта» определяет обязательного ответственного за выполнение всего проекта и его помощников. У каждого проекта в издательском доме есть своя команда проекта, свой руководитель, часто они пересекаются, эффективное управление командой проекта помогает избежать проблем, связанных с такими пересечениями [6].

На основе приведенных определений, можно вывести определение проекта в издательском доме – это ограниченное во времени предприятие (мероприятие), направленное на создание уникального информационного продукта, его распределение во времени и пространстве для достижения конкретного коммуникационного и медийного эффектов, в рамках утвержденного бюджета.

Библиографические ссылки

1. Лагодюк А. Н. *Формирование и развитие системы проектного управления на предприятиях малого бизнеса*. URL: <http://creativeconomy.ru/library/prd1093.ph>.
2. Васина И. С. *Менеджмент и маркетинг в издательско-книготорговом деле. Политика сбыта и процесс товародвижения в системе книжного маркетинга* : учеб. пособие. М. : Мир книги, 1998.
3. Кобзева М. Н. *Привлечение потребителей средствами издательского маркетинга и PR* // *Филология и человек*. 2010. № 1.
4. Комаров Е. И., Маковеев Н. П. *Эффективное издательство : менеджмент и маркетинг в издательской деятельности* : учеб.-метод. пособие. М. : Логос : Моск. гос. ун-т печати, 2000.
5. *Маркетинговая деятельность издательства* [Электронный ресурс]. URL: gumfak.ru. 2011.
6. *Работа с клиентом. Актуальные стратегии и технологии издательского бизнеса* // *Кн. индустрия*. 2010. № 7.

© Лановская С. Е., 2012

А. С. Мадуев
Научный руководитель – П. С. Зеленский
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОВРЕМЕННЫЙ ИНЖИНИРИНГ В ПРОЕКТАХ И ЕГО ПРЕИМУЩЕСТВА

Статья посвящена быстро набирающему популярности в России подходу в сфере управления проектами, инжинирингу. Раскрывается понятие инжиниринга, описываются его основные виды и принципы для проектов инвестиционно-строительной деятельности. Также приводятся преимущества инжиниринга для организации, занимающейся управлением проектов.

«Инжиниринг – технология построения и развития бизнес систем, основанная на инженерном подходе. В его основе лежит применение моделей — точных чертежей организации деятельности. Это модель организационная, в рамках которой идет проектирование новых бизнес-процессов и структур под новые стратегические идеи. Такие модели позволяют менеджеру организатору увидеть все существенные связи между элементами бизнес системы, а также возможные последствия принимаемых решений.

Инжиниринг как сектор рыночной экономики возник полтора столетия назад в Великобритании, когда впервые стали продаваться услуги инженеров (а затем и групп инженеров, объединенных в инженерные фирмы), востребованных промышленниками при возведении новых заводов и модернизации существующих, и сложилось представление об инжиниринге как о деятельности по предоставлению услуг в сфере строительства и эксплуатации объектов промышленности и инфраструктуры.» (Керцнер Г. Стратегическое управление в компании. Модель зрелого управления проектами, 2010. С. 107).

Основой инжиниринга является разработка, изменение и контроль воплощения в жизнь технологических, организационных и финансово-экономических моделей технических систем в соответствии с поставленными целями.

Основными видами инжиниринга являются:

- предпроектный инжиниринг – прединвестиционные исследования, оформление исходно-разрешительной документации, разработка обоснований инвестиций, ТЭО (проектов) строительства, сбор исходных данных и подготовка заданий на проектирование;
- проектный инжиниринг – разработка проектной документации, осуществление функций генерального проектировщика, разработка специальных разделов проекта, экспертиза, сопровождение проектов;
- технологический инжиниринг – предоставление заказчику строительных и эксплуатационных технологий вместе с лицензиями на их использование, технологическое проектирование, формирование заказных спецификаций на технологическое оборудование;
- стоимостной инжиниринг – разработка бюджетов и смет по проекту;
- финансовый инжиниринг – разработка новых финансовых инструментов и операционных схем;
- инжиниринг управления проектами – разработка организационно- управленческих структур и методов их функционирования;

- информационно-технологический инжиниринг – разработка информационного и программно-технического обеспечения инвестиционно-строительного процесса;

- производственный инжиниринг – подготовка тендерной документации на поставки, работы и услуги; подготовка производства и организации работ, надзор за изготовлением, поставками и производством работ, организация контроля качества, организация пуско-наладочных работ, услуги по эксплуатации объекта;

- комплексный (системный) инжиниринг – совокупность инжиниринговых услуг, обеспечивающая возможность реализации проектов "под ключ".

Инжиниринг инвестиционно-строительной деятельности существует в виде комплексной профессиональной деятельности, осуществляемой так называемыми инжиниринговыми компаниями. Инжиниринг как профессиональная деятельность в данном контексте представляет собой предоставление услуг и производство материальной и интеллектуальной продукции, связанных с осуществлением инвестиционно-строительных проектов создания, эксплуатации и развития объектов промышленности и инфраструктуры.

Предоставление на основе договора на инжиниринг полного комплекса услуг и поставок, необходимых для строительства нового объекта, называется комплексным инжинирингом. Он включает три отдельных вида инженерно-технических услуг, каждый из которых может быть предметом самостоятельного договора.

- Консультативный инжиниринг (consulting engineering) связан главным образом с интеллектуальными услугами в целях проектирования объектов, разработки планов строительства и контроля за проведением работ.

- Технологический инжиниринг (process engineering) состоит в предоставлении заказчику технологии или технологий, необходимых для строительства промышленного объекта и его эксплуатации (договоры на передачу производственного опыта и знаний), разработки проектов по энергоснабжению, водоснабжению, транспорту и др.

- Строительный и/или общий инжиниринг (constructing engineering) – это главным образом поставки оборудования, техники и/или монтаж установок, включая при необходимости инженерные работы.

«Объектом внутрикорпоративного управления нововведениями, в том числе планирования, органи-

зации нового производства и т. д. является не подразделение фирмы, а каждый конкретный ИИП – инновационно-инвестиционный проект. Инжиниринг как интегративный инструмент обеспечивает совмещение во времени процессов проектирования, подготовки производства и воплощения новшеств.

Применением совмещенного во времени проектно-реализационного подхода инжиниринговые фирмы достигают наилучшей координации стадий проектирования, воплощения и реализации нововведений; выигрывают во времени с сокращением инвестиционного цикла. При этом уменьшаются процентные платежи банкам/фондам за кредит/инвестиции, снижается себестоимость новой продукции/услуг за счет сокращения повременной оплаты труда работников и экономии накладных расходов» (Забродин Ю. Н., Михайличенко А. М. Управление инвестиционными программами и портфелем проектов, 2010. С. 63).

Интеграция проектирования и реализации ИИП вызвали появление нового типа менеджеров – профессиональных управляющих проектами – качественно новый этап развития теории и практики управления производством во многих отраслях.

К числу важнейших преимуществ системы инжиниринга следует отнести:

- повышение, при прочих равных условиях, эффективности инвестиций в связи с появлением реальных рычагов воздействия на смету/бюджет проекта;
- сокращение сроков выполнения работ и производственных издержек
- привлекательность для заказчиков перспективы консолидации в одних руках необходимого набора услуг, связанных с осуществлением инвестиционных проектов;
- появление реальных предпосылок для перехода к эффективному профессиональному управлению в связи с сосредоточением в руках инжиниринговой компании технической и стоимостной информации по проекту;
- снижение инвестиционных и других рисков для компании, использующей систему инжиниринга.

© Мадуев А. С., 2012

УДК 669.713.7

С. А. Моковозов
 Научный руководитель – Е. Л. Соколова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ПРИ РАЗРАБОТКЕ И ВНЕДРЕНИИ КОРПОРАТИВНОГО СТАНДАРТА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ

Рассматриваются некоторые проблемы и ошибки при разработке и внедрении корпоративного стандарта управления проектами, а также приводятся рекомендации по нивелированию негативных последствий этих проблем.

Корпоративный стандарт управления проектами является основой единой системы проектного менеджмента в компании. Если компания решается внедрить корпоративный стандарт управления проектами, руководству стоит уделить внимание некоторым проблемам, которые могут возникнуть в процессе разработки и внедрения стандарта.

Иногда, при разработке регламентов, у руководства компании возникает желание очень детально расписать все шаги и действия участников проектов. Это может привести к тому, что регламенты станут слишком объемными и трудными для восприятия. Менеджеры будут воспринимать их как тома ненужных бумаг, которые нет времени даже прочитать. Напротив, слишком упрощенные и формализованные регламенты могут ограничить свободу и оперативность действий менеджеров. Следование формальным управленческим процедурам может привести к дополнительным и неоправданным временным затратам менеджмента. Начать лучше с наиболее простого стандарта, регламентирующего только основные требования управления для ключевых типов проектов и постепенно, по мере необходимости, расширять область применения и требования стандарта. Общий

принцип: чем проще проект, тем меньше формальных требований к организации управления.

Иногда при внедрении стандарта за основу берется один из существующих международных стандартов (например, РМВОК) и процессы управления проектами компании пытаются жестко притянуть к структуре и содержанию процессов данного стандарта. Без учета специфики проектов компании данный стандарт будет восприниматься как далекий от реальной жизни и слишком общий документ. Лучшее решение при внедрении корпоративного стандарта – это создать совместную команду консультантов из консалтинговых фирм и собственных специалистов компании. Консультанты помогут быстро стартовать процесс разработки, принесут свой и международный опыт. Специалисты компании наполнят регламенты идеями и наработками из существующего опыта компании, помогут лучше учесть специфику компании. В любом случае, после того как разработана первая версия регламентов, они должны быть протестированы на пилотных проектах в компании. Именно на этом этапе выяснится, какие решения и требования удобны и полезны, а какие требуют доработки и адаптации.

Чтобы стандарт реально заработал в компании, а не формально утвердился руководством, необходимо не только провести обучение персонала, но и начать реально следовать требованиям стандарта в первую очередь руководителям компании. Использовать документы стандарта и отчеты на совещаниях и при повседневном принятии решений по проектам, пресекать попытки отдельных руководителей отклоняться от требований стандарта при принятии ключевых ре-

шений в обход менеджера проекта и т.п. В компании должен быть ответственный за применение стандарта (тот, кто помогает в его применении участникам проектов, дорабатывает стандарт при необходимости).

Следование этим рекомендациям, позволит создать наиболее эффективную корпоративную систему управления проектами.

© Моковозов С. А., 2012

УДК 65.012.123

Е. С. Поляков, А. С. Амирханян
Научный руководитель – И. С. Ушанова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИНВЕСТИЦИИ В ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ – КАК НАПРАВЛЕНИЕ ВЕНЧУРНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ

Название «венчурный» происходит от английского «venture» – «рискованное предприятие или начинание». Сам термин «рисковый» подразумевает, что во взаимоотношениях капиталиста-инвестора и предпринимателя, претендующего на получение от него денег, присутствует элемент авантюризма.

Рисковый капитал или венчурное финансирование связано, прежде всего, с рискованными предприятиями, которые заняты разработкой научных идей и превращением их в новые технологии и новые продукты или инновации. Этот процесс можно назвать инновационным предпринимательством. И именно в этом заключается отличие этих предприятий от обычных. Основная сфера деятельности рискованных предприятий направлена на цифровые технологии, биоинженерию, новые средства связи, информатику, химию и др. Рисковое предприятие выполняет связующую роль между наукой (фундаментальными и прикладными исследованиями) и массовым производством нового вида продукта (инновация) промышленностью. В современной экономической ситуации инновационная активность предприятия является главным фактором выживания в конкурентной борьбе и залогом успешного хозяйствования.

Инновационное инвестирование является крайне необходимым для развития отечественного высокотехнологичного предпринимательства. Однако этот бизнес имеет высокий риск. Его выделяют в особую сферу финансирования, так как его отличают особые методы мобилизации капитала, структуру источников и условия предоставления финансовых средств, а также цели, стоящие перед потенциальными инвесторами, кредиторами. В соответствии с мировой практикой, одной из форм организации инновационных процессов является рискованный бизнес, который включает три составляющие:

- 1) научно-исследовательскую фирму (инновационная идея);
 - 2) внедренческую фирму (производственный потенциал);
 - 3) фонд венчурного капитала (рискоинвестиции).
- Венчурная компания представляет собой деловое сотрудничество владельцев компании с владельцами

риско-капитала, осуществляемое для реализации высокорисковых инновационных проектов, характеризующихся высокой отдачей первоначального капитала.

Развитие риско-фирмы происходит в несколько этапов. Их выделено четыре. Элементами системы финансирования инновационной деятельности являются источники инвестиционных ресурсов, создание механизма накопления финансовых средств и их инвестирование в инновационные проекты, управление инвестиционными ресурсами для обеспечения их эффективного использования и возвратности заемного капитала. В целях государственной поддержки, прежде всего, нахождения источников финансирования, компенсирующих риск, Правительством принимаются меры. Ситуация в малом бизнесе Российской Федерации показывает, что хотя правительством предпринимается ряд мер и направлений мобилизации резервов экономики, отдача все еще не эффективна. Учитывая, что этот сегмент экономики имеет значительные резервы для развития страны, представляется важным и приоритетным направить сюда усилия, позволяющие реально реализовать все меры и довести предпринимательство и малый бизнес до оптимальных уровней, соответствующих уровню передовых стран.

В целом, необходимо инновационный малый бизнес выделить в отдельную систему, которая должна поддерживаться на государственном уровне в приоритетном направлении. На макроуровне следует разработать генеральную программу поддержки, развития и финансирования малого инновационного бизнеса, которая должна быть действительно государственной, подкрепленной федеральным бюджетом Российской Федерации.

© Поляков Е. С., Амирханян А. С., 2012

УДК 65.012.123

Е. С. Поляков
Научный руководитель – И. С. Ушанова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА КАК СОВОКУПНОСТЬ НАУКИ И ПРОИЗВОДСТВА

Экономическую основу общества, базирующегося на знаниях, составляет национальная инновационная система, в которой налажены эффективные взаимоотношения между наукой, производством и обществом, когда инновации служат основой развития экономики и общества, а потребности инновационного развития, в свою очередь, во многом определяют и стимулируют важнейшие направления развития научной деятельности.

Наука как звено инновационной системы охватывает две экономически разнородные области: фундаментальные исследования, связанные с накоплением научных знаний в данной области науки, и деятельность по прикладному исследованию, разработке и освоению конкретных нововведений. В индустриальной экономике фундаментальная и прикладная науки развивались относительно самостоятельно, причем прикладная наука – в самой сфере материального производства. В административно-командной экономике эти две ветви науки были разделены организационно: Академия наук функционировала и до сих пор функционирует как самостоятельная мегаструктура, а прикладная наука относилась к отраслевым министерствам и после их ликвидации практически лишилась финансирования. Согласно неоклассической теории, технологический прогресс является внешним (экзогенным) фактором экономического роста. Лишь в 80-х гг. XX в. возобладала концепция развития экономической системы на базе эндогенных факторов, т. е. внутренне присущих ей технологических изменений, новых знаний и навыков, позволяющих использовать эти знания при производстве товаров и услуг. Образование, наука и производство объединяются при этом в единый долгосрочный инновационный цикл, причем перевороты в образовании дополняют и углубляют перевороты в науке и технике, приводя человеческий фактор в соответствие с новым уровнем познания и технологическим укладом.

Рассмотрена ортодоксальная теория НТП и эволюционная теория. Нововведение можно определить как новый способ удовлетворения общественных потребностей, основанный на научных исследованиях, дающий полезный эффект, адекватный условиям социально-экономической среды своего использования.

Рассмотрение нововведения в зависимости от его источника определяет особенности финансирования и управления этим процессом.

При этом распространение нововведений признается органической составной частью их формирования – второй вслед за созданием. Понятие непрерывности (continuity) этого процесса было введено еще в 70-х гг. В последние годы принято отличать радикальные нововведения от улучшений и усовершенствований. Нововведение (инновация) представляет собой не научное открытие, а его превращение в реальный, воплощающийся в новых продуктах и технологиях результат. Постиндустриальному информационному обществу свойствен особый тип экономики, в котором

информация выступает определяющим производственным ресурсом, производство услуг – главной сферой занятости, а научное знание и методы его рационального использования – главной формой общественного богатства. При этом услуги могут быть реализованы как рыночным, так и нерыночным способом. В первом случае формируется рынок научно-технической продукции и информации – особый, наиболее крупный и значимый рынок информационной экономики, во втором – осуществляется распределение общественных услуг, непосредственно регулируемое государством и институтами гражданского общества.

Научная революция означает переворот во взаимосвязанных областях, дифференциацию и синтез различных наук; переход к созданию мегатеорий, объясняющих закономерности развития материи в целом на различных ее уровнях; поворот от натуральных экспериментов при изучении процессов и явлений к исследованию их компьютерных моделей.

Техническая революция – это переход к использованию принципиально новых средств производства во всех отраслях и сферах человеческой деятельности: не только в промышленности, транспорте и связи, но и в сельском хозяйстве, торговле, сфере услуг, здравоохранении, просвещении, в управлении данными сферами. Современная техническая революция преобразует не только средства, но и предметы труда, а также способы их соединения – технологию производства. Тенденции развития науки, техники и интегрированной системы «наука-техника-производство» исследованы в работах ряда видных философов и экономистов. Однако это развитие не ограничивается материальными элементами производительных сил, совершенствованием средств и предметов труда. С позиции системного анализа можно говорить о свойствах производительных сил, которые определяются их структурой, соотношением и взаимосвязью составляющих, т. е. качествами, присущими системе в целом, а не ее отдельным элементам. К таким качествам, свойственным производительным силам как производственной системе, относятся общественная комбинация (обобществление) производства в глобальных масштабах, новое международное разделение труда и способ соединения вещественных и личных факторов в производственном процессе, новая роль работника в процессе производства.

Библиографические ссылки

1. Голиченко О. Г. *Российская экономика: проблемы перехода на инновационный путь развития Россия и современный мир.* 2006.

2. Глазырин М. В. *Инновационный социально-производственный комплекс на уровне муниципального образования.* М. : Наука, 2007.

3. Гафурова Д. И. *Историческая эволюция теории инноваций.* 2008.

© Поляков Е. С., 2012

УДК 669.713.7

Д. В. Сицуков

Научный руководитель – В. В. Куимов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ОБРАЗОВАНИЯ И СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

Экономическое и социальное развитие территории муниципального образования является сегодня важнейшей задачей органов местного самоуправления.

Это связано со всем ходом экономической реформы, осуществляемой в России с конца 80-х годов: декларируется возрастание роли местного самоуправления и соответствующим изменением ответственности органов государственной власти всех уровней за экономическое положение на местах (прекращение централизованного отраслевого финансирования капитальных вложений) и возложением этой ответственности на местные власти. Изменились как возможности влияния, так и методы воздействия органов местного самоуправления на развитие своей территории. Все предприятия являются коммерческими структурами, в том числе часть из них зарегистрированы в других территориях и некоторые в оффшорных зонах, что существенно снижает налоговые поступления в бюджет территории. Большинство структур, которые обеспечивают жизнедеятельность населения муниципалитета (водоканал, теплосеть и др.), в настоящее время приватизированы и преобразованы в коммерческие структуры или остались муниципальными (транспорт, дошкольное и общее образование, здравоохранение и др.), но работают на рынке наряду с коммерческими структурами. С учетом, что материальная база всей социальной сферы и сферы жизнеобеспечения имеют высокую степень износа и возможностей ремонта ее нет, муниципалитеты находятся в затруднительном положении. Продолжается практика передачи или включения муниципалитетов в полномочия субъектов и федерации. Так за последние годы муниципалитетам поручено заниматься борьбой с терроризмом, наркоманией, пожарами и др. не подкрепив это налоговыми поступлениями.

В соответствии с федеральным законом от 16 сентября 2003 года «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» под муниципальным образованием понимается городское, сельское поселение, несколько поселений, объединенных общей территорией, в пределах которой осуществляется местное самоуправление. В Российской Федерации муниципальное образование – это городское, сельское поселение, объединенное общей территорией, часть поселения, иная населенная тер-

ритория, предусмотренная федеральным законом, в пределах которой осуществляется местное самоуправление, имеются муниципальная собственность, местный бюджет и выборные органы местного самоуправления. Муниципальное образование имеет свой устав, а также вправе иметь собственную символику (гербы, эмблемы и др.), отражающую исторические, культурные, социально-экономические и иные местные традиции. Статус муниципального образования определяется в его уставе – нормативном правовом акте, в котором в соответствии с федеральным законодательством и законодательством субъекта РФ закрепляются основные положения организации местного самоуправления в муниципальном образовании. Устав принимается представительным органом местного самоуправления или населением непосредственно путем референдума, подлежит обязательной государственной регистрации.

На сегодняшний день экономическая база большинства муниципальных образований остается слабой, предусмотренные полномочия муниципалитетов не обеспечиваются собираемыми налогами и не соответствует их потребностям, ограничена муниципальная собственность, не отрегулированы отношения между органами государственной власти, муниципалитетами и предприятиями различных форм собственности. Чрезмерно централизован порядок налогообложения и условия формирования местных бюджетов, поэтому получение населением социальных благ слабо увязано с результатами их труда. Безусловно, решение социальных проблем территории возможно лишь при стабильно работающей и развивающейся экономике. От того, как работают предприятия, как функционирует малый бизнес, каков инвестиционный климат территории, какими ресурсами она обладает, во многом зависит решение социально-экономических проблем территории.

Проблема стабилизации и развития экономики муниципального образования и повышения её эффективности в решении социальных проблем на сегодняшний день едва ли не главная в реформировании местного самоуправления. Одной из главных задач

науки и практики муниципального управления, позволяющих решить данную проблему, является научное обеспечение и обоснование системы управления развитием муниципального образования. Теория и практика исследования, разработки и внедрения систем и методов управления развитием муниципального образования приобретает в настоящее время не только теоретическое, но и исключительно важное практическое значение.

Знание законов муниципальной экономики, муниципального управления, понимание тех или иных процессов, происходящих в муниципальном образовании – всё это становится сегодня определяющим для эффективного управления развитием территории, для практической реализации миссии местного самоуправления.

Существенным фактором, ограничивающим развитие территории муниципалитетов является устаревшее или запретительное законодательство и нормы, принятые различными надзорными органами. Практически все муниципалитеты могли бы обеспечить детей дошкольного возраста местами в дошкольных учреждениях если перейти на европейские варианты развития этой системы. Но законодательство РФ, СанПиНы, и другие устаревшие требования не позволяют решить эту проблему. Это при том, что обеспечение дошкольного образования является полностью полномочием муниципалитетов.

Таким образом, идеология муниципального управления ориентирована на ценности, ресурсы, задачи и возможности, связанные с локальной территорией, но реально ее возможности существенно ограничены федеральным законодательством и установленными разнонаправленными требованиями надзорных органов.

К характерным чертам муниципального управления как вида управленческой деятельности можно отнести:

- опора на философию и базовые принципы местного самоуправления;
- объект управления – локальная территория и происходящие на ней социально-экономические процессы;
- наличие двух субъектов управления: население муниципального образования (местное сообщество) и органы местного самоуправления, действующие от имени местного сообщества.

К компетенции всех уровней власти относятся функции по созданию благоприятной среды жизнедеятельности людей, сохранению природной системы, а также созданию нормальных общеэкономических условий для деятельности предприятий и организаций. В условиях социально-экономических реформ проводимых в стране, центр тяжести в решении многих социально-экономических проблем все более смещается на уровень муниципального образования, но его возможности пока не поддержаны законодательно и организационно

При формировании системы управления муниципального образования необходимо учитывать то обстоятельство, что помимо управляющих воздействий органов местного самоуправления, на экономическое развитие оказывают свое влияние внешние и внутренние по отношению к данному муниципальному образованию субъекты. Учитывая это обстоятельство, формирование системы управления муниципального образования целесообразно реализовать через механизм комплексного управления развитием муниципального образования основанном, прежде всего на эффективном взаимодействии участников и совершенствовании субъекта управления. Цель развития – улучшение благосостояния населения проживающего на территории муниципального образования можно достичь, комплексно решая следующие три задачи:

- последовательно выполнять функциональные (планирования, организации, кадрового обеспечения, мотивации и контроля) и организационные (стратегического и оперативного управления) процедуры этого механизма;
- на основе алгоритма формирования организационной структуры управления экономическим развитием муниципального образования обеспечивать постоянное соответствие структуры управления задачам экономического развития;
- на основе анализа влияния на процесс экономического развития его внешних и внутренних участников, используя весь арсенал методов и ресурсов, формировать систему взаимодействий между участниками, позволяющую в долгосрочном периоде обеспечить процесс развития муниципального образования в целом.

© Сицуков Д. В., 2012

УДК 658.14/17

Ю. С. Фурсина, В. И. Комогорцев
 Научный руководитель – Е. Л. Соколова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Финансовая устойчивость – понятие, для которого нет точного определения, в то же время – это итоговый показатель, который характеризует финансовое состояние хозяйствующего субъекта в целом, поэтому о важности управления финансовой устойчивостью для предупреждения банкротства не приходится спорить. Для успешного управления финансовой устойчивостью необходимо разработать подход к определению данного понятия и в соответствии с ним выработать способы оценки и методы управления финансовой устойчивостью.

В условиях рыночной экономики, к которой трудно адаптируются отечественные предприятия торговли, залогом выживаемости и основой устойчивости предприятия является управление финансовыми ресурсами, направленное не только на максимизацию прибыли в краткосрочном периоде, но и на поддержание состояния финансовой устойчивости. Проблема финансовой устойчивости предприятий относится к числу наиболее важных не только финансовых, но и общеэкономических проблем, поскольку неустойчивое финансовое положение сдерживает развитие, снижает платежеспособность отечественных предприятий торговли и может привести к их банкротству. Низкая финансовая устойчивость предприятий является одной из причин их невысокой инвестиционной привлекательности. Обеспечение устойчивого финансового положения предприятия позволяет привлекать дополнительные инвестиции, повышать качество обслуживания покупателей, ассортимент реализуемой продукции, увеличивать объемы продаж и, в конечном итоге, повышать рентабельность предприятия.

По степени финансовой устойчивости и надежности российский ритейл пока существенно отстает от зарубежных экономических систем. В настоящее время в России, согласно официальным статистическим данным, около четверти российских организаций розничной торговли убыточны, на многих предприятиях ощущается дефицит денежных средств, а активы предприятий недостаточно ликвидны для поддержания финансовой устойчивости.

В условиях неопределенности рыночной среды и интенсификации жизненного цикла организаций розничной торговли, перед финансовыми службами ставятся новые задачи по оценке финансового состояния и разработке мер по повышению финансовой устойчивости. Такая очевидная необходимость возникает как для торговых организаций, находящихся как в процедуре банкротства, так и для экономических субъектов, имеющих неустойчивое финансовое состояние и реализующих программы финансового оздоровления в непрерывном режиме. Успешное решение этих задач требует критического переосмысления традиционного механизма управления финансовой устойчивостью.

В экономической литературе до настоящего времени не выработан единый подход к определению сущности понятий финансовой устойчивости. Приведем пример трех различных вариантов определений финансовой устойчивости, и покажем их приемлемость к такому типу предприятий как розничная торговля.

По мнению А. Д. Шеремета и Е. В. Негашева, финансовая устойчивость выступает одной из важнейших характеристик финансового состояния предприятия. Особенно яркое отражение эта мысль нашла в предложенной А. Д. Шереметом и Е. В. Негашевым классификации финансового состояния предприятия по степени его финансовой устойчивости. Ими выделено четыре типа финансового состояния, в которых может находиться предприятие: абсолютная устойчивость финансового состояния, нормальная устойчивость финансового состояния, неустойчивое финансовое состояние, кризисное финансовое состояние. Сле-

дует обратить внимание на то, что для оценки финансовой устойчивости предприятия ими рекомендована определенная, только ей присущая система показателей, в которую не входят показатели платежеспособности, ликвидности, рациональности размещения и использования имущества [1].

М. С. Абрютин и А. В. Грачев сводят сущность финансовой устойчивости к платежеспособности предприятия и не исследуют взаимосвязь между финансовым состоянием и финансовой устойчивостью. По их мнению, финансовая устойчивость предприятия есть не что иное, как надежно гарантированная платежеспособность, независимость от случайностей рыночной конъюнктуры и поведения партнеров [2].

Савицкая Г. В. же считает, что финансовая устойчивость предприятия – это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующей его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска. Следовательно, устойчивое финансовое состояние не является случайной удачей, а итогом грамотного, умелого управления всем комплексом факторов, определяющих результаты хозяйственной деятельности предприятия [3]. При таком подходе в понятие финансовой устойчивости вкладывается даже более широкое содержание, чем в понятие финансового состояния предприятия. По нашему мнению, данное определение финансовой устойчивости более подходит для предприятий розничной торговли, оно более рационально, и что немаловажно, учитывает как внутренние факторы и условия развития, так и внешние.

Конечно, бороться со многими внешними факторами отдельным предприятиям не по силам, но в создавшихся условиях им остается проводить собственную стратегию, которая позволяет смягчить негативные последствия общего спада деятельности. В целом можно сказать, что финансовая устойчивость – это комплексное понятие, обладающее и внешними формами проявления, формирующееся в процессе всей финансово-хозяйственной деятельности, находящееся под влиянием множества различных факторов. Поэтому, и необходим механизм повышения устойчивости торгового предприятия, который поможет организациям быстро реагировать на изменения внешней среды, справляться с временными трудностями, разрабатывать мероприятия, исходя из выявленных проблемных участков.

Библиографические ссылки

1. Шеремет А. Д. Теория экономического анализа, второе издание. М. : Инфра-М, 2009. 365 с.
2. Грачев А. В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия : от бухгалтерского учета к экономическому : учеб.-практ. пособие. М. : Финпресс, 2009. 434 с.
3. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М. : Инфра-М, 2005. 329 с.

УДК 338.46:35

М. Б. Шуфер
Научный руководитель – П. С. Зеленский
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ ПОРТФЕЛЕМ ПРОЕКТОВ ПО АВТОМАТИЗАЦИИ УЧЕТА

Раскрыты характерные особенности управления портфелем проектов по автоматизации учета на базе систем 1С.

Портфель проектов – группа проектов, сгруппированных для достижения определенной цели.

Таковыми целями могут быть:

1. Достижение максимальной прибыли фирмой франчайзи 1С.
2. Группировка однородных проектов для достижения максимального удобства управляемости ими.
3. Запуск нового направления.
4. Загрузка определенной проектной команды.

Руководитель портфеля проектов – лицо, отвечающее за достижение целей создания портфеля и перераспределение ресурсов между проектами портфеля [1].

Для удобства весь портфель проектов в данной статье разбивается на 2 группы:

1. Портфель предпродажных проектов.
2. Портфель текущих проектов.

Предпродажными проектами являются проекты, для которых Заказчиком подана проектная инициатива, но не определены рамки проекта. По таким проектам руководителем проектов ведётся преддоговорная работа – определение целей, сроков, бюджета проекта, подбор проектной команды. Особенность таких проектов, что Заказчик может отложить или отказаться от старта проекта, либо выбрать конкурирующую фирму франчайзи 1С, что приведет к тому, что затраты ресурсов на обработку проектной инициативы будут неоправданы.

Текущими проектами являются проекты, находящиеся на стадии выполнения. Особенность таких проектов, что при управлении изменениями они могут потребовать незапланированных ресурсов и балансировки портфеля проектов [1].

Ресурсами являются 2 вида человеческих ресурсов: руководители проектов (менеджеры) и специалисты проектной команды (исполнители).

Руководитель проектов – лицо, отвечающее за достижение целей проекта и осуществляющее оперативное управление проектом [2].

Специалист проектной команды – лицо, обладающее знаниями определенных контуров учета на предприятии и специфическим навыком настройки и доработки систем 1С под конкретные требования Заказчика.

На этапе управления портфелем предпродажных проектов руководитель портфеля сталкивается со следующими специфическими вопросами:

1. Определение критериев для отбора проектов в портфель.

При отборе проектов руководитель портфеля должен учитывать, есть ли у него ресурсы для отработки проектной инициативы Заказчика (требуется руководитель проектов), подходит ли данная проектная инициатива для включения в определенный портфель проектов

2. Планирование старта предпродажных проектов.

Руководитель портфеля должен учитывать сроки старта проектов для их перехода в портфель текущих проектов с учетом неопределенности проектной инициативы Заказчика. Часть проектных инициатив не будут осуществлены.

3. Планирование ресурсов проектных команд под предпродажные проекты с учетом неопределенности старта проектов.

Руководитель портфеля должен соотносить возможные сроки старта проектов с занятостью проектных команд на данный срок.

На этапе управления портфелем текущих проектов руководитель портфеля проектов сталкивается со следующими специфическими вопросами:

1. Определение ценности проектов и критичности проектных этапов

Проект, кроме общей ценности, в зависимости от проектной стадии имеет также относительную ценность – часть проектных этапов можно растянуть во времени, часть проектных этапов должны быть сданы в жесткие сроки. Руководителю портфеля проектов необходимо иметь показатель определения ценности проекта и критичности проектного этапа для того, чтобы балансировать ресурсы портфеля проектов при управлении изменениями.

2. Балансировка ресурсов между проектами

Данная проблема тесно связана с управлением изменениями в проектах портфеля. С учетом неопределенностей и рисков проекты могут потребовать незапланированных ресурсов. Примером является заболевание специалиста, что участвовал в проекте и поиск других специалистов на проект вследствие болезни текущего специалиста. Аналогично определенная стадия проекта может стартовать раньше запланированного срока, что потребует поиски специалиста.

В таком случае руководитель портфеля обязан перераспределить специалистов проектных команд портфеля проектов в зависимости от критичности стадии проектов, на которых они задействованы и общей ценности проекта для портфеля. При таком

перераспределении руководитель портфеля должен учесть следующие факторы в отношении ресурсов: достаточность компетенций имеющихся специалистов для проекта с потребностью в ресурсах; время на «переналадку» специалиста на другой проект; влияние такой балансировки на текущий проект, из которого руководитель портфеля изымает специалиста.

Данные пункты отражают специфику управления портфелем предпродажных и текущих проектов.

Библиографические ссылки

- 1. Шостак Р. И. Методические материалы по управлению проектами 1С Бухучет и торговля.*
- 2. Мазур И. И., Шапиро В. Д. и др. Управление проектами : справ. пособие. М. : Высш. школа, 2010. 960 с.*

© Шуфер М. Б., 2012

Секция
«ОСВОЕНИЕ КОСМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА:
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ»

УДК 159.9

А. О. Никитенко
Научный руководитель – Г. И. Латышенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ И ПРИЧИНЫ АВАРИЙ ПРИ ЗАПУСКАХ
КОСМИЧЕСКИХ АППАРАТОВ РОССИЙСКОЙ КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**

Приведены основные направления развития отечественной космической отрасли, краткая статистика аварий при запусках космических аппаратов в 2010–2011 годах. Представлены официальные причины неудачных запусков космических аппаратов.

Являясь одним из важнейших факторов, определяющих статус России как страны высоких технологий, ракетно-космическая промышленность играет все более возрастающую роль в обеспечении национальной безопасности, в том числе военном, экономическом, научном и социальном развитии России.

Оставаясь на протяжении нескольких десятков лет одним из высших государственных приоритетов, ракетно-космическая промышленность России получает всестороннюю и стабильную государственную поддержку, подтверждением чему является утверждение Правительством Российской Федерации Федеральной космической программы на 2006–2015 гг., на реализацию которой выделено 305 млрд руб. из средств федерального бюджета. Указанная программа устанавливает основные направления развития отрасли на период до 2015 г. [1].

Объектами исследования становятся Земля, Луна, Солнце, планеты солнечной системы, околоземное космическое пространство. Главным направлением являются полеты на Марс и Луну, а также все, что с этим связано. Но последние события неудачных запусков российских космических аппаратов ставят под угрозу реализацию Федеральной космической программы России.

За последние одиннадцать лет бюджет гражданской космонавтики в России увеличился в 18 раз. Однако за последние два года провалом закончились миссии 6 космических аппаратов, экономический ущерб от которых составил более 30 млрд рублей.

5 декабря 2010 г. были утрачены три спутника «Глонасс-М». Согласно выводам комиссии, расследовавшей инцидент, спутники были утрачены из-за того, что в разгонный блок ДМ-03 из-за ошибки в конструкторской документации залили 1,5 тонны лишнего топлива.

1 февраля 2011 г. не вышел на связь в расчетное время геодезический космический аппарат военного назначения «Гео-ИК-2». Госкомиссия установила, что предварительной причиной отсутствия связи с «Гео-ИК-2» стал отрицательный энергобаланс космического аппарата, образовавшийся в результате падения напряжения бортового электропитания [3].

18 августа 2011 г. не вышел на связь в расчетное время новейший спутник «Экспресс-АМ4», запущенный ночью 18 августа с космодрома Байконур ракетой «Протон-М» с разгонным блоком «Бриз-М». В ходе полета орбитального блока в составе разгонного блока и космического аппарата произошел сбой в системе управления «Бриз-М», в результате чего космический аппарат «Экспресс-АМ4» был выведен на нерасчетную орбиту.

24 августа 2011 г. после старта нового грузового корабля «Прогресс М-12М» на участке работы третьей ступени ракеты-носителя «Союз У» на 325-й секунде произошло нарушение работы двигательной установки, приведшее к ее аварийному отключению.

В ночь на 9 ноября 2011 г. сложилась нештатная ситуация при выведении российской межпланетной станции «Фобос-Грунт» на траекторию отлета к Марсу. Станция «Фобос-Грунт» была запущена с Байконура. После отделения станции от ракеты-носителя «Зенит-2SB» не сработала маршевая двигательная установка (МДУ) [2].

В результате проведенных исследований, собраны статистические данные за шесть последних лет, показывающие общее количество запусков ракет – носителей в мире, в т. ч., приведших к авариям. 2011 год был наиболее «провальным» для отечественной космонавтики. Из четырех аварийных пусков два произошли с нашими ракетами-носителями.

По количеству запущенных космических аппаратов за этот же шестилетний период мы потеряли 25 аппаратов (почти 60 %) из общего количества аварийных запусков в мире (42).

Проблема не в том, что происходят такие аварии, а в том, что они происходят друг за другом и с коротким промежутком. По совокупности всех аварий уже нельзя считать происходящее случайностью. Это уже некий индикатор состояния отрасли, который говорит о том, что необходимо перестроить в Роскосмосе организационно-структурные мероприятия. А во-вторых, требуется пересмотр технологической документации по всему циклу: от создания до управления

Библиографические ссылки

1. Федеральные целевые программы России. Федеральная космическая программа на 2006–2015 гг. [Электронный ресурс]. URL: http://www.programs-gov.ru/29_1.php.

2. Новости Mail.ru. Закончатся ли проблемы российской космической отрасли с падением «Фобос-Грунта» в Атлантику? [Электронный ресурс].

14.01.2012. URL: <http://tel.news.mail.ru/politics/7817483/?page=2>.

3. Новости NEWSru.com. Найденный на орбите российский военный спутник исправен, заявил источник. Эксперты сомневаются [Электронный ресурс]. 02.02.2011.

URL: http://www.newsru.com/russia/02feb2011/sputnik_2.html.

© Никитенко А. О., 2012

УДК 1(075.8)

Л. А. Рынза

Научный руководитель – О. Ф. Морозова

Филиал Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнева, Железногорск

КОСМОЛОГИЯ К. Э. ЦИОЛКОВСКОГО И СОВРЕМЕННАЯ НАУКА

Определяются основные принципы космологии К.Э. Циолковского, показано их методологическое значение для современной практики освоения космического пространства.

Исследование идей К. Э. Циолковского не теряет актуальности, так как, во-первых, современная наука по сей день основывается на фундаментальном положении космологии К. Э. Циолковского. Во-вторых, обнаруживаются перспективы обозначенных Циолковским направлений в освоении техники, антропологии, которые остаются не реализуемыми, но требуют внимания в условиях обострения глобальных проблем.

Наша цель: выявить принципы космологии К. Э. Циолковского, которые становятся методологической основой современного направления освоения космологического пространства.

Космическая философия К. Э. Циолковского не является строго рациональной, теоретической философской системой. Она наполнена архетипическими представлениями, свойственными всему человеческому опыту, в том числе философскому и нефилософскому – обыденному, научному, религиозному. Сам Циолковский, высоко оценивая космическую роль разума, говорил, что его мировоззрение включает «чувства, которые выше разума», что «может быть, это остатки разрушенного совершенства, которым обладали наши предки» [4, с. 88]. Именно в контексте осмысления целостного человеческого опыта Циолковский сформулировал как свою космологию, так и программу жизнедеятельности человечества, включающую неизбежность его космического будущего. В этой программе, неразрывно связанной с его космологией, синкретически слиты три слоя, которые, как отметил В. С. Стёпин [3, с. 274], свойственные всей системе программ надбиологической деятельности человека: программы, основанные на реликтах прошлого; программы, целенаправляющие настоящее; программы, адресованные будущему. Антикосмисты неправомерно разрывают единство этих слоёв в программе Циолковского, они с одной стороны, настаивают на «архаичности» его мировоззрения, с другой – считают эту программу вредоносной эссенцией духа техногенной цивилизации. В условиях кризиса куль-

туры, истощенности прежних смыслов её универсалий, Циолковский создал набросок нового типа человеческой жизнедеятельности, ведущей человечество к спасению и «никогда не кончающемуся счастью».

Космология Циолковского оперирует понятиями: «мир», «космос», «другие космосы», «Вселенная», «причина Вселенной», «пространство», «время», «бесконечность», «эволюция», «космический разум», «космическая точка зрения» на человека, «атом–дух» и др. Анализ смыслов, которыми они наполнялись, показывает, что основоположник космонавтики, по сути, формулировал их как универсалии культуры. Они выражали не только понимание, но и переживание мира человеком, придание миру человеческой ценности, человеческого измерения и являлись схемами, фиксирующими весь человеческий опыт. Современная космология пересмотрела многие черты образа космоса, которые мы находим у Циолковского, но архетипичность применённых им категориальных структур приводит к постоянному воспроизведению этих структур на всё новых уровнях знания.

Говоря об образе Вселенной в космической философии Циолковского, его значение для современной культуры и прогнозов будущего человечества, мы не всегда осознаём, насколько меняется картина Вселенной буквально за последние годы и даже месяцы. Астрономия и космология переживают сейчас новую революцию. Если принять, что первой была коперниканская революция, а второй — революция, вызванная началом предсказанной Циолковским эры исследования Вселенной космическими средствами, то научная революция в астрономии и космологии наших дней выступает уже третьей по счёту. На основе прогресса совместных исследований Вселенной наземными и космическими средствами продолжаются великие открытия в астрономии и космологии (активные ядра галактик, вспыхивающие объекты разных типов, «тёмная материя», «чёрная», иначе «скрытая» энергия или «квинтэссенция», ускорение расширения Вселенной, возможное открытие «чёрных дыр» и др.).

Возникают неожиданные теории космоса (инфляционная космология, вакуумная картина мира, самоорганизующаяся Вселенная и др.). Это вовсе не значит, что отбрасываются обоснованные научные истины – они уточняются. Недостаточно обоснованные гипотезы и теории сменяются, более обоснованными, более близкими к реальной Вселенной. К. Э. Циолковским был выдвинут ряд других идей, созвучных современной науке: принцип множественности вселенных (Причина могла сотворить не только наш космос, но и множество других); антропный принцип (законы нашего мира такие, как мы наблюдаем, потому что существует человек); принцип смены ряда «периодов» в эволюции космоса, принцип вечной юности Вселенной и др. Эти принципы имеют некоторые аналогии в современной науке, другие же вступают с ней в противоречие. Образ Вселенной оказывается качественно иным, более сложным. Следует без всякого смущения фиксировать новые смыслы, которые приобретают архетипические представления, понятия и принципы, использовавшиеся Циолковским. Это позволит глубже понять не только динамику развития космологических идей в культуре, но и степень реальности созданного Циолковским «возможного мира» человеческого опыта – космического будущего нашей цивилизации [2, с. 82–119].

Таким образом, принципиальными положениями, которые стали методологической основой современной космологии являются:

1) Вселенная едина, монистична; 2) органическая жизнь есть результат эволюционного развития Вселенной; 3) во всем существуют неизведанные разумные силы, организующие ее функционирование; 4) возможно предположить иерархию ее организации; 5) время и пространство Вселенной бесконечны; 6) задача человека как вершины земной эволюции заключается в освоении космоса [1, с. 89–90].

Библиографические ссылки

1. Евтифьев М. Д. Константин Эдуардович Циолковский // *Теория и история*. 2007. № 2. С. 89–90.
2. Казютинский В. В. *Космическая философия – постнеклассическая наука – освоение космоса // Космос и общество (история и современность)*. М., 1991. С. 82–119.
3. Степин В. С., Кузнецова Л. Ф. *Научная картина мира в культуре техногенной цивилизации*. М., 1994. 274 с.
4. Циолковский К. Э. *Этика или естественные основы нравственности // Космическая философия*. М., 2001. С. 88.

© Рынза Л. А., 2012

УДК 629.783

А. В. Свириенко
 Научный руководитель – Е. В. Селюн
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск
 Аэрокосмический колледж, Красноярск

СПУТНИКОВЫЕ СИСТЕМЫ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Все больше и быстрее развиваются современные компьютерные технологии. Устройства становятся меньше, а вычислительные способности удваиваются. На рядового пользователя трудится даже космическая отрасль. Они следят за изменениями погоды, занимаются изучением природных ресурсов Земли и Мирового океана, выполняют военные задачи и многое другое.

Развитие современных компьютерных технологий поражает. Устройства становятся меньше, а вычислительные способности удваиваются. На рядового пользователя трудится даже космическая отрасль. В настоящее время на околоземной орбите вращаются несколько десятков искусственных спутников. Первый из них был запущен еще в 1957 году. Так что же такое спутник и для каких целей он используется?

Искусственный спутник Земли – это космический аппарат, вращающийся вокруг Земли по геоцентрической орбите. Искусственные спутники предназначены для изучения Земли, космоса, различных планет Солнечной системы, для передачи телефонных звонков, радио- и телепрограмм. Они следят за изменениями погоды, занимаются изучением природных ресурсов Земли и Мирового океана, выполняют военные задачи [1].

Различают следующие виды спутников:

- Астрономические спутники – для исследования планет, галактик и других космических объектов.

- Биоспутники – для проведения научных экспериментов в условиях космоса.

- Спутники дистанционного зондирования Земли.
- Космические корабли – пилотируемые космические аппараты.

- Космические станции – долговременные космические корабли.

- Метеорологические спутники – для передачи данных в целях предсказания погоды, а также для наблюдения климата Земли.

- Малые спутники – спутники малого веса и размера

- Разведывательные спутники.

- Навигационные спутники.

- Спутники связи.

- Экспериментальные спутники [2].

Ежедневно через спутники проходит огромный поток как общедоступной, так и конфиденциальной информации. А раз есть секретная информация, сле-

довательно, всегда найдутся желающие ее получить. В таком случае можно ли украсть информацию со спутника? Ответ прост: Безусловно, можно! Вот только сложность этой операции будет зависеть от вида спутника и от уровня конфиденциальности передаваемой им информации. Самый простой способ перехвата информации со спутника это фишинг или спутниковая «рыбалка». Фишинг – это перехват интернет – трафика при передаче его пользователю. Пользователи спутникового интернета скачивают множество файлов, обладателями которых становятся и «рыболовы». При этом «рыболовы», в отличие от пользователей, за это ничего не платят. Для «рыбалки» используют то же оборудование, что и для спутникового интернета, кроме модема, или специальные программы для фишинга: Sky Net, Manna и т. д. Единственный способ защититься от фишинга – шифрование всего трафика криптостойким алгоритмом. Для получения информации конфиденциального характера рыбалка не эффективна. Для этого нужно хорошее оборудование, образование. Ну и не стоит забывать, что это незаконно [3].

Для того чтобы добраться до секретной информации, хранящейся на спутнике, можно попробовать перехватить управление спутником. Возможность выполнения этой задачи зависит от назначения спутника и порядка его проектирования и изготовления. К примеру, для радиолокационных космических аппаратов известны частоты радиолиний, а их командно-телеметрические системы достаточно просты уже в силу массогабаритных и стоимостных ограничений. На «больших» спутниках гражданского назначения, разумеется, защита от несанкционированного доступа есть, но после перехвата управления наземным компьютером на удаленной станции и в случае пренебрежения ее персоналом некоторыми правилами, нельзя исключить возможность дистанционной работы злоумышленников «в роли» операторов космического аппарата. Для военных аппаратов с жесткой системой контроля доступа это маловероятно, но, думаю, тоже возможно [4]. Допустим, что удалось украсть информацию со спутника, но она зашифрована в широкополосном сигнале. Для ее расшифровки существуют такие устройства, как транспондеры, декодеры, демодуляторы и т. д. [5].

Спутник можно рассматривать не только как «хранителя» информации, но и как ее «добытчика». В наше время спутниковый шпионаж процветает. Спутники могут обеспечить следующие виды разведывательной информации: фото- и видеоданные наблюдаемого участка, метеорологические данные,

а также радиолокационную карту местности, данные перехвата радио, телеметрии и т. п. Сейчас в целях обеспечения разведки боевых действий и их координации НАТО использует свыше 50 американских и европейских спутников. В России используются такие мощные спутники, предназначенные для оптико-электронной разведки, как: «Кобальт», «Неман» и «Енисей», а также спутник радиолокационной разведки

«Алмаз-Т». Но не стоит думать, что спутниковый шпионаж направлен исключительно на перехват военных данных. Уже давно была создана система радиоэлектронной разведки «Эшелон», которую больше волнует простое население, чем военная политика. В отличие от иных систем электронного шпионажа, суперсеть «Эшелон», само существование которой отрицалось до 1998 г., уже изначально предназначалась не для перехвата данных военного характера. Ее целями являются правительственные органы, общественные организации и фирмы, политики, банкиры и предприниматели, общественные деятели, а ныне – уже и обычные граждане каждой страны мира. Разбросанные по планете станции «Эшелона» собирают колоссальное количество информации. Вся электронная почта, все телефонные переговоры, телексы, телеграммы, факсы, радио и Интернет, теперь являются «информационным пространством», тщательно зондируемым «Эшелонном». Все, что передается по сетям телекоммуникаций перехватывается этой сетью.

К сожалению, защититься от этого можно только криптографическими средствами, а это умеет делать не каждый [6].

Итак, подведем итог. Спутник – это универсальное средство добычи, хранения и распространения информации. Любую информацию со спутника можно украсть, как бы он ни был от этого защищен. Также любую информацию можно разведать с помощью спутника и от этого защититься очень сложно.

Библиографические ссылки

1. Кинг-Хили Д. Искусственные спутники и научные исследования. Наука, 1963.
2. URL: <http://ru.wikipedia.org>.
3. URL: <http://www.card-sharing.ru>.
4. URL: <http://www.novosti-kosmonavтики.ru>.
5. URL: <http://www.agentura.ru>.
6. URL: <http://www.agnivek.ru>.

© Свириенко А. В., 2012

УДК 658.8.033.2

К. Е. Архипкин

Научный руководитель – Е.А. Рыбакова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск**ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СКИДOK**

В силу очевидных причин управленческие решения в рамках предприятий играет важнейшую роль. Отсюда проистекает важная задача оптимизации процесса принятия этих решений, которые бы позволили руководителю оперативно и, что не менее важно, эффективно выполнять свои полномочия в самых различных сферах. В рамках данной работы рассмотрен один из инструментов осуществляющих такую «оптимизацию» в сфере планирования скидочной политики.

Одной из наиболее часто актуальных проблем в ценообразовании является проблема рационального использования скидки как инструмента стимулирования роста объемов продаж. Это объясняется тем, что в современной практике большинству действующих организаций при установлении систем скидок приходится опираться на субъективные предположения о выгоды/убыточности последствий принятых решений.

Ошибки в определении скидок могут быть следующими:

- 1) избыточность;
- 2) недостаточность для заинтересования.

При 1-м типе, излишне высокие уровни скидок хоть, возможно, и повысят объемы продаж, но могут оказаться причиной упущенной выгоды. При втором, низкий уровень скидок может вовсе пройти незамеченным, в результате чего, организация может попросту отдать часть своей выручки без какой бы то ни было отдачи в виде возросшего объема продаж.

Данная проблема решается посредством математического аппарата, представленного в статье Н.А. Абрамовой «Система скидок должна быть выгодна и продавцу, и покупателю» опубликованной в журнале «Планово-экономический отдел», № 3 за 2011 год.

Исходя из той связи, которая существует между уровнем цен и объемом реализуемой продукции, важную роль при оценке действенности скидок является уровень продаж способных покрыть сиюминутные убытки с продажи ед. продукции. Для определения такого уровня продаж по предоставляемым товарам/услугам предлагается использовать следующую формулу:

$$\begin{aligned} \text{Необходимый объем продаж товаров} &= \\ \text{по новой цене со скидкой} &= \\ &= \frac{\text{Прибыль} + \text{Ожидаемый прирост прибыли}}{1 - \frac{1}{\left(1 - \frac{\text{Скидка}}{100\%}\right) \times \left(1 + \frac{\text{Наценка}}{100\%}\right)}} \end{aligned}$$

Данная формула позволяет вычислить объем продаж которого необходимо достичь в целях не только сохранения рентабельности, но и получения дополнительных доходов с увеличения оборотов.

Практическая польза заключается в предоставлении организациям возможности регулирования ценовой политики, опираясь на объективный математический аппарат, который наиболее ярко применим при создании индивидуальных систем скидок, действующих между производителем (оптовым поставщиком) и сетями распространения осуществляющими регулярные оптовые закупки.

Также данная формула может быть использована для расчетов общей системы скидок различных розничных мероприятий. Однако при его расчете необходимо было бы проводить дополнительные исследования покупательского спроса, в которых не было нужды при расчете шкалы скидок для постоянных партнеров.

Каждый продавец обязан знать, что, предлагая скидку на 20 % и более, он должен подготовить оправдательные документы для объяснения своих действий: издать соответствующее распоряжение или приказ по предприятию о назначении скидки и причинах ее назначения с приложением необходимых экономических расчетов, или указать причины снижения скидок в договоре с покупателем [1].

Такие действия необходимы для оправдания и объяснения своих действий перед налоговыми органами, так как согласно ст. 40 НК РФ кратковременное снижение или увеличение цены товара более чем на 20 % должно быть проверено налоговыми органами на законность применения в целях защиты рынка от демпинга или дефицита.

Продавцу необходимо уметь правильно рассчитывать экономическую эффективность предоставляемых скидок, чтобы получить максимально возможную прибыль при укреплении доверия и интереса со стороны покупателей. Система скидок должна быть выгодна и продавцу, и покупателю. Только в этом случае возможно укрепление и развитие долгосрочных отношений к взаимному удовольствию.

Библиографическая ссылка

1. Абрамова Н. А. Система скидок должна быть выгодна и продавцу, и покупателю // Планово-экономический отдел. 2011. № 3.

© Архипкин К. Е., 2012

Д. З. Асланова, А. Г. Каширова
Научный руководитель – Е. А. Рыбакова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

Изучению данной сферы деятельности фирмы отводится недостаточное внимание, хотя от эффективности согласования и внедрения системы трансфертного ценообразования будет зависеть и эффективность функционирования всех организаций и внутреннего рынка страны в целом. В данном докладе рассматриваются текущие возможные проблемы внедрения трансфертного ценообразования.

Отсутствием фактической технологической базы. Проблема внедрения трансфертного ценообразования в России тесно связана с отсутствием фактической технологической базы, позволяющей производить быстрый и качественный обмен необходимой в ходе формирования трансфертных цен обмен информацией. Поэтому первыми в нашей стране трансфертную систему стали применять те компании, которые, проведя внедрение современных информационных систем поддержки деятельности, стали использовать модели, заложенные в основу этих комплексов. Наиболее распространены сегодня в нашей стране системы концернов SAP и Baan, а в последнее время активно завоевывают наш рынок продукты компании Navision.

Введение системы трансфертного ценообразования – дорогостоящий процесс. Система трансфертного ценообразования (как и качественная информационная поддержка) действительно необходима, прежде всего, крупным промышленным предприятиям, компаниям, занимающимся массовыми оптовыми поставками и компаниям, работающим в добывающих отраслях. К тому же только крупные компании могут себе позволить связанные с переходом на новый способ управления затраты [1].

Проблема налогообложения. Имеются трудности при определении части прибыли, подлежащей налогообложению. Данная проблема, прежде всего, связана с трудностями определения суммы доходов и расходов компании, которые должны учитываться при налогообложении в соответствии с законодательством.

При продаже товаров на рынке с более низкими ставками налогообложения корпорации устанавливают минимальные трансфертные цены, что приводит к недоплате соответствующих налогов, зачем весьма пристально следят налоговые органы во всем мире.

Трансфертные цены позволяют уводить капиталы из страны, а также прибыли компаний от налогообложения. При продаже товаров зарубежным дочерним компаниям или иностранным зависимым партнерам, компания может установить минимальную (заниженную) отпускную цену и соответственно сократить таможенные платежи при пересечении границы или установить максимальную (завышенную) цену для минимизации налогов, обхода ограничений на возвращение дивидендов или извлечения наибольшего количества денежных средств от зарубежного зависимого партнера. В общем случае фирма заинтересована использовать низкие трансфертные цены в стра-

нах, где налоги ниже, чем на внутреннем рынке, и наоборот. Это наносит серьезный ущерб национальным интересам соответствующих стран и вызывает острую критику со стороны правительственных, и прежде всего налоговых и таможенных, органов. Трансфертный подход к системе ценообразования сокращает налоговую базу в собственной стране и встречает сопротивление со стороны налоговых служб на внутреннем рынке [2].

Неготовность системы управленческого учета и бюджетирования к переходу на трансфертные цены. Переход на трансфертные цены подразумевает увеличение в несколько раз объема операций за счет увеличения «виртуальных» операций, что требует высокой культуры управленческого учета и высокого уровня автоматизации. К сожалению, сейчас лишь отдельные компании могут с уверенностью сказать о высоких стандартах систем управленческого учета. Таким образом, система трансфертных цен является мощным, но достаточно сложным в применении инструментом финансового управления компанией. Внедрение системы позволяет получить ощутимый эффект, но требует очень осторожного применения [3].

Решение конфликтных ситуаций в сфере согласование цен. Решение конфликтных ситуаций в сфере согласование цен – это особая проблема российского трансфертного ценообразования. Аналогичные ситуации возникают и в других добывающих и некоторых производственных отраслях. Многие отрасли вообще избегают возможных проблем. К примеру, российский фармацевтический рынок. Крупные фармацевтические компании, занимающиеся оптовыми поставками лекарственных препаратов, сталкиваются с проблемой согласования трансфертных цен при взаимодействии с таможенными службами (в процессе закупки импортных медикаментов) и транспортными службами (в процессе поставок медикаментов). Для решения этой проблемы компании вынуждены объединять в единый трансфертный процесс отделы закупок и продаж с таможенным и транспортным отделами, объединяя в единое информационное пространство, внутри которого формируются внутренние цены на фармацевтическую продукцию. При вовлечении в эту систему поставщиков и клиентов возникает цельная трансфертная структура, позволяющая реализовать эффективную систему расчетов [4].

В заключении можно сделать вывод, что повсеместная практика трансфертного ценообразования в

России – это пока еще фантастика. Современное состояние трансфертной системы, наносит инвестиционному климату России несравнимый ни с чем, кроме политической нестабильности, урон. Решение же этой проблемы может существенно поднять российский приоритет на мировом рынке

Библиографические ссылки

1. Герасименко В. В. *Ценовая политика фирмы*. М.: Финстантинформ, 2000.

2. *О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с совершенствованием принципов определения цен для целей налогообложения*: федер. закон от 18.07.2011 № 227-ФЗ.

3. Чубаков Г. Н. *Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия*. М.: Инерра-М, 2003.

4. URL: www.iprnoi.ru.

© Асланова Д. З., Каширова А. Г., 2012

УДК 330.541

А. А. Афонин, М. А. Васильев
 Научный руководитель – Н. В. Федорова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ОПЕРАТОРОВ ПЕРСОНАЛЬНОЙ СПУТНИКОВОЙ СВЯЗИ В РФ

В последнее время ценность информации как ресурса непрерывно возрастает. Некоторым компаниям, в том числе российским, приходится поддерживать связь со своими сотрудниками, находящимися на весьма отдаленных территориях. Спутниковые телефоны позволяют решить эту проблему и получать информацию в режиме реального времени из любой точки земного шара.

Российский рынок услуг мобильной спутниковой связи развивается с конца 90-х. В 1997 году в России появляется портативный спутниковый телефон Inmarsat «Мини-М», что сделало мобильную спутниковую связь доступной для российского потребителя. Некоторые частные пользователи могли позволить себе услуги мобильной спутниковой связи, а габариты телефона позволяли переносить его с собой. С помощью этого устройства уже в то время можно было связаться с любой страной мира без роуминга.

При всех своих преимуществах «Мини-М» не был похож на мобильный телефон в нашем современном представлении. Он по-прежнему оставался довольно габаритным. Первой компанией, представившей спутниковый мобильный телефон в новом облике, была Iridium. Однако, из-за постоянных технических проблем и финансовых трудностей компания так и не смогла навязать «Мини-М» серьезную конкуренцию. Постепенное вытеснение «Мини-М» с российского рынка началось в 2000 г. после появления относительно недорогой низкоорбитальной спутниковой сети Globalstar. Позднее появилась еще одна сеть – Thuraya.

На современном этапе развития спутниковая мобильная связь не является широко распространенной услугой. Высокая стоимость абонентских терминалов и услуг операторов в России не способствуют разви-

тию данного рынка. Аналитики также не считают этот сегмент особо перспективным, так как сильнейшую конкуренцию в нем оказывает мобильная связь. Однако, за счет востребованности спутниковых средств в таких сферах деятельности, как морская и речная навигация, и в таких регионах, как крайний север, прослеживается положительная динамика развития рынка. В нашей стране спутниковые мобильные телефоны, предоставляющие возможность связи практически в любой точке земного шара, не получают пока широкого распространения.

Основные клиенты операторов спутниковой связи – крупные корпорации, которым необходимо обеспечить своих сотрудников связью в удаленных районах. Оценить объем этого рынка в России достаточно сложно по причине его непрозрачности. Обусловлена она тем, что поставщики услуг на данном рынке – зарубежные организации, которые неохотно делятся сведениями о своем бизнесе. В таблице представлены данные о поставщиках услуг спутниковой мобильной связи за 2008 год [1].

Inmarsat – международная компания спутниковой связи, основанная в 1979 году, первоначально как межгосударственная организация. Компания управляет группой из одиннадцати геосинхронных телекоммуникационных спутников. Представитель в России – ФГУП «Морсвязьспутник».

Сравнительная характеристика поставщиков услуг спутниковой связи

Характеристика	GlobalStar	Inmarsat	Thuraya	Iridium
Зона общего охвата	80 % земной поверхности	98 % земной поверхности	40 % земной поверхности	100 % земной поверхности
Форма исполнения терминалов	Трубка	Ноутбук	Трубка	Трубка
Стоимость телефонных терминалов, \$	>559	>2500	>1000	>1850
Ст-ть исходящих звонков, долл/мин.	>1.19	>2.8	>0.5	>1.2
Ст-ть входящих звонков, долл/мин.	Бесплатно	Бесплатно	Бесплатно	Бесплатно
GSM-услуги	Есть	Нет	Есть	Есть
Охват территории РФ	95 %	95 %	90 %	100 %

Globalstar – наиболее динамично развивающаяся и перспективная система персональной мобильной спутниковой связи. В плане предоставления услуг телефонии и GSM-аналогичных услуг. В распоряжении Globalstar находится 52 низкоорбитальных спутника, 4 из которых находится в резерве. Данные Телефоны Globalstar одновременно являются и сотовыми, поскольку могут работать в одной из сотовых сетей (GSM, AMPS или CDMA). Тем самым сводится к минимуму основной недостаток спутниковой связи – необходимость наличия «прямой» видимости между телефоном и спутником, без которой устойчивая работа ни одного спутникового телефона невозможна. Представитель в России – ЗАО «ГлобалТел».

Thuraya – первая система доступной мобильной спутниковой связи, обеспечивающая покрытие территории более 110 стран Европы, Центральной Азии, Ближнего Востока, Северной и Центральной Африки. Работа данной сети обеспечивается лишь одним геостационарным спутником. Телефоны также могут работать в режиме обычных сотовых. Представитель в России – ЗАО «ТМ САТ». Компания обладает эксклюзивным правом на распространение на рынке Российской Федерации услуг и оборудования спутниковой связи компании, включая продажу спутниковых телефонов, дополнительного оборудования и аксессуаров для пользователей, и гарантийное обслуживание.

Iridium – международный оператор спутниковой мобильной связи, покрывающий всю территорию Земли. В его распоряжении находится 66 спутников. В России в мае 2009 года Iridium объявил о создании

российского ООО «Иридиум комьюникейшенс», которая является представителем фирмы [2].

Стоит отметить, что значительное число абонентов – работники банковской сферы, которые с помощью спутниковых терминалов часто играют в «найди меня» посредством GPS в аппаратах Thuraya – скидывают координаты смской и ищут друг друга. Другую клиентскую группу составляют охотники, рыбаки и туристы, которые осваивают удаленные территории области, в частности, карельское направление. Основным преимуществом спутниковой связи является то, что затраты на нее не зависят от расстояния. По применимости в труднодоступных районах равных и близких конкурентов нет.

Для того чтобы услуги спутниковых мобильных операторов имели массовый спрос, прежде всего необходимо сделать их доступнее в ценовом компоненте, и лишь после этого обращать внимание на внешний вид и размеры аппарата, присутствие привычных для сотовой связи услуг и возможностей. Второй компонент достижим уже сегодня, однако по ценам аппараты и услуги для большинства горожан просто нерентабельны.

Библиографические ссылки

1. Макаренко Д. В. Обзор российского рынка // *Технологии и средства связи*. 2003. № 5. URL: <http://bre.ru/security/19918.htm>.

2. Васюков Г. Спутниковые телефоны: ненужный хайтек? URL: <http://www.technograd.com/test/306>.

© Афонин А. А., Васильев М. А., 2012

УДК 339.138

М. А. Бажанова

Научный руководитель – Н. В. Федорова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассматриваются и раскрываются методы оценки маркетинговой деятельности. Также определяются наиболее важные вопросы, ответы на которые помогают определить самый эффективный метод.

Оценки успешности маркетинговой деятельности разрабатываются для того, чтобы убедиться, что анализируемое предприятие или компания достигли заданного уровня объема продаж, прибыли и других целей, сформулированных в маркетинговых и стратегических планах. В совокупности эти планы отражают результаты деятельности по планированию, которые указывают, как должны быть распределены ресурсы между рынками, товарами и мероприятиями комплекса маркетинга.

На данном этапе развития маркетинговой деятельности наука пока не выработала единых методических основ полной и всесторонней оценки эффективности маркетинга, доступной для практического использования в реальной повсеместной работе организаций.

Ученые выдвигают различные гипотезы по поводу того какая из маркетинговых политик будет являться

самой эффективной по отношению к предприятию любой направленности или отрасли. Самым часто используемым методом является метод оценки эффективности маркетинговой деятельности как совокупность затрат на маркетинг. При этом методе используются экономико-статистические методы в исследовании зависимости между затратами на маркетинг и финансовым результатом, но в данном случае оценка эффективности затрат производится качественней, чем оценка маркетинговой деятельности. Несмотря на эту погрешность, в настоящее время данная оценка является самой востребованной [2].

Основными функциями управления считаются грамотное планирование и организация данной деятельности, поскольку от качества и объективности планов маркетинга зависит успех всей маркетинговой деятельности. Если смотреть обобщенно, то разработ-

ка системы оценки эффективности маркетинговой деятельности подобна проектированию приборного щитка автомобиля. Она позволяет определить значимую информацию по управлению стратегией компании, в то время как другие менее важные индикаторы можно опустить или предоставить только по требованию. Такое сравнение позволяет показать, что данная система должна включать в себя наиболее важные показатели для оценки степени продвижения компании к цели.

Разработка систем контроля для оценки успешности маркетинговой деятельности на уровне товарно-рыночных позиций и отдельных мероприятий предполагает получение ответов на четыре важных вопроса:

- Кому и какая именно информация нужна?
- Когда и как часто нужна информация?
- Каким образом необходимо предоставлять информацию (способ, формат, уровень, агрегирование).
- Какие непредвиденные обстоятельства следует предусматривать? [1]

Первая и самая главная цель маркетинга – это уровень продаж, которого достигает компания (предприятие) или отдельная позиция «товар/рынок». Из этого и следует самый первый и один из важных вопросов: Кому нужна информация по сбыту? Она нужна руководству высшего уровня, руководителям другой сферы, менеджерам по маркетингу. Из данного вопроса следует анализ маркетинговой среды, а именно: анализ сбыта; анализ сбыта по территориям; анализ сбыта по продуктам; анализ сбыта по размерам заказа; анализ сбыта по покупателям; факторы объема продаж/доли рынка; статистический анализ прибыли и расходов.

Следующий вопрос необходим по той причине, что своевременность является ключевым критерием при разработке системы оценки эффективности маркетинговой деятельности. Менеджеры часто отслеживают информацию об эффективности – не важно, касается он продаж, прибыли или расходов – с определенной периодичностью, поскольку у них нет времени или надобности оценивать эффективность по каждой позиции ежеминутно.

Отвечая на вопрос «как предоставлять информацию?», следует понимать, что обладание нужной и своевременной информацией и ее представление таким образом, чтобы ее можно было легко и быстро использовать – разные вещи.

Последний по списку, но не последний по значимости вопрос о непредвиденных обстоятельствах.

Поскольку все стратегии и программы основаны на предположениях, которые возможны в будущем, они подвержены риску. Поэтому необходимо следовать процессу планирования на случай непредвиденных обстоятельств, которые включают следующие элементы: идентификацию важнейших предположений; определение вероятности того, что предположения окажутся верными; ранжирование важности предположений; мониторинг и контроль плана действий; установку «триггеров» которые будут активизировать план на случай непредвиденных обстоятельств; и подробное изложение альтернативных вариантов ответной реакции [3].

Резюмируя вышеизложенный материал можно сделать следующие выводы:

- Успешное проектирование, как системы стратегического контроля, так и системы оценки успешности маркетинговой деятельности помогает обеспечить достижение запланированных результатов.
- Системы контроля, которые обеспечивают необходимую информацию, - с использованием способов, форматов, уровней агрегирования и в сроки, которые нужны и удобны пользователям, — могут являться важными источниками создания конкурентного преимущества. Мы обсудили четыре ключевых вопроса, которые должны рассмотреть разработчики таких систем.
- Время от времени полезно отвлечься от повседневных результатов и внимательно рассмотреть на маркетинговую эффективность компании в целом с точки зрения более длительного периода времени. Маркетинговый аудит является полезным инструментом для проведения такой оценки.

Библиографические ссылки

1. Жан-Клод Ларреше (Jean-Claude Larreche), профессор маркетинга Европейского института делового администрирования INSEAD. *Оковы стереотипов маркетинга [Электронный ресурс]. URL: http://www.elitarium.ru/2006/03/17/sistema_ocenki_jeffektivnosti_m URL: [arketingovoj_deyatelnosti.html](http://www.elitarium.ru/2006/03/17/sistema_ocenki_jeffektivnosti_m).*
2. Соловьев Б. А. *Маркетинг. М. : Инфра-М, 2009.*
3. *Стратегический план. Управление в маркетинге [Электронный ресурс]. URL: <http://www.strategplann.ru/upravlenie-v-marketinge/metody-otsenki-effektivnosti-marketingovoj-deyatelnosti.htm.l>.*

© Бажанова М. А., 2012

УДК 338.4

М. В. Баранова, А. В. Булова
 Научный руководитель – Н. В. Федорова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПУТНИКОВЫЕ СИСТЕМЫ» ИМЕНИ АКАДЕМИКА М.Ф. РЕШЕТНЕВА»

Проблема конкурентоспособности отечественных предприятий, в условиях глобализации мировой экономики, на сегодняшний день становится одной из ключевых для российского бизнеса.

Можно выделить два варианта выхода из сложившейся ситуации: либо отечественный предприниматель начинает равняться на «правила игры» глобальной экономической системы, либо его опередят коллеги из стран с более высокими показателями конкурентоспособности.

Способность российских компаний и их руководителей на такое кардинальное изменение курса – вот, что будет закладывать основы конкурентоспособности на уровне каждого предприятия. Если вспомнить, то именно такие факторы, как качество менеджмента и инвестиции в развитие человеческого потенциала обусловили многие экономические прорывы, на которые мы сегодня ссылаемся как на классические примеры резкого, скачкообразного повышения конкурентоспособности. И опыт компаний-лидеров «японского экономического чуда», и многие другие истории «внезапного», не обусловленного внешними обстоятельствами, международного успеха отдельных предприятий свидетельствуют об этом.

В настоящее время ОАО «Информационные спутниковые системы» имени академика М. Ф. Решетнева – одно из ведущих предприятий российской космической отрасли. Космические аппараты ОАО «ИСС» составляют 2/3 орбитальной группировки России. ОАО «ИСС» владеет технологиями полного цикла создания космических комплексов от проектирования до управления космическими аппаратами на всех орбитах – от низких круговых до геостационарных. За время своей деятельности предприятие принимало участие в реализации более чем 30 космических программ в областях связи, ретрансляции телевидения, навигации, геодезии и научных исследований. Было спроектировано, изготовлено и запущено порядка 50 различных типов космических аппаратов, отличающихся высокой надежностью и предназначенных для использования на низкой круговой, круговой, высокоэллиптической и геостационарных орбитах. Если посчитать количество космических аппаратов для работы на всех типах орбит, то это свыше 1160 штук, на основе которых было сформировано более 40 многоспутниковых систем, что само собой говорит о масштабности проделанной работы [1].

В наши дни, грамотно поступающие компании все более пристальное внимание уделяют качеству управления ресурсами, снижению издержек ведения бизнеса и повышению эффективности своей деятельности на рынке в стратегическом плане. Качество человеческого капитала фирмы становится главным конкурентным преимуществом, поскольку в современной экономике основой успеха являются инновации, которые предлагаются и реализуются человеком. Мотивация персонала, наличие лидера и дружной целеустремленной команды, организационная культура предприятия, адаптивность к постоянно происходящим изменениям во многом определяют конечный финансовый результат деятельности хозяйственной единицы. Этой позиции придерживается и старается следовать в полной мере ОАО «Информационные спутниковые системы» имени академика М. Ф. Решетнева.

В 2006 году предприятие ОАО «ИСС» приступило к изготовлению двух спутников серии «Экспресс-Ам» в кооперации с фирмой AlcatelAleniaSpace – «Экспресс-АМ33» и «Экспресс-АМ44». Первый спутник был изго-

товлен и выведен на орбиту 28 января 2008 года – спустя 18 месяцев с момента вступления контракта в силу. Этот показатель соответствует современным требованиям мирового рынка и свидетельствует о том, что ОАО «ИСС» сумело в полной мере преодолеть все сложности и барьеры (языковые, технологические, нормативно-технические, юридические), которые существовали между предприятиями, входящими в сложную интернациональную кооперацию. Второй аппарат был запущен в космос 11 февраля 2009 года.

Успешная реализация совместных проектов позволила ОАО «ИСС»: 1. Приобрести авторитет на международном рынке и стать равноправным его участником; 2. Продемонстрировала конкурентоспособность технических решений и технологий, которыми обладает предприятие и российская кооперация; 3. Подтвердила квалификацию и готовность ОАО «ИСС» к реальной интеграции в международную спутниковую кооперацию; 4. Способствовала освоению новых технологий, стандартов, подходов к проектированию, наземной экспериментальной отработке и испытаниям; 5. Способствовала созданию и совершенствованию производственной и испытательной базы; 6. Способствовала росту квалификации работников ОАО «ИСС»; 7. Ускорила его организационное и кадровое обновление [2].

ОАО «ИСС» отвечает за космический сегмент системы и является головным предприятием по разработке и созданию навигационных космических аппаратов. В рамках новой Федеральной космической программы, рассчитанной до 2015 года, ОАО «ИСС» завершает работы по развёртыванию и поддержанию в эксплуатации спутников своей глобальной многоуровневой многофункциональной информационной системы 4-го поколения и приступило к созданию информационной спутниковой системы 5-го поколения.

Многолетний опыт создания космических аппаратов, квалифицированный персонал, высокие технологии, современное производство и надежные деловые партнеры позволяют ОАО «ИСС» занимать позицию российского лидера спутникостроения и успешно действовать в условиях рыночной конкуренции.

Главную задачу последнего десятилетия – сохранение уникального производства, инженерно-технического и управленческого персонала, опыта и традиций – предприятие успешно выполнило и в настоящее время осуществляет реализацию принятых Советом безопасности РФ, президентом РФ и правительством РФ решений, направленных на обеспечение необходимого уровня обороноспособности и стратегической безопасности России на длительную перспективу. Поставленные перед компанией задачи будут несомненно выполнены, а нам лишь стоит пожелать удачи и ждать дальнейших грандиозных побед в этой сфере деятельности.

Библиографические ссылки

1. *Разработка стратегии развития ОАО «Информационные спутниковые системы» имени академика М. Ф. Решетнева* [Электронный ресурс]. URL: <http://knowledge.allbest.ru>.

2. *Международное сотрудничество* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iss-reshetnev.ru>.

© Баранова М. В., Бурова А. В., 2012

УДК 339.45

Е. С. Башурова, В. В. Качурина
 Научный руководитель – Н. В. Федорова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗВИТИЕ НАУКОЕМКИХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРЕДПРИЯТИЯМИ АВИАРАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В начале 2000-х годов Россия столкнулась с необходимостью обновления парка авиатехники, а поскольку мощности российского авиапрома стали очень низки, то авиакомпании-перевозчики обратились в сторону западных производителей (соглашения о сотрудничестве с компаниями Boeing и Airbus). В настоящее время Россия активно занимается решением данной проблемы наряду с США и странами ЕС, в производстве новых высоко технологичных продуктов используются методы разделения труда.

Авиаракетно-космическая промышленность (АРКП) является наукоемкой высокотехнологичной отраслью, требующей больших научно-технических разработок и больших капиталовложений. Все производства АРКП – наукоемкие трудоемкие с высокой долей среди персонала инженерно-технических работников и высококвалифицированных рабочих [1].

В мире существуют только три центра – Россия, США и ЕС, – имеющие научно-исследовательскую и экспериментальную базу, конструкторские бюро и промышленные предприятия, которые обеспечивают разработку и производство авиационной и космической техники в широком спектре потребностей мирового рынка [3].

Если посмотреть на глобальное разделение труда в области высоких технологий, то за последние двадцать пять - тридцать лет такие страны, как Индия и Китай, стали фактически важнейшими игроками. Представим всемирное разделение труда в виде пирамиды. Ее основанием будет сервисное обслуживание, back office, экономичное (по затратам) производство – то, что великолепно делает Китай и Индия. Верхушку пирамиды (маркетинг, продажи, интеграция) корпорации никогда не отдадут «в чужие руки». У России есть совершенно уникальная возможность позиционироваться в середине этой пирамиды. Это работы, связанные с научными исследованиями, с инновациями, инжинирингом, с разработкой новых продуктов [3].

Сотрудничество России с мировыми лидерами авиационной промышленности развивается также и в технологической сфере. Компания Airbus стала первым западным авиапроизводителем, продукция которого стала эксплуатироваться в России в 1992 году. Годом позже в России появились первые самолёты Boeing [2].

Рассмотрим программы сотрудничества России с компаниями Boeing и Airbus.

Крупнейший инженерный и научно-технический центр Боинга за пределами США находится в России. В конструкторском центре компании Боинг в Москве сейчас каждый день трудятся 1 тыс. 200 инженеров. Каждый из них имеет возможность пройти стажировку за рубежом.

Россия выступает одним из основных партнеров «Боинга» по созданию нового лайнера «Боинг-787».

Треть работ по проектированию пилона, носовой секции, крыла лайнера выполнено российскими инженерами. Компания Boeing заключила контракт на сумму более \$3 миллионов с Центральным аэрогидродинамическим институтом на создание экспериментального стенда для проведения статических и динамических испытаний полноразмерных панелей фюзеляжа для нового самолета [2].

Россия как государство – является одним из ключевых собственников Эйрбаса. Нашему государству принадлежит 5 % акций. Разработка новых самолетов у Эйрбаса тоже в значительной степени ведется в России. Московское конструкторское бюро выполнило более 30 широкомасштабных проектов по аэробусам [4].

Производство самолетоконструкций, которые потом отверткой собирают в аэробусы, в значительной степени находится в России. Также Россия будет выпускать огромный спектр композитных деталей для аэробусов. Наша страна проводит еще и огромное число научных разработок – работы по снижению шумов при обтекании самолета воздушными потоками, срыва концевых вихрей [4].

Сами компании прогнозируют в ближайшие 20 лет повышение спроса на свои самолёты, поскольку будет происходить глобальная замена морально и физически устаревших лайнеров на более экономичные модели нового поколения [1].

Библиографические ссылки

1. *Авиаракетно-космическая промышленность [Электронный ресурс]. URL: <http://www.grinchuk.lviv.ua/referat/1/2658.html>.*
2. *Конкуренция Boeing и Airbus [Электронный ресурс]. URL: http://www.memoid.ru/node/Konkurenciya_Boeing_i_Airbus_v_grazhdanskom_aviastroenii.*
3. *Сергей Кравченко: В РОССИИ [Электронный ресурс]. URL: http://www.strf.ru/organization.aspx?CatalogId=221&d_no=10390.*
4. *Эйрбас, Боинг, Россия [Электронный ресурс]. URL: <http://oko-planet.su/science/sciencenews/97152-eyrbas-boing-rossiya-cto-zhe-tut-obschego-.html>.*

© Башурова Е. С., Качурина В. В., 2012

УДК 339.133

В. Г. Бревнов, А. Н. Ашлапов
Научный руководитель – Е. А. Рыбакова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПСИХОЛОГИЯ ДЕНЕГ В РОССИИ

С того момента, как человек изобрел деньги, как всеобщий эквивалент, они играют особую роль в жизни и общества и каждого индивида в отдельности. На протяжении столетий деньги были причиной войн, преступлений и иных негативных поступков человека. На протяжении достаточно долгого периода времени отношение к деньгам колебалось от одного полюса к другому. Так, например, в капиталистическом обществе отношение к деньгам весьма благосклонно, но в тоже время богатство порицалось как, например, при социалистической модели построения общества. Что касается нашей страны то, психология восприятия денег сформировалась достаточно недавно после перехода к рыночной модели экономических отношений.

Психология восприятия денег переживала множество значений в сознании людей в нашей стране. В Советском союзе на первый план выходили совсем иные ценности, нежели деньги, а именно отношения связанные с так называемым дефицитом и статусом человека в обществе, принадлежности например, к партийному руководству. С момента рождения и до пожилого возраста люди жили в мире неподвижных, неживых денег: годами практически не менялись цены на товары и зарплата. Советские граждане были лишены опыта богатой жизни, а большинство не имели опыта и просто материально обеспеченной жизни, поскольку существовал устойчивый дефицит некоторых категорий товаров. Но всё изменилось с крахом Советского государства, идеологии и системы морально-нравственных ценностей. Деньги стали мерилем статуса человека, его положения в обществе, успешности [1].

Изучение психологии денег в нашей стране только начинается. Для исследований в этой области сейчас открывается обширное поле, поскольку переход России к рыночной экономике можно считать состоявшимся. В жизни каждого жителя постсоветского пространства деньги заняли гораздо более важное место, чем во времена социализма, и играют большую роль, чем для жителей экономически развитых западных стран. Российское общество стало более свободным, но при этом перестали быть гарантированы такие блага, как доход, занятость, многие ранее бесплатные социальные блага.

Отношение к деньгам, потребление и другие виды экономических установок и поведения – важная часть психологии современного человека, без которой невозможно понимание, как отдельных человеческих поступков, так и жизненного мира личности в целом. Явления и процессы, связанные с формированием в России потребительского общества, многообразны. Вместе с социально-экономическими установками, а иногда и опережая их, меняются и поведенческие привычки россиян, связанные с ритмом труда и досуга, характером потребления, распределением семейного бюджета и экономических ролей в семье. Советская идеология бытовой скромности и самоотверженного труда на «общие блага» сменяется этикой потребительского общества, с его ценностями профессионализма, высоких заработков и не менее высокого уровня потребления [2].

В процессе изучения проблемы психологии денег в России по результатам исследования были отобраны люди с разным уровнем достатка, разделённые на соответствующие три группы. Группы со средним уровнем дохода, с уровнем дохода ниже среднего и выше среднего являлись достаточными для сравнения по интересующим нас параметрам отношения к деньгам. Для более точной характеристики материального положения испытуемых и подтверждения корректности их распределения в группы мы сравнили их по такой характеристике, как материальные возможности, задав ряд вопросов. Как мы увидели, материальные возможности испытуемых с уровнем дохода ниже среднего целесообразно охарактеризовать следующим образом: «Хватает на продукты питания, но не на одежду». В группе испытуемых со средним уровнем дохода наиболее часто встречающейся ситуацией является ситуация, когда «Хватает на продукты питания и одежду, но не на дорогие вещи». И наконец, группа испытуемых с высоким уровнем дохода чаще всего на вопрос отвечают следующим образом «Могу позволить себе все, что захочу». На данном примере в полной мере раскрывается сущность расслоения российского общества на богатых и бедных.

В рамках данного исследования для установления субъективного отношения наших сограждан к деньгам, было предложено ответить на следующий вопрос «Что для вас деньги?». В рамках исследования интервьюерам пришлось преодолеть некоторые трудности, в процессе опроса большинство людей терялись или поначалу отказывались отвечать на данный вопрос. По итогам опроса были сделаны следующие выводы: для категории людей с уровнем дохода ниже среднего деньги - это прежде всего «средство существования», ту же картину мы наблюдаем и в ситуации с людьми со средним уровнем дохода, в то же время для людей с уровнем дохода выше среднего деньги представляют собой эквивалент достойной жизни [3].

Таким образом, на основе исследования проблемы психологии денег в России были сделаны следующие выводы. Исследование психологии денег важно по двум причинам. Первая причина состоит в том, что деньги – одна из важнейших ценностей для человека, живущего в условиях современной экономики. Таким образом, следует изучать их влияние на все сферы человеческой деятельности. Вторая причина состоит в

том, что проблеме изучения психологии денег уделяется очень мало внимания как в современной России так и во всём мире. Проведенное в данном докладе исследование показало, что для большей части населения деньги есть средство для существования, и лишь немногие считают деньги эквивалентом достойной жизни. Источником формирования психологии денег служит семья, личный опыт, опыт других людей, социально-общественный порядок и множество других факторов.

Библиографические ссылки

1. Зарубина Н. Н. Деньги в социальной коммуникации// Социологические исследования. 2006. № 6. С. 3–12.
2. Семенов М. Ю. Деньги и люди: Психология денег в России : монография. Киев : Простобук, 2011.
3. Дейнека О. С. Экономическая психология (статус, развитие, образовательные перспективы). Национальный психологический журнал. 2006. № 1.

© Бревнов В. Г., Ашлапов А. Н., 2012

УДК 332.012.23

М. А. Васильев

Научный руководитель – К. Ю. Лобков

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЧАСТНЫЙ СЕКТОР КАК ИСТОЧНИК РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Для сохранения лидирующих позиций в области освоения космоса России необходимо разрабатывать и внедрять в производство новые технологии в сотрудничестве с частными компаниями.

Используемые сегодня ракетные системы – наша гордость – ракеты-носители «Союз» и «Протон» – разработки 50–60-х годов. Сегодня мы уже сталкиваемся с ограничениями по выводимой массе (массе выводимого на орбиты полезного груза) и с проблемами себестоимости использования этих носителей (так как пакетный принцип комплектации ступеней подразумевает большое число двигателей, составляющих основную стоимость носителя). Если мы хотим удержаться в лидерах, необходимо как можно быстрее разработать и принять программу развития российской космонавтики, основанную не на принципах эксплуатации старых заделов, а на реализации новых инновационных проектов.

Однако пока уровень инновационности российской науки и экономики оставляет желать лучшего. Основной проблемой в реализации любой деятельности является привлечение ресурсов (финансовых, технологических, человеческих). При реализации инновационных проектов решение этой задачи становится еще более сложным, учитывая, что любые инновации (как правило) являются трудозатратными, обладают высокими рисками и сложностью оценки экономических результатов, полученных в ходе их воплощения в жизнь.

Объем инвестиций, требуемых для развития космической отрасли, составляет сотни миллиардов USD, если брать пример с США и NASA. Но таких сумм у государства просто нет, тем более что при финансировании ограниченного количества проектов, риск велик. Конечно, необходимо поддерживать инновации, но на начальных стадиях развития. Ключом к успеху должно стать сотрудничество с частными инвесторами [2].

Такое сотрудничество может проходить в самых разных формах, например в форме стратегического альянса, кооперационных исследований, коопера-

ционного производства или кооперационного маркетинга.

При организации финансирования следует учитывать, что фундаментальные исследования не имеют прямого отношения к продукции, а прикладные нацелены на будущее применение полученных результатов, а в ходе разработок главный интерес представляет конкретный рыночный результат. При этом фундаментальные исследования частные компании, как правило, не осуществляют, но способны самостоятельно проводить прикладные исследования, или же воплощать в жизнь уже существующие наработки.

Для успешного осуществления инновационной деятельности любая компания должна создать стимулирующие внутренние и внешние рамочные условия. К внутренним рамочным условиям, в том числе относятся и финансирование инновационного процесса. При осуществлении инновационных процессов следует использовать принцип двойного управления: необходимо «выделение в рамках предприятия двух видов деятельности: основной, определяемой целями создания предприятия и его местом на рынке, и инновационной, результаты которой могут иметь самостоятельную коммерческую ценность, не всегда связанную с целями предприятия. Сфера основной деятельности осуществляет выделение ресурсов для создания новшеств; большая часть ресурсов направляется на финансирование проектов, непосредственно связанных со стратегией предприятия, определенная сумма передается в управление руководителю сферы инновационной деятельности для финансирования перспективных индивидуальных исследований или их разработчиков. В мире достаточно примеров такого сотрудничества, можно ничего не изобретать [1].

Наиболее ярким примером является сотрудничество Virgin Group с Национальным управлением по воздухоплаванию и исследованию космического про-

странства (NASA) и создание компании Virgin Galactic, планирующей организовывать туристические суборбитальные космические полёты (начиная с 2012 года) и запуски небольших искусственных спутников. В будущем компания планирует предложить своим клиентам и орбитальные полёты. С 2007 года результатом совместной работы стало создание 5 концептуально новых суборбитальных космических аппаратов и самолетов-разгонщиков (Virgin Atlantic Global Flyer, WhiteKnightOne, WhiteKnightTwo Virgin MotherShip Eve, SpaceShipOne, SpaceShipTwo) и строительство первого в мире частного космопорта. Данный проект помог воплотить в жизнь некоторые теоретические разработки NASA с наименьшей долей государственного финансирования [3].

На данный момент, Россия является единственной страной, предоставляющей коммерческие услуги по космическому туризму. Стоимость одного билета сейчас составляет \$40 млн, и, на данный момент, миру известны всего восемь туристов. Однако Virgin Galactic уже получила заявки от 450 человек, из которых 150 внесли депозит в размере \$200 тыс. (такова стоимость одного билета). Эти данные свидетельствуют о том, что космический туризм только набирает популярность.

Наиболее оптимальным путем развития являлось бы подписание Роскосмосом меморандума с одним из азиатских авиаперевозчиков (к примеру, Air Asia) о намерениях по подбору инвесторов и космонавтов-непрофессионалов для реализации проекта космического туризма. Авиаперевозчик получает эксклюзивные права по маркетингу, Роскосмос – право на техническое исполнение данного проекта [4].

Гарантией соблюдения интересов инвестора будет являться залог в виде интеллектуальной собственности и реальная возможность выйти из бизнеса путем продажи акций инновационного предприятия.

Библиографические ссылки

1. *Virgin Galactic* : Википедия. URL: ru.wikipedia.org/wiki/Virgin_Galactic.
2. *Virgin Galactic* : офиц. сайт. URL: www.virgingalactic.com.
3. *Космический туризм* : Википедия. URL: ru.wikipedia.org/wiki/Космический_туризм.
4. *Федеральное космическое агентство* : Роскосмос. URL: www.federalspace.ru.

© Васильев М. А., 2012

УДК 339.133.024

А. С. Галишникова

Научный руководитель – В. А. Богомолов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ РЕЧНОГО ТРАНСПОРТА (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ЕНИСЕЙСКОЕ РЕЧНОЕ ПАРОХОДСТВО»)

Рассматривается возможность и необходимость поиска новых идей развития организации, описываются основные проблемы предприятия речного транспорта, даются рекомендации по выбору стратегии развития и улучшению комплекса маркетинга.

Речной транспорт исторически способствовал развитию экономики края, используя для этих целей естественные водные пути Енисейского бассейна. На сегодняшний день общая протяженность судоходных путей превышает 6,0 тыс. км. В Енисейском бассейне действуют более 30 судоходных компаний, осуществляющих перевозки грузов речным флотом, и «львиную» долю на этом рынке (около 70 %) занимает «Енисейское речное пароходство».

Если рассматривать в целом внутренний водный транспорт России с точки зрения определения его места в экономике и в обществе, его социальную значимость, можно констатировать его соответствие практически всем аспектам требований, предъявляемым к современному транспорту. Это транспортная и экологическая безопасность, надежность. Обладая такими преимуществами перед другими видами транспорта, как низкая себестоимость перевозок, наличие созданных природой путей, экологическая чистота, высокая производительность труда, внутренний водный транспорт, тем не менее, проигрывает в конкурентной борьбе автомобильному и железнодорожному из-за сезонного характера, ограниченности ис-

пользования, обусловленной конфигурацией речной сети и низкой скоростью движения. К тому же работа предприятий речного транспорта усложняется государственным регулированием нескольких аспектов своей деятельности. Во-первых, тарифы на перевозку грузов многих судоходных компаний полностью регулируются органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации. Во-вторых, существуют ограничения и в предоставлении скидок грузоотправителям, так как согласно статье 40 Налогового Кодекса Российской Федерации цены товаров, работ или услуг, примененные сторонами сделки, могут варьироваться лишь в пределах 20 процентов от рыночной цены услуг [1].

С этими проблемами в своей работе сталкивается и крупнейшее предприятие судоходного транспорта Красноярского края – ОАО «Енисейское речное пароходство». Тарифы на перевозку грузов регулируются администрацией Красноярского края. Но ведение гибкой тарифной политики необходимо ОАО «Енисейское речное пароходство», так как на транспортном рынке услуг по перевозкам грузов речным флотом в Енисейском бассейне действует более 30 судо-

ходных компаний-конкурентов. К тому же в связи с обозначенными выше проблемами, мелкие же грузоотправители неохотно прибегают к услугам пароходства, так как не получают льгот на перевозку грузов, и основными грузоотправителями, сотрудничающими с пароходством, являются крупные предприятия, такие как ОАО «ГМК «Норильский никель», ЗАО «Ванкорнефть», ООО «Азия-Сибирь», ОАО «Красноярскнефтепродукт» и другие. Таким образом, становится важным определить, стоит ли вообще работать с мелкими грузоотправителями, какие грузопотоки следует развивать. Данная неопределенность, внешнее влияние государства и угрозы со стороны конкурентов указывают на необходимость разработки стратегии развития предприятия. К тому же в 2005 году Министерством транспорта Российской Федерации была разработана транспортная стратегия РФ на период до 2020 года, одной из задач которой является развитие внутреннего водного транспорта и реформирование системы управления внутренними водными путями. В данном документе говорится, что основной целью реформирования системы управления внутренних водных путей является создание структуры их управления. Так же в области судоходной политики планируется внесение изменений в основополагающие документы, регулирующие деятельность морского и внутреннего водного транспорта Российской Федерации, – Кодекс торгового мореплавания и Кодекс внутреннего водного транспорта РФ.

То есть, очевидно, что проблема развития речного транспорта как никогда сейчас актуальна. Во-первых, использование речного транспорта повысит производительность труда, так как грузоподъемность речного транспорта значительно выше, чем у других видов транспорта. А, во-вторых, речной транспорт гораздо экономичнее в использовании, как для грузоотправителей, так и для государства, так как не требует строительства путей, как железнодорожный и автотранспорт.

Было выявлено, что предприятие должно придерживаться в своей дальнейшей работе стратегии совершенствования деятельности, в связи с чем были предложены рекомендации, касающиеся конкурентов предприятия, существующих сегментов потребителей, а так же имеющегося ассортимента услуг [2]. Для осуществления данной стратегии рекомендованы маркетинговые мероприятия, касающиеся элементов комплекса маркетинга: продукта, цены, персонала и распределения. А конкретнее было предложено:

1. Постоянно отслеживать спрос на перевозку строительных материалов, и в случае его снижения повышать продажи с помощью ценовой политики, поскольку данный груз является «продуктом-лидером» и ОАО «ЕРП» рискует получить провал в продажах в случае снижения спроса на него.

2. Снижение тарифов для постоянных потребителей.

3. Закрепить за каждым крупным клиентом конкретного менеджера, который будет ответственен за работу с клиентом, его информационную осведомленность об услугах пароходства, а так же обеспечивать запланированный объем продаж. Также это поможет оперативнее выявлять и удовлетворять потребности конкретных потребителей.

4. Провести мероприятия по продвижению услуг, а именно использовать прямые почтовые рассылки для потенциальных потребителей, для тех, кто когда-либо обращался за информацией в пароходство. Обозначать, что предприятие предоставляет ряд дополнительных услуг таких, как услуги по накоплению и хранению грузов, перевалке, погрузке и разгрузке, упаковке и маркировке товаров и грузов, услуги аренды складов в Красноярске, аренде флота и прочее. Эти мероприятия позволят увеличить объемы заказов от существующих клиентов, сократят сроки оформления контрактов, улучшат организационное взаимодействие клиент-менеджеров.

Выработка и реализация фирменной стратегии, которая могла бы лучше соответствовать быстро меняющимся внешним условиям, стала исключительно важной частью деятельности руководства большинства компаний, так как реализация процесса стратегического планирования позволяет руководству компании четко увидеть и продумать перспективу жизнедеятельности предприятия, определить его стратегические преимущества перед другими компаниями заранее.

Библиографические ссылки:

1. ОАО «ЕРП» [Электронный ресурс] // Сайт Енисейского пароходства. Соп. 2006. URL: <http://www.e-river.ru/>.

2. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. СПб.: Питер, 2007. 800 с.

3. Ансофф И. Стратегическое управление / пер. с англ. М.: Экономика, 2005. 306 с.

© Галишникова А. С., 2012

УДК 339.18:629.78

М. Г. Голубкина

Научный руководитель – Л. А. Семенова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЧАСТНЫЕ КОСМИЧЕСКИЕ АППАРАТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Представлен обзор частных космических аппаратов и направления развития частного бизнеса в освоении космического пространства.

Частный бизнес в освоение космического пространства начал активно включаться еще в конце XX века. На сегодняшний день коммерческие фирмы являются основными инвесторами в целом ряде сегментов космического рынка, в первую очередь, спутниковой связи. Фактически начался процесс ликвидации монополии государств на ведение космической деятельности. Наиболее важные направления: спутниковая связь и навигация, Интернет, производство космических аппаратов и ракет-носителей (РН) и др.

Американский президент 11.09.2009 подписал Закон о деятельности НАСА, внёсший принципиальные изменения в работу агентства, который требовал, чтобы на протяжении ближайших трех лет на развитие частных программ подготовки космических экипажей было потрачено 1,3 млрд долларов. Эти средства положили начало разработке и созданию ракет и капсул для доставки астронавтов на Международную космическую станцию (МКС) частными компаниями.

После окончания полетов шаттлов (последний полет космического челнока состоялся 21 июля 2011 года), американских астронавтов и необходимые им грузы доставляют на орбиту российские корабли «Союз». Контракт НАСА и Роскосмоса на доставку астронавтов на МКС стоимостью \$753 млн подписан до 2016 года. Кроме того, в связи с закрытием программы «Спейс Шаттл», Россия стала монополистом на рынке космических перевозок и увеличила в апреле 2010 года расценки на доставку американских астронавтов почти в два раза [1]. Поэтому НАСА предпринимает усилия для того, чтобы передать все работы по транспортировке грузов и астронавтов на МКС и обратно нескольким частным компаниям, а самой сфокусироваться на полетах к астероидам в глубоком космосе и к Марсу.

В проекте бюджета НАСА 2012 года предполагается потратить на помощь частным компаниям, разрабатывающим собственные космические корабли \$850 млн, что на \$238 млн больше, чем в бюджете 2011 г.

Самым успешным проектом считается разработка компании SpaceX, ставшей первой в мире частной компанией, которой удалось самостоятельно запустить в космос космический аппарат, а также одной из двух компаний, с которыми НАСА заключило контракт на поставку грузов для МКС (второй стала компания О-Эс-Си (OSC – Orbital Sciences Corporation). На 20 июля 2011 года расходы НАСА на проект «Дракон» этой компании составляют 75 млн. долларов, а всего с 2006 года SpaceX получила от НАСА около 360 миллионов долларов [2]. SpaceX уже получила лицензию на осуществление космического полёта КК «Дракон». Федеральное управление гражданской авиации США выдало компании первую коммерческую лицензию на запуск и посадку многоразовых космических кораблей. Согласно этому документу, SpaceX может в течение года осуществить более 200 запусков, если позволят технические возможности. Первый коммерческий грузовой корабль прибывает на МКС в начале мая. Старт корабля «Дракон» состоится 30 апреля 2012 г. на космодроме мыса Канаверал.

На рынке коммерческих услуг, таких, как космический туризм, в настоящее время один из самых про-

двинутых проектов – у компании Virgin Galactic. Построенный на частные деньги пилотируемый аппарат впервые в истории преодолел 100-километровую границу атмосферы 21.06.2004 г. По заказу Virgin Galactic за \$200 млн должно быть построено пять восьмиместных (два пилота и шесть пассажиров) кораблей и два новых самолета-носителя White Knight 2. При цене билета около \$200 тыс. проект может окупиться уже после 50 стартов каждого корабля. Во время полета клиенты четыре минуты пробудут в невесомости. 500 человек уже забронировали билеты [3], и ещё около 100 тыс. человек из 125 стран мира оставили заявки на полёт на сайте компании. Орбитальными полетами планы частных компаний уже не ограничиваются. Так, к 2020 г. Спэйс Эдвенчерз уже запланировала частную экспедицию на Луну. Стоимость участия в мероприятии составит около \$100 млн.

Обеспечение безопасности суборбитального полета зависит от инфраструктуры космопорта: длинная взлетно-посадочная полоса, свободное воздушное пространство и стабильные погодные условия. Этим условиям в США отвечает штат Нью-Мексико, где в 2010 г. построен «Космопорт Америка» (Spaceport America), откуда должны стартовать суборбитальные ракетопланы. Планируемая пропускная способность космопорта – четыре полета в день. «Космопорт Америка» получил 18.12.2008 г. лицензию Федеральной авиационной администрации США на отправку и прием частных суборбитальных КК с горизонтальным или вертикальным взлетом и посадкой. Производство ракетопланов и самолетов-носителей для них будет осуществляться на заводе в пустыне Мохаве.

Другое перспективное направление космического туризма – отели, расположенные прямо в открытом космосе на орбите. Например, отель внутри первой частной космической станции под названием Commercial Space Station, открытие которой запланировано на 2016 г. Доставка на орбиту туристов планируется на РН «Союз». Стоимость проживания за 5 дней составит \$160 тыс., доставка ракетой до орбиты – ещё \$820 тыс.

По оценкам экспертов, к 2020 г. космический туризм будет охватывать 15-20 тыс. человек ежегодно. Эта отрасль развивается не только в США: компания EADS Astrium, дочернее предприятие европейской оборонной корпорации EADS, объявила о создании собственного летательного аппарата для космического туризма. По расчетам авторов проекта путешествие обойдется туристу в 150–200 тыс. евро.

Основным достоинством частных компаний является их гибкость в ведении бизнеса, немаловажно и то, что совокупные затраты на создание какого-то отдельного образца техники у частных компаний, имеющих обычно сравнительно небольшое количество сотрудников (до 1500 человек), будут гораздо меньше, чем у огромного авиакосмического концерна типа Lockheed Martin или Boeing, где трудятся десятки тысяч человек по всем Соединенным Штатам и даже по всему миру. В настоящее время космос становится выгодным. США установили для своих предпринимателей режим благоприятствования, что в ближайшей перспективе позволит им занять лидирующее положение на рынке част-

ных космических услуг. В скором будущем коммерческие пилотируемые полеты на низкую орбиту станут привычным и приносящим прибыль делом, и услугами подрядчиков смогут воспользоваться как государственные, так и частные пользователи.

Библиографические ссылки

1. США заплатят России за доставку астронавтов на МКС двойную цену. [Электронный ресурс].

04.07.2010. URL: <http://lenta.ru/news/> (дата обращения: 04.04.2012).

2. К МКС полетел европейский грузовик. [Электронный ресурс]. 23.03.2012. URL: <http://www.vokrugsveta.ru/> (дата обращения: 04.04.2012).

3. Our 500th astronauts. [Электронный ресурс]. 22.03.2012. URL: <http://www.virgingalactic.com/news/> (дата обращения) 04.04.2012.

© Голубкина М. Г., 2012

УДК 338.534

К. А. Гончарова, О. В. Грудина,
Научный руководитель – Е. А. Рыбакова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

СКИДКИ ЗА ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ ПРОДАЖ КАК ИНСТРУМЕНТ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ФИРМЫ

В большинстве российских фирм имеется стандартный набор скидок, которые по мере необходимости и в зависимости от тех или иных факторов предоставляются различным клиентам. Наиболее продвинутые фирмы давно формируют и развивают политику скидок как важную составную часть ценовой политики.

Все мы изо дня в день можем наблюдать конкурентную борьбу товаропроизводителей в различных сегментах рынка. Одним из инструментов такой борьбы является политика скидок, которые предоставляются покупателям за особые условия продаж.

В скидках, как в мощном инструменте ценового регулирования, есть своего рода провоцирующее начало. Заключается оно в том, что внешне – это наиболее лёгкий в применении инструмент, причём он сразу выводит на интересы покупателя и продавца. А особенная привлекательность в том, что внешне, кажется, не требуется особого искусства и умения его использовать. На самом же деле разработка политики скидок достаточно сложный механизм, ведь фирме нужно рассчитать всё и взвесить так, чтобы в итоге не просто не понести убытки, но и получить конкретную прибыль [2].

Целью доклада, как раз, и является рассмотрение этого непростого механизма разработки и применения политики скидок.

Среди задач доклада можно выделить рассмотрение основных правил формирования и использования политики скидок, ознакомление с самой системой скидок, состоящей из наиболее широко распространённых видов скидок.

Среди методов изучения политики скидок можно выделить метод классификации, а также метод сравнения.

Прежде всего, необходимо понимать, что ценовая политика и политика скидок – это некое единое целое, при создании которого нужно учитывать не только интересы клиентов, которым предоставляется скидка, но и влияние этого шага на всю структуру взаимоотношений на рынке.

Центральным инструментом ценовой политики любой фирмы является ценовая дискриминация, то есть практика продажи идентичных товаров разным покупателям по неодинаковым ценам [1]. Параметры

ценовой дискриминации обычно задаются руководством фирмы. Они определяют: круг покупателей, имеющих право на дополнительные скидки; размер и вид скидки; а также условия, при выполнении которых предоставляются скидки (способ платежа, размер партии, срок закупки) [5].

Необходимым условием действенности и эффективности политики скидок является её закрепление в соответствующем документе, который формируется при каждом очередном плановом цикле фирмы.

При формировании системы скидок границы задаются двумя параметрами: минимально необходимый для фирмы уровень рентабельности оборота, а также цены конкурентов и готовность покупателей принять некий верхний предел цены на товар.

Система скидок является признанием того, что ценообразование в каждой конкретной ситуации зависит от различных факторов. Следовательно, эта система должна быть гибкой, и цена далеко не всегда совпадает с прейскурантной.

Скидки помогают справиться с нестабильной обстановкой на рынке и удовлетворить индивидуальные потребности покупателей. Кроме того, скидки значительно упрощают и существенно сокращают процесс продаж.

В мировой практике ценообразования существует около 20 видов скидок [3], которые предоставляются покупателям. Рассмотрим наиболее распространённые из них [6]:

1. **Скидка за количество** (бонусная) – наиболее распространённый вид скидок в современном бизнесе; обычно указывается конкретный % скидки за приобретение определённого количества (объёма) товаров.

2. **Зачётная скидка** (накопительная) – предоставляется обычно при долговременных отношениях партнёров, в рамках которых уровень скидки наращи-

ваются по мере того, как покупателю засчитываются каждые очередные партии приобретаемого товара.

3. **Ассортиментная скидка** – служит для стимулирования продаж определённого ассортимента товаров, реализация которых по разным причинам важна для фирмы. Опасность заключается в том, что часто она используется как «подпорка» для недостаточно эффективной товарной политики фирмы. Вместо того чтобы динамично менять и обновлять ассортимент, фирма пытается заставить покупателей приобретать, например, устаревшие, не пользующиеся спросом товары. Такая политика губительна для положения фирмы на рынке, и поэтому к *ассортиментным скидкам* нужно относиться крайне осторожно.

Совершенно иное дело – использование этих скидок на ранних этапах жизненного цикла товара, когда следует заинтересовать партнёров в приобретении первых партий и в обеспечении более широкого представления товара на рынке. Но и в данном случае необходимо контроль периода её действия, так как на самом деле с её помощью можно продлевать (в ущерб финансовому положению фирмы) жизнь товара, который на самом деле не принимается рынком.

4. **Скидка за условия платежа** – служит для стимулирования продаж «на месте», т. е. без предоставления рассрочки и отсрочки платежа

5. **Скидка за сезонность** – используется для регулирования продаж товаров либо услуг, реализация которых значительным образом подвержена влиянию сезонности, т. е. коэффициент сезонности достаточно высок. С примером использования такого рода скидок можно столкнуться в туристическом бизнесе, когда в «не сезон» (в различных странах – по-разному) скидка

на тур может достигать до 50 % от стоимости того же тура, но во время туристического сезона.

И в заключение необходимо отметить, что любая разработанная система скидок имеет ценность лишь в том случае, если она является повседневным оружием сбытовика, которым он в установленных стратегических рамках действует совершенно свободно и по собственному усмотрению. И поэтому он не должен в каждом конкретном случае просить своего непосредственного руководителя одобрить ту или иную скидку [4].

Ну а чтобы установленные стратегические рамки соблюдались, план по скидкам должен быть связан с системой оплаты и стимулирования труда сбытовика. Кроме того, нужно учитывать и некоторые граничные условия, которые определены на основе адекватных финансовых расчётов.

Библиографические ссылки

1. Википедия – свободная энциклопедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/>
2. Бухгалтер.by – Информационно-поисковый портал. URL: <http://www.buhgalter.by/>
3. Справочник потребителя. URL: <http://www.costinfo.ru/>
4. Московский институт экономики, менеджмента и права. URL: <http://www.e-college.ru/>
5. InvenTech – Центр креативных технологий. URL: <http://www.inventech.ru/>
6. Бизнес портал «О Бизнесе». URL: <http://www.obiznese.com/>

© Гончарова К. А., Грудина О. В., 2012

УДК 339.3

А. А. Горбачёв

Научный руководитель – Е. А. Рыбакова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

МЕТОДЫ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

Рассматриваются методы сбытовой политики государства, а также их особенности.

Система сбыта товаров – ключевое звено маркетинга и своего рода финишный комплекс во всей деятельности фирмы по созданию, производству и доведению товара до потребителя. Собственно, именно здесь потребитель либо признаёт, либо не признаёт все усилия фирмы полезными и нужными для себя и, соответственно, покупает или не покупает ее продукцию и услуги.

Существует несколько причин, определяющих роль сбытовых систем в экономике. Одна из них – это необходимость. Конечно, когда речь идет о продаже уникальной специализированной производственной линии, то продавец и покупатель прекрасно обходятся без специальной сбытовой системы. Но мир живет в эпоху массовых товаров, и покупать их у ворот завода либо фирмы сегодня не совсем удобно. Вторая из причин – это борьба за деньги потребителя. Жизнь в

условиях изобилия привела сотни миллионов потребителей во всем мире к убеждению, что удобство приобретения товара – неотъемлемая принадлежность нормального образа жизни. А это означает, что потребитель требует хорошего ознакомления с товарным набором; минимума времени на приобретение товара; максимума удобств до, во время и после покупки.

Все эти требования можно выполнить, всемерно развивая сбытовую сеть, приближая ее конечные точки к потребителю, создавая максимум удобств для него в этих точках. И если фирма сумела это сделать, она (при прочих равных условиях) привлекла к себе покупателя и добилась преимуществ в рыночной борьбе.

1. Следующая причина – это рационализация производственных процессов. Об этой роли сбытовой

сети писали еще экономисты прошлого столетия. Конкретно речь идет о том, что есть ряд финишных операций производства, которые связаны в большей мере не с изготовлением, а с подготовкой товара к продаже (сортировка, фасовка, упаковка). Все эти операции целесообразно осуществлять уже на этапе «завод – потребитель», то есть перед транспортировкой, на складах, в магазинах, в предпродажном процессе; и от своевременности, качества и рациональности их выполнения существенно зависит сбыт как таковой. Соответственно, система маркетинга в известной степени втягивает в себя некоторую (иногда довольно значительную) «технологическую составляющую». Сказанное выше оправдывает это: чем ближе и теснее соприкасается товар с покупателем, тем больший смысл возложить на службу маркетинга его доработку и подготовку к продаже (Сервер органов государственной власти России. URL: <http://www.gov.ru>).

Четвертая причина – это проблемы эффективности рыночного поведения и развития фирмы. Самое важное в познании и удовлетворении потребностей потребителей – это изучать их мнение о товарах фирмы, конкурирующих товарах, проблемах и перспективах жизни и работы потребителей. Кто и где может делать это наиболее эффективно? Ответ мировой практики однозначен: прежде всего, это можно делать там, где фирма непосредственно соприкасается с потребителем, то есть в системе сбыта. И делать это должен персонал, занятый в этой системе. В качестве одного из важнейших условий продвижения своих сотрудников по административной лестнице многие фирмы называют их работу в системе сбыта, причем непосредственно в сфере продажи товаров покупателю. Приведенных причин вполне достаточно, чтобы понять, как важна в маркетинге подсистема сбыта и почему в условиях избыточных рынков на нее расходуются огромные средства.

В России система сбыта находится на переходной стадии развития, что в большой степени осложняет сбыт на рынке нашей страны. Обычно он характеризуется следующими чертами:

- слабое управление каналом сбыта;
- неполное выполнение обязательств в рамках канала;
- решения принимаются по каждой сделке в отдельности в результате переговоров;
- частое нарушение «контрактных» обязательств.

Анализ жизненного цикла продукта позволяет, с одной стороны, определить, можно ли и в какое время удобное провести усовершенствование продукта, а с другой – подготовиться к проектированию замены

устаревших товаров. Практика показывает: даже если предприятие создало товар, удовлетворяющий спрос, из этого еще не следует, что успех налицо. На рынке существуют конкуренты. И побеждает тот, кто создает для сбыта своих товаров благоприятные условия. Товарная политика должна быть направлена, с одной стороны, на всемерный учет желаний потребителя в отношении свойств предлагаемого товара, а с другой – на усиление его конкурентоспособности. Она включает в себя несколько направлений:

- индивидуализацию, отличающую данный товар от товаров-аналогов, выпускаемых конкурентами;
- постоянную модернизацию и модификацию товара (услуг) на основе меняющихся вкусов потребителя;
- разработку новых товаров, появление которых обуславливается улучшением экономического положения населения;
- продажу товаров более высокого качества по ценам аналогичных товаров, но более низкого качества.

В распоряжении розничных торговцев имеются пять основных способов завоевания устойчивых конкурентных преимуществ:

- покупательская лояльность;
- расположение торговой точки;
- отношения с поставщиками;
- информационные системы управления и распределения;
- снижение издержек.

Маркетинговую цель розничной сети в самом общем виде можно сформулировать как «привлечь максимальное число покупателей и удерживать их, стимулируя покупать чаще, тратить больше и рекомендовать наши магазины другим людям». Достижение этой цели приводит к улучшению финансовых показателей розничной компании (впрочем, как и любого другого предприятия). Основные факторы, которые определяют восприятие розничной сети покупателями – имидж, репутация компании; Sales promotion; уровень цен на товары; широта ассортимента; витрины, планировка торгового зала, стеллажи, ценники, освещение, музыкальный фон в магазине; расположение магазина (близость конкурентов, плотность пешеходного и автомобильного потоков, наличие парковки); работа консультантов в магазине, наличие информационных материалов (прайсов, буклетов), дополнительные услуги (кредит, гарантийный ремонт, доставка товара и др.).

© Горбачёв А. А., 2012

УДК 339.3

Я. С. Домбровская, Н. М. Пешкова
Научный руководитель – Е. А. Рыбакова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ

Рассматриваются особенности ценообразования во внешней торговле.

Цена – это денежная сумма, которую намерен получить продавец, предлагая товар или услугу, и которую готов заплатить за данный товар или услугу покупатель.

Выделяют 5 групп ценообразующих факторов:

1. *Общеэкономические*, т. е. действующие независимо от вида продукции и конкретных условий ее производства и реализации.

2. *Конкретно экономические*, т. е. определяемые особенностями данной продукции, условиями ее производства и реализации.

3. *Специфические*, т. е. действующие только в отношении некоторых видов товаров и услуг.

4. *Специальные*, т. е. связанные с действием особых механизмов и экономических инструментов.

5. *Внеэкономические*.

Также можно выделить такие факторы, как:

- место и время продажи товара;
- взаимоотношения между продавцом и покупателем;
- условия коммерческой сделки;
- характер рынка;
- источники ценовой информации.

Под мировыми ценами понимаются цены важнейших (крупных, систематических и устойчивых) экспортных и импортных сделок, заключаемых на мировых товарных рынках и на обычных коммерческих условиях в основных центрах мировой торговли известными фирмами-экспортерами и импортерами соответствующей продукции.

Мировые товарные рынки – совокупность устойчивых, повторяющихся операций по купле-продаже данных товаров и услуг, имеющих организационные

международные формы (биржи, аукционы и т. д.) или выражающиеся в систематических экспортно-импортных операциях крупных фирм-поставщиков и покупателей.

В рыночной экономике процесс ценообразования в торговле между внешнеэкономическими субъектами разных стран осуществляется в условиях конкурентной среды, динамического равновесия между спросом и предложением, а также сравнительной свободы поведения на рынке экспортера и импортера. Однако данные постулаты требуют поправок в зависимости от типа рынка. Экономисты различают четыре типа рынков (Сервер органов государственной власти России. URL: <http://www.gov.ru>):

- рынок совершенной (чистой) конкуренции;
- рынок чистой монополии;
- рынок монополистической конкуренции;
- рынок конкуренции немногих поставщиков – олигополия.

В условиях рыночной экономики цена определяется соотношением спроса и предложения. В принципиальном плане процесс ценообразования на внутреннем и внешнем рынках схож, однако деятельность на внешнем рынке осложняется наличием гораздо большего числа продавцов и покупателей, более острой конкуренцией.

Процесс ценообразования на международных рынках во многом зависит от типа рынка, в рамках которого действует соответствующий субъект внешней торговли. Для современного рынка характерна множественность цен.

© Домбровская Я. С., Пешкова Н. М., 2012

УДК 669.713.7

Л. П. Киселева
Научный руководитель – Н. В. Федорова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

ПРОМЫШЛЕННЫЙ МАРКЕТИНГ

В данной статье рассмотрен и проанализирован комплекс маркетинга компании ООО «Реноме – УКЦ», предложены мероприятия по совершенствованию 5P, выявлены дополнительные способы по улучшению сервиса в обслуживании постоянных клиентов компании, а так же, разработаны рекомендации по улучшению всей маркетинговой среды фирмы.

Маркетинговая деятельность на предприятиях, функционирующих в рыночной среде, создает предпосылки для реализации системного подхода к организации производства и сбыта конкурентоспособных

товаров, исходя из необходимости наилучшего решения глобальной проблемы потребителя [1].

В условиях конкуренции и изменения рыночной конъюнктуры, маркетинг позволяет согласовать инте-

рессы предприятий и общества в целом на основе исследования предприятием рыночной ситуации, прогнозирования ее развития и выработки эффективных стратегии и тактики, ориентированных на рациональное удовлетворение существующих потребностей. Эффективное использование маркетингового инструментария является достаточно актуальным, так как от этого напрямую зависит успех предприятия.

В данной работе мы выявили основные рекомендации по увеличению продаж БСС «Система Главбух» и в ближайшее время реализуем данные рекомендации. А именно: развитие дополнительных возможностей системы, поиск новых целевых аудиторий, более гибкая система оплаты, набор квалифицированного персонала, изменение политики управления, система мотивации. Проведение различных качественных мероприятий по стимулированию сбыта, так же необходимо выстроить грамотную и комплексную систему обучения. Внутренний маркетинг для сотрудников «Реноме-УКЦ». Периодическое анкетирование постоянных и потенциальных клиентов, проведение специальных мероприятий для увеличения лояльности постоянных клиентов [2].

Нужно выделить отдельных региональных менеджеров в Актион-диджитал для организации более качественной и оперативной работы, а так же большее внимание уделять обратной связи посредством форума и телефонных разговоров. Делиться опытом, организовывать тренинги, встречаться с партнерами из других городов для обмена опытом. Так же стоит подумать о приобретении конкурентных СПС для более детального изучения их преимуществ.

Автором проекта была проделана объемная работа, где изучена конкурентная среда, проведен SWOT-анализ, проанализирован комплекс маркетинга и предложены эффективные способы улучшения маркетинговой среды фирмы.

В настоящий момент предложенные мероприятия используются в организации очень успешно.

Библиографические ссылки

1. Уткин Э. А. *Маркетинг*. М.: ЭКМОС, 2009.
2. *Группа компаний Реноме* [Электронный ресурс]. URL :www.renome-pb.ru.

© Киселева Л. П., 2012

УДК 330.541

Д. С. Колесников, А. А. Сачек
 Научный руководитель – Н. В. Федорова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ГЛОБАЛЬНАЯ НАВИГАЦИОННАЯ СПУТНИКОВАЯ СИСТЕМА КАК ИСТОЧНИК КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА В КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Российские разработки в области спутниковой навигации могут стать локомотивом развития инновационного потенциала и дать огромные конкурентные преимущества отрасли в целом.

ГЛОНАСС – российская спутниковая система навигации, одна из двух существующих в мире систем, принятых в эксплуатацию. Позволяет в абсолютно любой точке Земного шара, а также в космическом пространстве вблизи планеты определять местоположение и скорость объектов [1].

Разработка глобальной навигационной системы на основе спутниковых систем началась в СССР и США приблизительно в одно и то же время военно-космическими силами обеих стран. Американцы начали разработку системы GPS в начале 70-х, а начало разработки советской системы ГЛОНАСС началась в конце 60-х – начале 70-х. Первый спутник ГЛОНАСС вышел на орбиту в 1982 году. Американцы вывели первый навигационный спутник на орбиту в 1978 году.

В 1983 году Рональд Рейган издал указ, по которому спутниковая навигационная система GPS становилась доступна гражданским организациям, в первую очередь гражданской авиации. Но только в 1993 году американцам удалось запустить достаточное количество спутников и добиться более-менее устойчивой работы системы. ГЛОНАСС должен был начать работу на полную мощность в 1991, но в связи с развалом СССР и экономики страны развитие данного проекта было приостановлено вплоть до 2001.

В 2001 году правительство России реанимировало проект, была принята Федеральная целевая программа «Глобальная навигационная система». Но в это время на рынке уже существовала американская система GPS, разрабатывалась китайская система Компас и европейская система Галилео. Была провозглашена задача обеспечения глобального покрытия системой ГЛОНАСС до 2009 года. В качестве партнера в разработке системы была выбрана Индия. Кроме того, была поставлена задача разработать систему, которая могла бы принимать сигналы всех навигационных спутников на орбите и американских, и российских, и европейских. Этим самым предполагалось добиться точности и надежности получаемого сигнала. В конце 2011 года было завершено создание штатной орбитальной группировки из 24 КА + орбитальный резерв [2].

Сегодня технологии ГЛОНАСС проникают в самые разные области жизни. И, конечно, социальная сфера наиболее близка рядовым гражданам. В 20 районах Красноярского края 90 школьных автобусов оснащены устройствами, принимающими сигналы ГЛОНАСС. Они обеспечивают безопасность движения транспорта, перевозящего детей в таких отдаленных уголках нашей сибирской глубинки, где и сото-

вая связь не всегда доступна. Учитывая огромную площадь Красноярского края, можно понять, почему он является лидером в России по внедрению ГЛОНАСС-технологий на пассажирском автотранспорте. А их предстоит применять более широко и на речных судах и на воздушных. В совокупности такие меры повысят безопасность передвижения.

Так как аппаратура ГЛОНАСС позволяет отслеживать, где находится транспортное средство, она помогает снижать расход топлива путём оптимизации маршрутов. В ряде регионов страны отмечено, что благодаря такому оснащению автотранспорта удалось уйти от практики «левых» рейсов, а значит, повысить эффективность экономической деятельности предприятий. В нашем крае подобный проект впервые был реализован на территории Бирилюсского района в 2008 году, его результат – 30 % экономии бюджета.

Однако следует отметить, что конечное оборудование потребителей для работы с системой ГЛОНАСС, т. е. попросту говоря, навигаторы, не имеют ярко выраженных конкурентных преимуществ перед западными аналогами, работающими с системой GPS. Среди автовладельцев, большинство отдадут предпочтение GPS-навигаторам по причине их доступности и удобства в эксплуатации.

Государство в свою очередь, для обеспечения конкурентоспособности отечественных изделий, объявило о повышении пошлин на ввоз аппаратуры GPS в Россию. Эффект от таких мер продвижения системы ГЛОНАСС и защиты отечественного рынка, естественно, будет разным. Меры по защите российского навигационного рынка надо вводить продуманно, чтобы повышение пошлин на ввозимые GPS-устройства стало позитивным фактором, стимулирующим производителей готовых изделий к использованию ГЛОНАСС, а розничные торговые сети – к продаже аппаратуры на базе приемников ГЛОНАСС.

Поскольку российский рынок спутниковой навигации составляет менее 1 % мирового, особое значение следует принять снижению или отмене экспортных пошлин на аппаратуру ГЛОНАСС, а также ввозных пошлин на комплектующие для нее. Это поддержит отечественного производителя и приведет к сни-

жению цен на выпускаемую продукцию за счет увеличения объемов выпускаемых серий [3].

За последние годы был сделан серьезный рывок вперед в части технологий, но он еще не компенсировал то отставание, которое было накоплено за годы кризиса. Полностью конкурентоспособной элементная база, позволяющая использовать технологии ГЛОНАСС, станет в 2012–2014 годах, когда будет освоен выпуск навигационных приемников по современным технологическим нормам. Так, АФК «Система» анонсировала выпуск микрочипов по 45-нанометровой технологии, которые необходимы для создания массовой навигационной аппаратуры потребителей. Начинается серийное производство навигационных приемников ГЛОНАСС/GPS «ГеоС», создаваемых совместно компаниями РНИИ КП, «М2М телематика» и КБ «ГеоСтар навигация», есть перспективные продукты и в производственных планах концерна «Алмаз-Антей». Профессионалы раньше других поняли, что две системы лучше, чем одна, как с точки зрения увеличения количества спутников, с которых принимаются сигналы, так и в плане повышения помехоустойчивости [4].

Да и в других областях применения со стороны иностранных заказчиков проявляется устойчивый интерес к двухсистемной аппаратуре ГЛОНАСС/GPS. Многие государства рассматривают возможность парирования политических, экономических и технических рисков, связанных с использованием только GPS.

Так что ГЛОНАСС – это по определению глобальная система.

Библиографические ссылки

1. Официальный сайт ОАО ИСС. URL: <http://www.iss-reshetnev.ru>.
2. Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/глонасс>.
3. Сайт федерального космического агентства. URL: <http://www.federalspace.ru>.
4. Сайт информационно-аналитического центра. URL: <http://www.glonass-ianc.rsa.ru>.

© Колесников Д. С., Сачек А. А., 2012

УДК 339.13

Н. А. Крымова

Научный руководитель – В. А. Богомолов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «НОВЫЙ ГОРОД» С ПОМОЩЬЮ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Представлен результат анализа внутренней и внешней среды ООО «Новый город» и на его основе предложены стратегии, способствующие достижению целей компании. Разработана миссия компании.

Красноярск – административная столица одноименного края и крупнейший экономический центр Центральной и Восточной Сибири. При площади в 348 кв. км город обладает жилым фондом в 63 млн. кв. метров. Вместе с тем наиболее активно жилищное

строительство в городе ведется на левом берегу Енисея, так как в данной части под строительство пригодно 70–80 % побережья, а в правой части – не более трети имеющейся земли. Строительный рынок города представлен более чем 30 застройщиками, в число

которых входит ООО «Новый город».

ООО «Новый Город» – компания, которая входит в девелоперскую группу «СМ.СИТИ» и занимается реализацией проекта жилого комплекса (ЖК) «Южный Берег». Для ООО «Новый город», как и для любой организации, действующей в условиях рынка актуальна сегодня проблема выживаемости и обеспеченности непрерывности развития. Эта проблема решается различными организациями по-своему, но в основе ее лежит трудоемкая работа по созданию и реализации конкурентных преимуществ, содержание и организацию которой раскрывает концепция стратегического планирования. Стратегическое планирование — это набор действий, решений, предпринятых руководством, которые ведут к разработке специфических стратегий (всесторонних комплексных планов), предназначенных для достижения целей и осуществления миссии организации [3].

Общепринятый процесс стратегического планирования складывается из следующих компонентов [3]: определение миссии компании; анализ внешней сре-

ды; анализ внутренних возможностей компании; изучение стратегических альтернатив и выбор стратегии; разработка организационной структуры компании (если ее не было); реализация стратегии; оперативное планирование и управление; контроль за реализацией стратегии.

Миссия компании ООО «Новый город» разработана на основе стратегического видения и миссии предприятия при комбинированном подходе, она представлена в табл. 1.

ООО «Новый город» ставит перед собой долгосрочную цель – стать одним из самых успешных игроков на рынке недвижимости города Красноярска.

Краткосрочные цели компании: своевременная сдача в эксплуатацию строящихся объектов, привлечение денежных средств дольщиков, уменьшение издержек производства, снижение себестоимости 1 м².

Для достижения поставленных целей фирме необходимо разработать стратегию на основе анализа внутренней и внешней среды. Результаты данной работы представлены в табл. 2.

Таблица 1

Миссия компании

Стратегическое видение предприятия: Быть лучшей строительной и реализующей (жилую) недвижимость компаний в городе Красноярске	Миссия предприятия при комбинированном подходе: Создание для людей комфортных условий для жизни, посредством использования новых технологий квартальной застройки территорий по западным стандартам	Окончательная формулировка миссии: Не просто строить квадратные метры, а создавать комфорт домашнего уюта, благоустраивать дворы, задавать стиль жилого комплекса и обеспечивать жильем население по демократичным ценам
--	---	---

Таблица 2

Матрица SWOT-анализа компании ООО «Новый город»

Внутренняя среда	Сильные стороны	Слабые стороны
	1. Доля рынка 2. Реклама 3. Соотношение заемных и собственных средств 4. Скорость строительства	1. Рентабельность (прибыльность) 2. Эффективный контроль за издержками, возможность их снижения 3. «Рабочий» капитал, гибкость структуры капитала. 4. Стоимость сырья и его доступность, отношение с поставщиками
Внешняя среда	Возможности	Угрозы
	1. Регулирование занятости населения (увеличение числа работающих людей) 2. Увеличение доходов населения 3. Стиль жизни, обычаи, привычки, традиции (стремление приобрести собственную жилую недвижимость) 4. Рост социальной мобильности населения	1. Стабильность налоговой политики и законодательства (нестабильность) 2. Снижение уровня жизни населения 3. Рост процентных ставок по кредитам 4. Появление новых технологий у конкурентов

По результатам составления SWOT-анализа компании ООО «Новый город» предложены следующие стратегии:

1. Стратегия захвата рынка позволит расширить границы рыночной доли компании.

2. За счет превышения собственных средств ООО «Новый город» над заемными и увеличения доходов населения возможна реализация стратегии дифференциации продукции (строительство особых, нестандартных домов повышенной комфортности).

3. Стратегия установления среднерыночных цен предполагает регулярный мониторинг рынка, благодаря чему компания достигает маркетинговой цели – использование существующего положения на рынке и знает цены конкурентов, их динамику.

4. Стратегия концентрической диверсификации – строительство панельных домов (эконом класса). Позволит выйти на новый сегмент рынка и увеличить рыночную долю компании.

5. Стратегия сокращения затрат на сырье и материалы будет способствовать снижению издержек, соответственно, снижению цен за 1 м² (на квартиры в целом).

Стратегическое планирование – набор действий и решений, которые ведут к разработке специфических стратегий. Эти стратегии предназначены помогать фирме подстраиваться под быстро изменяющиеся условия внешней среды, достигать поставленных целей и добиваться осуществления миссии.

Библиографические ссылки

1. Южный берег [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bereg-city.ru/company/>.
2. Устав компании ООО «Новый город» от 10.01.2010 года.
3. Шкардун В. Д. Маркетинговые основы стратегического планирования // Теория, методология, практика. 2-е изд. М.: Дело, 2009. 376 с.

© Крымова Н. А., 2012

УДК 338.242

М. А. Лапшина
Научный руководитель – Ю. В. Данильченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Проведено исследование современного состояния нефтегазовой отрасли России, определено положение, занимаемое отраслью в современном экономическом пространстве. Также рассмотрены перспективы дальнейшего развития нефтегазового сектора экономики. Определены направления концентрации усилий для эффективного развития.

В настоящее время нефтяной сектор топливно-энергетического комплекса России является одним из наиболее устойчиво работающих производственных комплексов российской экономики, он обеспечивает значительный вклад в формирование положительного торгового баланса и налоговых поступлений в бюджеты всех уровней. На его долю приходится более 16 % произведённого ВВП России, четвёртая часть налоговых и таможенных поступлений в бюджеты всех уровней, а также более трети поступающей в Россию валютной выручки [1].

Такие высокие показатели связаны со значительным ресурсным и производственным потенциалом нефтяной отрасли. В недрах России сосредоточено около 13 % разведанных запасов нефти. Эти ресурсы расположены в основном на суше. Примерно 60 % ресурсов нефти приходится на долю районов Урала и Сибири, что создаёт потенциальные возможности экспорта, как в западном, так и в восточном направлениях. Экономика страны потребляет лишь менее трети добываемой нефти [3].

Таким образом, нефтяная промышленность играет огромную роль в экономике России. Стратегической задачей развития нефтяной отрасли является плавное и постепенное наращивание добычи со стабилизацией её уровня на долгосрочную перспективу.

Инвестиционная привлекательность российских нефтяных компаний определяется прежде всего мировыми ценами на нефть. Если они будут находиться на высоких уровнях, тогда корпорации смогут показать хорошие прибыли и выплатить акционерам большие дивиденды.

Как говорят участники рынка, для того чтобы у нефтяников не возникало проблем с инвестиционными ресурсами для собственного развития, цены на сырье должны держаться выше 16 долл./барр. Снижение до

этого уровня, конечно, тоже не будет означать «мгновенной смерти» отрасли, просто вложения в разведку и разработку новых месторождений придется урезать, а с поглощениями, возможно, вообще повременить [4].

Акции нефтяных компаний изначально были лидерами рынка. «Нефтянка» превосходит другие сектора и по капитализации, и по ликвидности. Такое положение объясняется исключительной важностью этой отрасли для экономики страны и появлением нефтяных компаний-гигантов, которые превосходят по размерам любые другие российские компании.

Важным фактором, оказывающим влияние на состояние внутреннего рынка РФ, как показала статистика наблюдений за рынком в течение многих лет, стал фактор, который для удобства можно назвать так: «уровень мировых цен на сырую нефть». Средневзвешенные значения вычисляются через нефтяные биржи, а высокая цена на нефть «вытягивает» вверх и цены на продукты ее переработки, в первую очередь мазут и дизельное топливо/

Система работает следующим образом: при резком повышении цен на нефтепродукты и нефть российские компании стремятся «вылить» на экспорт больше нефти и нефтепродуктов при этом потребности внутреннего рынка в расчет не берутся, далее на внутреннем рынке вырастает цена на нефть, дорогую нефть «завели» на переработку, экспортируемые объемы уже нефтепродуктов оголяют рынок и ситуация приводит к росту цен.

Анализируя колебания мировых цен на нефть за год, решений правительства по регулировке таможенных пошлин и динамику индексов цен внутреннего рынка, специалисты центра выявили очевидную корреляцию между ними. Причем временной лаг при резком росте или падении цен на нефть обычно составляет от 10 до 14 дней [2].

Находившийся в последние 3–4 года в фазе формирования и подъема сектор средних и малых независимых российских сервисных компаний (текущая доля его оценивается примерно в 10 %) сейчас испытывает наибольшие трудности. Тяжелее всех придется компаниям, которые были созданы «с нуля», в том числе с приобретением нового оборудования.

Средние по размеру компании могли бы образовать здоровую конкурентную среду и стать хорошими «целями» для поглощения, однако падение заказов тормозит этот процесс. Затруднителен поиск партнеров, которые обеспечили бы финансирование компании. Вероятна утрата базовых мощностей и компетенций.

Мелкие компании переживают резкое сокращение объемов, держат низкие цены при среднем качестве. Возможностей для модернизации мощностей нет. Вероятность ухода с рынка мелких компаний существенно увеличивается.

Нефтяная промышленность РФ обладает большой устойчивостью и положительной инерционностью, однако основными проблемами остаются: высокая степень износа основных фондов; недостаток инвестиционных вложений; высокая степень зависимости нефтегазового сектора России от состояния и конъюнктуры мирового энергетического рынка.

Для долгосрочного устойчивого развития нефтяного комплекса России, повышения экономической эффективности и технологической сбалансированности добычи, переработки и транспорта нефти, расширения выпуска конкурентоспособной продукции с высокой добавленной стоимостью следует изменить производственную структуру нефтегазового комплек-

са, без промедлений внедрять технологические и организационные инновации.

В сложившейся ситуации целесообразно изменить административную, налоговую и таможенную политики для стимулирования геологоразведочных работ, ввода в эксплуатацию новых месторождений, применения современных методов повышения коэффициента использования нефти. Изменение организационно-экономических условий работы нефтяного комплекса, активное участие государства в геологоразведочных работах, создании транспортной и перерабатывающей инфраструктуры, оказание дипломатической и политической поддержки деятельности российских нефтегазовых компаний на международных рынках обеспечат устойчивое функционирование нефтяного комплекса, реализацию долгосрочных целей развития экономики страны, усиления геополитических и экономических позиций России в мире [5].

Библиографические ссылки

1. Андреев А. Ф., Дунаев В. Ф., Зубарева В. Д. *Основы проектного анализа нефтяной и газовой промышленности*. М. : Акрил, 2009.
2. Лаффлер У. Л. *Переработка нефти*. М. : Олимп-Бизнес, 2010. 224 с.
3. Богданчиков С. М. *Технологии – наш путь к лидерству // Роснефть. Вестник компании*. 2008. № 63.
4. *Заложники барреля // Нефтесервис*. 2009. № 4 (41). С. 11–12.
5. *Махов П. Буровой нефтесервис заминирован? // Нефтегазовая вертикаль*, 2010. № 4.

© Лапшина М. А., 2012

УДК 338.45:629.78

О. А. Лишутина, А. А. Парамонова
 Научный руководитель – Е. Г. Корепанова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МАРКЕТИНГ И КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ КОСМОСА

Рассматривается стратегия поведения России на мировом рынке космических запусков и маркетинг соответствующих услуг.

Мировой рынок космических запусков в его современном виде сформировался относительно недавно, но развивается очень быстро и активно. Все больше стран, в силу потенциально высокой коммерческой выгоды, подключаются к космическим державам, ведут свои собственные разработки в области ракетносителей, изготовления спутников, осуществления стартов. На данный момент число стран, предлагающих космические запуски, достаточно ограничено – основные центры оказания услуг по космическим запускам на сегодняшний день сконцентрированы в России, США и Европе, однако все больше стран стремится к созданию собственных ракетносителей и некоторые из них (Индия, Япония, Китай и ряд других) уже вышли на рынок коммерческих запусков и рассчитывают отвоевать на нем свою долю.

Влияние глобализации на мировой рынок космических запусков происходит по двум основным направлениям:

- обеспечение спроса (глобальные системы связи, навигации и т. д. порождают спрос на запуски спутников, обслуживающих эти системы);
- изменение структуры участников – по мере углубления глобализации все больше стран мира могут участвовать в космических программах и разработках, поскольку их компании смогут стать субподрядчиками в выполнении космических заказов [1].

Основными чертами данного рынка являются:

- «игроками» на рынке являются не столько фирмы, сколько государства в силу «двойного» назначения практически любой продукции комплекса;

– возможность прямого политического давления на участников рынка и высокая зависимость от политической конъюнктуры;

– высокий порог входа на рынок, а следовательно – стабильное и предсказуемое число участников.

При оценке конкурентоспособности ракетносителей на мировом рынке космических услуг необходимо учитывать, прежде всего, стоимость услуги по запуску космического аппарата, надежность выполнения программы, которая зависит от надежности ракетносителя и соблюдения графика запуска, и опыт компании, предоставляющей услуги. Наиболее надежными на мировом рынке сегодня, являются системы «Протон» и «Атлас» (производство Россия и США соответственно).

Перспективы развития космической индустрии тесно связаны с размерами финансирования комплекса. На сегодняшний день прочное лидерство в этой области удерживает США, на втором месте – Европа, на третьем – Япония, Россия делит четвертое-пятое место с Китаем, Австралией и Индией. Этого недостаточно не только для дальнейшего развития комплекса, но и для поддержания имеющихся позиций на рынке.

Объем экспорта услуг по коммерческим запускам в России достаточно мал, составляя, по примерным оценкам, менее 4 % от общего объема экспорта услуг. Учитывая то обстоятельство, что объемы мирового рынка услуг по космическим запускам вообще составляют весьма небольшую долю в общем объеме рынка космических услуг, где свыше 50% всех доходов приносят услуги, оказываемые с помощью спутников, очевидно, что существующие доходы от производимых запусков позволяют поддерживать деятельность основных производителей в данной области, но не играют сколько-либо значимой роли ни для экономики в целом, ни для позиционирования России как крупного игрока на рынке космических услуг [2].

Тем не менее, в условиях ограниченности финансирования российского космического комплекса, средства от коммерческих запусков – один из немногих источников, позволяющих хотя бы частично сохранить существующий потенциал и вести разработки новых продуктов. В целом это позволяет удовлетворять самые разные потребности рынка и формирует основу для сохранения лидирующих позиций России на рынке коммерческих запусков.

По прогнозам компании «Futron Corporation» на 2006–2021 гг. доля России на рынке коммерческих запусков будет составлять в среднем 52% и достигнет 68% к 2017 г. за счет более низкой стоимости запусков и высокой надежности по сравнению с западными аналогами [3]. Однако необходимо учитывать, что появление на рынке новых конкурентов и технологий могут изменить эти тенденции.

Больше двух третей российского экспорта услуг по космическим запускам сформируется за счет ком-

мерческих запусков, произведенных Государственным космическим научно-производственным центром М. В. Хруничева – ракетноситель «Протон», на втором месте по вкладу в общий объем экспорта – компания «Eurockot» (ракетноситель «Рокот»), доля в 49 % в которой так же принадлежит ГКНПЦ им. М. В. Хруничева. Планируется, что «ILS» будет проводить маркетинг «Ангары» на мировом рынке. Таким образом, на ГКНПЦ им. М. В. Хруничева фактически держится весь российский экспорт услуг по коммерческим запускам.

Еще одним из направлений коммерциализации космоса, активно практикуемым Россией, является космический туризм. Начиная с 2001 года, на МКС побывали 6 туристов, причем один из них – дважды. Однако дальнейшие перспективы данного направления неясны – МКС практически готова к увеличению численности экипажа с 3 до 6 человек, что кардинальным образом изменит качество научных исследований, проводимых на орбите, и тогда места для туристов на станции не будет. Следует ожидать, что такое развитие событий приведет к поиску новых возможностей для космического туризма [2].

Деятельность на мировом рынке космической продукции и услуг требует отведения маркетингу интеграционной роли, которая реализуется через гармонизацию отдельных маркетинговых действий и инструментов с целью обеспечения комплексности в процессе международной рыночной деятельности. Такой принцип базируется на понимании маркетинга как системы мер, эффективность которых зависит от того, насколько они интегрированы в единое целое и насколько эффективно координируется взаимосвязь между отдельными элементами международной маркетинговой программы предприятий ракетно-космической корпорации и других предприятий-смежников с учетом особенностей рынка.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что перспективы коммерциализации космической деятельности сулят значительные выгоды, что, несомненно, окажет положительный эффект на экономику и дальнейшие перспективы освоения космического пространства для России.

Библиографические ссылки

1. Бакланов А. Г. Рынок и маркетинг авиакосмической продукции в условиях нестабильности М. : КДУ, 2010.
2. Железняков А. Пятьдесят космических лет // *Внешиноэкономические связи*. 2011. № 31.
3. Азаренко Л. Г. Экономические аспекты создания космических систем на основе микроспутников // *XXXII Академические чтения по космонавтике*. № 12. 2011.

© Лишутина О. А., Парамонова А. А., 2012

УДК 339.138

А. В. Любецкий, Е. Н. Андреева
Научный руководитель – Е. А. Рыбакова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МАНИПУЛИРОВАНИЕ В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

Рассматривается вопрос о способах и результатах приёма манипулирования сознанием покупателей в целях получения максимальной прибыли.

Мировой финансовый кризис заставил людей обращать гораздо больше внимания на цены. К примеру, сейчас стараются экономить примерно 70 % американских покупателей, во время кризиса 15 % перешли на более дешевые продукты (в том числе на те, что продаются под торговыми марками розничных сетей). Исследования показали, что все больше продуктов всех товарных категорий продается под торговыми марками розничных сетей. В Великобритании они составляют более 40 % совокупного объема продаж супермаркетов, в Германии – свыше 30 %, в США – более 15 %. Производители, стремясь вернуть ситуацию в свою пользу, вместе с розничными сетями продвигают товары смежных категорий. Например, покупатель может получить скидку, если возьмет сыр конкретного производителя вместе с хлебом, который продается, маркой розничной сети [3].

На таком посткризисном рынке всё больше проявляется и ещё одна стратегия - манипулирование и в чём-то даже «зомбирование» потребителей. Для начала определимся с терминами. Начнем с «зомбирования», под которым в контексте коммуникационных стратегий бренда будем понимать внушение некоей информации целевой аудитории, которую она сама осознанно не воспринимает. Что касается понятия «манипуляция», то здесь все сложнее. Собственно, весь мир, в котором мы живем, построен на манипуляциях, и это даже не человеческое свойство, а универсальный принцип. Было бы большим преувеличением говорить о том, что выиграть войну за российский рынок сможет тот, кто верно почувствует потребности населения и сумеет их удовлетворить.

Каким же образом удастся извне повлиять на подсознание покупателя. Например, рекламисты используют такой прием, как «актуализация», когда берется устоявшееся выражение или визуальный образ, в нем меняется какая-то часть и это нововведение в привычной фразе либо в давно знакомом и приевшемся видеоролике закономерно привлекает внимание потребителя. А вот в арсенале более продвинутых рекламных ухищрений, оказывающих направленное воздействие на психику, наряду, в частности, с такими известными приемами визуальной манипуляции, как «скрытый кадр», существуют и особые аудиоэффекты, которые принуждают потенциального клиента купить рекламируемый товар или посетить указанный магазин. Если в течение секунды один из 25 кадров нормального «сюжета» будет заменен какой-то другой картинкой, то зритель, естественно, этот скрытый кадр толком не разглядит, то есть не осознает сам факт его наличия, однако образ отложится в его подсознании.

Людей, подвергающихся манипуляционным воздействиям, можно разделить на три категории. Самая первая - это те, кто остро и осознанно нуждаются в рекламируемом товаре. Следующая категория, обычно более многочисленная, включает людей, которые на данный момент в искомом товаре не нуждаются или же потребность в марке у них практически отсутствует, но однажды вполне может стать первоочередной. Наконец, третья категория - это те люди, которым рекламируемый товар не понадобится ни при каких обстоятельствах.

Вообще, ритм оказывает на человека разнообразные физиологические воздействия и потому очень часто применяется при различных манипуляциях общественным сознанием - от ритуальных танцев, маршевой или рэп-музыки и создающих «нужный» настрой аплодисментов, до введения в транс на мероприятиях сектантов и в прочих структурно и идеологически похожих организациях. Например, использование классической музыки в качестве акустического символа торговой марки придает ей ощущение стабильности и надежности, а, в частности, тот или иной музыкальный стиль – фолк-, рок- или поп-музыка и др. позволяет адресовать бренд к конкретной аудитории. В частности, реклама пивных брендов при ограничениях на изображение людей и животных компенсировала эти трудности активным расширением звукового ряда – шелестом приboя, криками чаек, шумом притягательно льющегося в бокал пива, характерными звуками молодежной вечеринки и т. д. А все для того, чтобы создать и передать зрителю привлекательную реальность своего бренда, а то и вовсе погрузить его в пространство тайных грез и чудесной, но далекой в плане осуществления мечты – в идеальный мир, одним словом.

Еще один вариант привлечения внимания - использование эпатажной и даже шокирующей рекламы. Эпатажная реклама окажется продуктивной, если будет адресована правильной аудитории, особенно молодежной, которая вполне восприимчива к различным скандальным трюкам креативщиков. К примеру, сеть косметики и парфюмерии «Л'Этуаль» одно время рекламировала себя с помощью картинок, где лошадь обнюхивала круп другой лошади, раскрашенной декоративной косметикой, а рекламный щит сопровождался лозунгом «Иди на запах» и адресом ближайшего магазина. Пусть и такой ценой, когда потребитель в первую очередь запоминает слоган или содержание ролика, а не продвигаемый продукт, но информация доносится до потребителей. В частности, некоторое время назад подобным рекламным трюком восполь-

зовалась одна крупная сеть салонов мобильной связи: «Евросеть», где поверх ненаписанного слова было начертано: «*** очень низкие». В итоге слоган обещал компании мгновенную известность, причем затраты на эту рекламу не превысили 10000 долл., а продажи за год работы сети выросли в 2,5 раза [1].

Страх – это одна из самых важных неспецифических функций, которые выработала природа для адаптации человека к странным, опасным или выходящим за рамки понимания явлениям. Например, противогриппозный препарат «Афлубин» (производитель – компания Richard Bittner), еще несколько лет назад практически неизвестный в России, вышел в лидеры продаж буквально за несколько месяцев масштабной кампании, когда на головы обывателей обрушился вал информации о надвигающейся буквально пандемии гриппа. А если мы недостаточно информированы о том, каким способом лучше всего удовлетворить возникшую потребность, в частности при выборе рецептурного медикамента, то мы охотно прислушиваемся к мнению наиболее уважаемого в своей области профессионала, которому доверяют все профильные специалисты. Так уж мы устроены – все, что ни дела-

ет сотворенный нами кумир, достойно одобрения и подражания. В качестве примера можно указать знаменитую рекламу циркониевых браслетов с Вахтангом Кикабидзе [2].

Таким образом, в условиях, когда рынок перенасыщен рекламой, а у потребителей в качестве защитной реакции выработался достаточно высокий иммунитет ко многим проявлениям рекламной изворотливости, все чаще приходится обращаться к несвойственным ранее образцам манипуляционных коммуникаций, в частности отходить от традиционного формата, в рамках, например, наружной городской рекламы. Причем о результативности можно судить по улучшению и облегчению работы как с медиа-агенствами, так и с клиентами – имя марки всегда на слуху.

Библиографические ссылки

1. *Википедия – свободная энциклопедия.* URL: <http://ru.wikipedia.org>.
2. *Яндекс.* URL: <http://yandex.ru>.
3. *Google.* URL: <http://google.ru>.

© Любецкий А. В., Андреева Е. Н., 2012

УДК 339.133

А. С. Наприенко

Научный руководитель – Л. В. Юшкова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

К ВОПРОСУ О ВЫБОРЕ ЦЕЛЕВОГО СЕГМЕНТА ДЛЯ ФГУП «ПОЧТА РОССИИ» УФПС КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Статья посвящена вопросам выбора целевого сегмента для предприятия сферы услуг. Освещены особенности рынка и методов сегментирования потребителей услуг.

Сфера услуг – крупнейший, развивающийся наиболее высокими темпами сектор современной экономики. Осуществление маркетинговой деятельности в рыночных условиях ставит перед субъектом рынка, каковым и является любая компания, ряд задач, успешное решение которых обеспечивает наилучший контакт с потребителями, что, в свою очередь, приводит к повышению эффективности деятельности и выводит компанию на новый уровень.

Одним из основных направлений маркетинговой деятельности является сегментация рынка, позволяющая аккумулировать средства предприятия на определенном направлении своего бизнеса. Учитывая особенности услуги – неосвязаемость, нераздельность предоставления услуг и их потребления, гетерогенность, несохраняемость и отсутствие права собственности на услуги, сегментирование потребителей услуг актуально и необходимо для успешной работы любой компании.

В процессе сегментирования происходит формирование сегментов потребительского рынка, устойчивых по своим объединяющим признакам и обладающих набором выраженных характеристик для успешного позиционирования услуг. Вначале определяют целевой рынок компании, затем целевой сегмент.

Целевой рынок – это потенциальный рынок фирмы, который определяется совокупностью людей со схожими потребностями в отношении конкретного товара или услуги, достаточными ресурсами, а также готовностью и возможностью покупать [1]. Целевой сегмент – это однородная группа потребителей целевого рынка фирмы, обладающая схожими потребностями и покупательскими привычками по отношению к товару фирмы. [2]. Таким образом, сегментация рынка – это деятельность по выявлению потенциальных групп потребителей конкретного товара предприятия. Чем более правильно будет выполнена сегментация и чем более точно будут определены комплексы маркетинга для каждого из сегментов, тем успешнее будет деятельность компании.

В мировой практике используется множество подходов к маркетинговому сегментированию. Разнообразие моделей обусловлено в первую очередь отсутствием четкого представления о месте и роли сегментации рынка, ее места в процессе управления маркетинговой политикой предприятия и связи между мотивацией потребителей и сегментацией рынка. В зависимости от количества исследуемых переменных выделяют однопараметрические методы и многопараметрические модели, такие как сетка сегментации

или метод AID. Так же выделяют четыре основных типа методов сегментирования: априорные (a priori) методы, кластерные (cluster based) методы, методы гибкой (flexible) сегментации и метод покомпонентной (componential) сегментации [3].

При возникновении необходимости сегментировать рынок сначала на основе одного подхода, а затем применить к полученному другие способы сегментации используют методы с многоступенчатым подходом. Применительно к потребительским рынкам принято использовать модель Хейли Рассела (модель сегментации по выгодам) и модель Питера Диксона (ситуационно-личностная модель). Модель Рассела предусматривает прохождение трех этапов. На первом этапе идет сегментация рынка по выгодам, которые потребители ожидают получить от товара. На втором – идет распределение потребителей по образу жизни или сфере потребления. На третьем этапе потребители подразделяются по представлению о марке-конкуренте. Модель Диксона отличается от предыдущей модели наличием распределения потребителей не только по выгодам и восприятию товаров, но и по некоторым особенностям поведения. Эти модели наилучшим образом подходят для сегментации рынка услуг.

Более детальное изучение особенностей сегментации рынка услуг было проведено посредством анализа ФГУП «Почта России». Почтовая связь играет важнейшую роль для экономического и социального прогресса общества. Эффективность почтовой связи относится к тем условиям, без которых невозможны нормальное функционирование производства и обращение товаров и услуг, а также жизнедеятельность человека на современном этапе развития общества.

Почтовая связь в России остается единственным общедоступным механизмом адресного общения граждан, одним из факторов, обеспечивающих политическую и экономическую целостность Российской Федерации, обеспечивает пользователям на всей территории доступ к услугам по пересылке и доставке денежных средств путем почтовых переводов. Эффективное развитие рынка услуг почтовой связи, включающего в себя информационные, товарные и финансовые потоки, является необходимым условием создания и развития в Российской Федерации таких важных направлений предпринимательства, как торговля по почте, электронная коммерция, адресное распространение печатной и рекламной продукции и т. п.

В ходе анализа было определено, что наиболее привлекательным сегментом рынка услуг почтовой связи в географическом разрезе является «городской», охватывающий города и густонаселенные районы проживания, где высокий процент пользователей услуг составляют коммерческие организации. Менее привлекательным географическим сегментом рынка является «сельский», включающий сельскую местность, а также отдаленные и труднодоступные районы со сложными климатическими условиями, где основным пользователем услуг является население. Высокая себестоимость оказания услуг в сельском сегменте, а также низкий уровень спроса и слабое развитие транспортных магистралей являются основными причинами сравнительно низкой привлекательности данного географического сегмента рынка услуг почтовой связи. Хотя в сельской местности проживает всего 25 % граждан России, 72 % объектов почтовой связи федеральной почты находятся на селе. Одним объектом почтовой связи обслуживается в среднем 5 населенных пунктов. Большая часть территории России приходится на сельскую местность, где низкая плотность населения и большая протяженность почтовых маршрутов снижают производительность труда почтовых работников.

После проведения подобного анализа следует выявить области деятельности, позволяющие реально повысить ценность услуг компании и удовлетворить потребности клиентов. В этих областях необходимо сконцентрировать ресурсы организации. Следующий шаг – разработка маркетингового плана для выполнения приоритетных задач. В него входит определение целевого рынка. План включает в себя также разработку маркетинга-микс: программу коммуникации, каналы распределения, политику в области услуг и решения в области ценообразования.

Библиографические ссылки

1. Карпов В. Н. Выбор целевого рынка // *Маркетинг*. 2008. № 3. С. 61–71.
2. Попов Е. В. *Теория маркетингового исследования*. Екатеринбург : Изд-во УГТУ. 2009. 200с.
3. Эванс Дж. Р., Берман Б. *Маркетинг*. М. : Экономика. 2007. 335 с.

© Наприенко А. С., 2012

УДК 339.1

Ю. В. Романовская, Е. В. Забабурина
 Научный руководитель – Е. А. Рыбакова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СКРЫТЫЙ МАРКЕТИНГ

Рассматриваются основные понятия о так называемом скрытом маркетинге.

Реклама в средствах массовой информации, интернете уже никого не удивляет. Мы уже давно привыкли к рекламе в СМИ и в Интернете. Она является

навязчивой, постоянно повторяющейся и может вызвать у человека только негативные эмоции. Этот факт наряду с растущей популярностью некоторых

сервисов в интернете ведет маркетологов к поиску новых видов рекламы.

Скрытый маркетинг – это комплекс мероприятий, направленных на формирование устойчивого положительного имиджа бренда, товара, услуги или компании среди всех целевых аудиторий (клиенты, потребители, партнеры, сотрудники). Скрытый маркетинг является инструментом для продвижения нерекламного типа [2].

Цель скрытого маркетинга заключается не в прямой рекламе продукта или услуги, а в нерекламном продвижении, когда информация о новом продукте или услуге доносится до потребителя в ненавязчивой форме так, что потребители не подозревают о том, что стали объектом рекламного воздействия.

Так называемый скрытый маркетинг обладает рядом отличительных качеств и преимуществ перед традиционной рекламой:

1. Эффективность – целевая аудитория воспринимает сообщение как достоверное, а не рекламное.

2. Точечное воздействие – эксперты скрытого маркетинга напрямую взаимодействуют с целевой аудиторией.

3. Оперативность – в течение нескольких часов можно организовать кампанию по продвижению, которая захлестнет весь Рунет. (Вспомните про методы флэш-моба).

4. Оцениваемые результаты – результаты кампаний «скрытого маркетинга» поддаются количественной оценке и качественному подсчету.

5. Реальные цены – ресурсы, занимающиеся скрытым маркетингом, утверждают, что расценки на их услуги ниже, чем стоимость прямой или контекстной рекламы.

6. Вирусный маркетинг – скрытый маркетинг – это эффективный способ распространения необходимой информации, инновационный инструмент для запуска волны распространения слухов (buzz маркетинг, сарафанное радио).

7. Технологии директ-маркетинга – в ходе кампании скрытого маркетинга информация передается от заказчика, через менеджера проекта, к исполнителям, а от исполнителей уже конкретно к клиентам.

У скрытого продвижения есть и некоторые ограничения:

1. При планировании кампаний такого рода следует принимать во внимание тот факт, что массовый спрос виртуальные агенты создать не могут. Цель скрытого маркетинга – в ненавязчивой форме информировать целевую аудиторию клиента. И эффективен данный метод лишь в сочетании с другими видами рекламы, одними лишь разговорами онлайн сегодня мало кого убедишь.

2. Также нельзя спрогнозировать и коммерческий эффект от скрытого продвижения. Любая реклама может заставить человека открыть от удивления рот, но вытаски ли он после этого кошелек и побежит ли за товаром – это предвидеть невозможно.

3. Результаты деятельности маркетологов будут ясны только через продолжительный промежуток

времени. Количество играет роль, но не всегда возможно предугадать стадию перехода количества в качество.

4. Ошибки в организации и проведении рекламной компании могут привести к потере контроля, и тогда вместо положительного эффекта фирма получит много негатива.

Скрытый маркетинг – это инструмент решения задач, стоящих перед агентствами и маркетинговыми службами: вывод новой услуги/продукта на рынок; изменение сложившегося имиджа; ответ на негативные публикации; повышение узнаваемости торговой марки. Скрытый маркетинг – это информация, передаваемая из нерекламного источника. Она не воспринимается как реклама, а является мнением или описанием жизненного опыта.

Идеальный пример использования скрытого маркетинга: потребитель приобретает продукт и делится своими впечатлениями с другими. Таким образом, информация о продукте, которая не будет восприниматься как прямая реклама, начнет передаваться от одного потребителя другому, привлекая повышенный интерес.

Согласно международным исследованиям поведения потребителей [1]: 10 % потребителей влияют на активность остальных 90 %; 91 % потребителей приобретают товары и услуги по рекомендации знакомых; 92 % потребителей предпочитают WOM (word-of-mouth – сарафанное радио) рекомендации.

Таким образом, любой потребитель желает получить максимум информации о продукте или услуге, и у него всегда возникают вопросы, на которые он хотел бы получить ответы. Вместо того, чтобы предлагать потребителю просто рекламный слоган, скрытый маркетинг отвечает на вопросы потенциального покупателя. Главная особенность скрытого маркетинга – информации, которую потребитель получает из уст другого потребителя, доверяют гораздо больше, нежели прямой рекламе.

Скрытый маркетинг позволяет добиться следующих результатов: повышение узнаваемости бренда, знакомство потребителей с новым товаром или услугой, повышение лояльности и заинтересованности целевой аудитории, продвижение уникальных конкурентных преимуществ, отстройка от конкурентов, увеличение продаж.

Скрытый маркетинг – это уникальный инструмент для нерекламного продвижения.

Преимущество скрытого маркетинга в том, что в отличие от традиционных, такому медиа источнику люди доверяют больше [2].

Библиографические ссылки

1. Журнал «Маркетинг и реклама». 2010. № 1.
2. Ежедневный познавательный журнал «Школа Жизни.ру», 2011.

© Романовская Ю. В., Забабурина Е. В., 2012

УДК 378.1

Р. С. Саакян
 Научный руководитель – Н. В. Фёдорова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Рассматриваются инструменты оценки качества образования на примере СибГАУ.

Высшее образование всегда играло ведущую роль в обществе как институт передачи и распределения знаний, основа обеспечения научных исследований и развития новых технологий, поддержки предприятий посредством тренингов и изобретательской деятельности. Компетентностный подход в высшем образовании включает в себя изменения внешней среды, что и приводит к необходимости новых методов оценки качества высшего образования.

Актуальность проблем обеспечения качества образования в России в настоящее время определяется такими аспектами, как внешняя оценка деятельности образовательных учреждений, усиление конкуренции между образовательными учреждениями. Одним из основных моментов системы качества являются статистические методы контроля и анализа, мониторинг, а также мнение потребителей образовательных услуг [1].

В качестве инструмента мониторинга качества предоставляемых услуг в СибГАУ была внедрена анкета «Оценка качества образования в СибГАУ». В ходе анкетирования опрашивались студенты 1–5 курсов. Анкета включала в себя вопросы по следующим аспектам: престижность выбранного вуза и удовлетворенность студенческой жизнью, морально-психологический климат в вузе, материально-техническая база, организация учебного процесса, организация творческой деятельности.

Основной задачей анкетирования «Оценка качества образования в СибГАУ» является определение степени удовлетворенности студентов СибГАУ различными сторонами процесса образования, а так же выявлению уровня удовлетворенности образовательными методиками, социальных потребностей студентов, отношения к университету, учебному процессу, отношения к культурной среде и психологической атмосфере в коллективе университета.

В результате анкетирования «Оценка качества образования в СибГАУ» в 2010–2011 учебном году выявлено:

- 86,4 % студентов от общего числа опрошенных считают учебу в СибГАУ престижной;
- при выборе вуза, информацию о СибГАУ в большей степени получают от родителей, знакомых (43 %), в школе (27 %), из справочника для поступающих в ВУЗы (16%), из СМИ (газеты, веб-сайты и др.) (14 %);
- интерес к учебному процессу у студентов значительный (80,2 %);
- 64,8 % студентов от опрошенных удовлетворены и 24,5 % частично удовлетворены студенческой жизнью;

- удовлетворенность обеспечения необходимой учебной и научной литературой составляет 77,7 %;
- удовлетворенность условиями в спортивных залах и площадках составляет 78,2 %;
- удовлетворенность состоянием пунктов общественного питания составляет 79,6 %;
- большинство студентов не удовлетворяет санитарно-гигиеническое состояние туалетов (48,1 %), вполне удовлетворены только 14,9 %, частично удовлетворены – 29,6 %;
- большинство из иногородних студентов, проживающих в общежитии, удовлетворены бытовыми условиями проживания в общежитии – 61,4 %;
- удовлетворенность уровнем доступности к современным технологиям (работа на компьютере, использование Internet) составила 69,5 %;
- достаточность степени использования активных форм проведения учебных занятий (диалоговые лекции, деловые игры, дискуссии и др.) составила 56,2 %;
- удовлетворенность уровнем информированности (доступность необходимой информации образовательного, общественного, организационного и др. характера) составила 35,8% и частичная удовлетворенность – 42,9 %;
- удовлетворенность организацией научно-исследовательской деятельности и информированность об этом составила 31,7 %;
- большинство из орошенных студентов (64,4 %) удовлетворены обслуживанием в библиотеке;
- удовлетворенность обслуживанием в столовых и буфетах – 51 %.

В соответствии со всеми замечаниями и предложениями студентов при исполнении плана развития университета рекомендуем учесть результаты анкетирования в целях совершенствования работы и повышения уровня удовлетворенности студентов.

Через некоторый временной промежуток осуществляется повторное анкетирование с целью определения динамики улучшений (ухудшения) показателей.

Резюмируя вышеизложенное, необходимо отметить, что качество высшего образования является проблемой актуальной во все времена. Меняются внешние и внутренние условия развития образования, изменяется социально-экономическая ситуация, но, не смотря на это, актуальность вопросов обеспечения качества высшего образования растет с каждым годом. В условиях рыночных отношений решение этой проблемы возможно на комплексной основе, предполагающей применение разнообразных методов менеджмента качества, одним из которых является использование системы мониторинга качества образования [2].

Библиографические ссылки

1. Кликунов Н. В. К проблеме оценки качества подготовки специалистов // Вестник высшей школы. 2009. № 4. С. 9–12.

2. Куцев Г. Ф. Обеспечение качества высшего образования в условиях рыночной экономики // Педагогика. 2009. № 3. С. 12.

© Саакян Р. С., 2012

УДК 339.133

М. И. Смирнова
Научный руководитель – Н. В. Фёдорова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО ПКФ «ОРЛЕАН»

Рассматривается комплекс маркетинга, внешняя среда компании «Орлеан», выявляются недостатки в товарной политике и даются рекомендации по ее совершенствованию.

Общество с ограниченной ответственностью производственно-коммерческая фирма «Орлеан» было создано в 1993 году в г. Красноярске. Компания занимается производством авточехлов и накидок на автомобильные сидения под маркой «Зигуля», перетяжкой салона автомобиля, реставрацией салона, ремонтом Air Bag (подушки безопасности), вышивкой на текстиле, продажей автоаксессуаров собственного производства (подушки, покрывала, коврики) и других производителей (ароматизаторы, очки для водителя, детские кресла, полирующие средства, стеклоочистители, подогревы для сидений и др.). Автомобильные чехлы и накидки представлены как в наличном ассортименте, так и их можно заказать индивидуально. При заказе авточехлов дополнительно можно заказать вышивку. Покупателям предоставляется 1 год гарантии на чехлы и накидки [1].

Рынок, на котором работает компания «Орлеан», является рынком монополистической конкуренции. Ценовая стратегия фирмы – инициативное снижение и повышение цен. Обычно на предприятии цены увеличиваются в связи со стремлением увеличить прибыль, ростом средних издержек и инфляции.

Цена на автомобильные чехлы зависит от модели чехла и материала, из которого он изготовлен. Так, стоимость комплекта чехлов на автомобиле отечественного производства – от 2500 руб., на иномарки – от 8000 руб.

Для автомобилей старше 2000 года (включительно) действует постоянная скидка на авточехлы 25%.

Продукция компании реализуется в Красноярске посредством двух собственных магазинов (ул. Академика Вавилова, 46 и пр. Свободный, 53) и через фирменный сайт. В 2009 году компания вышла на рынки других городов Красноярского края и регионов России. Так, фирма наладила сотрудничество с фирмами в таких городах, как Ачинск (Красноярский край), Тында (Амурская область), Нерюнгри (Республика Саха (Якутия)), Усть-Кут (Иркутская область). Оптовый заказ подразумевает заказ региональными партнерами минимум 10 комплектов чехлов. В перспективе компания планирует увеличивать количество своих партнеров в других городах страны.

Компания «Орлеан» имеет собственный сайт (autozigulya.ru), посетители которого могут распечатать со страницы сайта специальный купон, гарантирующий скидку 15 %. Компания имеет собственную группу в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники», использует контекстную рекламу в сети Интернет – Яндекс-директ (декабрь 2010 – январь 2011) и Google Adwards (ноябрь 2011), размещает объявления о продаже своей продукции на бесплатных досках объявлений в сети Интернет, на сайте Интернет-аукциона (24au.ru). Периодически размещаются баннеры 3х6, дается реклама на радио и телевидении, производится e-mail рассылка. Систематически устраиваются акции (в определенные дни предоставляется скидка 25–40 % на чехлы и накидки). «Орлеан» имеет некоторый опыт в области кросс-маркетинга (сотрудничество с магазинами автозапчастей). Компания считает важным строить прочные отношения с обществом, поэтому уделяет особое внимание различным благотворительным программам [2].

Основными конкурентами компании «Орлеан» на рынке автомобильных чехлов и меховых накидок г. Красноярск являются: «АвтоДруг» (ул. Взлетная, 10, пр. Свободный, 57); «Аметист» (ул. Курчатова, 1); Автотекс (ул. Затонская, 3); «Автопилот» (ул. Взлетная, 10).

Потребителей можно разделить на три основные группы:

- физические лица – мужчины и женщины в возрасте от 18 до 60 лет, имеющие автомобиль, с уровнем достатка средним и выше среднего;
- юридические лица, имеющие служебный транспорт;
- организации (кафе, спортзалы и т. д.), которым может потребоваться перетяжка сидений.

Среди крупных клиентов ООО ПКФ «Орлеан» можно выделить следующих: ОАО «Ачинский нефтеперерабатывающий завод»; ООО ПКФ «КатэкАвиа»; ООО ПКФ «КрасАвиа»; ООО ПКФ «Крепость»; ООО «АэроГЕО»; МУП АТП г. Зеленогорск (автотранспортное предприятие); МУП АТП №7 г. Красноярск (автотранспортное предприятие); ГУ АТХ ГУВД Красноярск (главное управление автотранспортного хозяйства); спорткомплекс «Теннис-Холл».

Товарная политика является ядром маркетинговых решений, вокруг которого формируются другие решения, связанные с условиями приобретения товара и методами его продвижения от производителя к конечному потребителю.

В процессе изучения деятельности ООО ПКФ «Орлеан» были выявлены некоторые изъяны в товарной политике: периодически возникающие проблемы в качестве пошива автомобильных чехлов и накидок вследствие высокой текучести персонала, качестве установки чехлов и перетяжке салона, срывы заказов из-за недостаточной скоординированности в работе торгового персонала и производства, несоответствие наличного ассортимента требованиям посетителей, недоработанная марочная политика и др. Для устранения существующих недостатков было предложено введение отдельной должности установщика автомобильных чехлов, изуче-

ние потребительских предпочтений и совершенствование ассортимента, проведение анкетирования клиентов на предмет выявления недостатков и поиска вариантов расширения ассортимента для полного удовлетворения спроса, создание каталога продукции, внедрение специальной программы централизованного учета материалов, корректировка марочной политики, налаживание сотрудничества с автодилерами. Все это поможет уменьшить число недовольных клиентов, сократить случаи возникновения брака и срывы заказов.

Библиографические ссылки

1. Устав ООО ПКФ «Орлеан» от 02.12.2010.
2. ООО ПКФ «Орлеан» [Электронный ресурс]. URL: <http://autozigulya.ru/>.

© Смирнова М. И., 2012

УДК 339.13

М. И. Смирнова

Научный руководитель – В. А. Богомолов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО ПКФ «ОРЛЕАН» С ПОМОЩЬЮ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

Рассматриваются элементы комплекса маркетинга, внешняя среда компании «Орлеан», приводится SWOT-анализ и даются варианты маркетинговых стратегий.

Важность стратегического планирования на предприятии очевидна – четкое следование плану, использование разработанных на основе изучения рынка и специфики деятельности фирмы стратегий приводит к достижению поставленных целей организации. Существуют стратегии, зависящие от состояния товара и рынка (проникновение на рынок, развитие рынка, развитие продукта, диверсификация), от занимаемой компанией позиции (стратегии лидера, претендента, последователя, компании, оперирующей в нише), позиции по отношению к конкурентам (оборонительные и наступательные) и др [1].

Общество с ограниченной ответственностью производственно-коммерческая фирма «Орлеан» было создано в 1993 году в г. Красноярске. Миссия компании – создание комфортных условий для водителя и пассажиров [2]. Компания занимается производством авточехлов и накидок на автомобильные сидения под маркой «Зигуля», перетяжкой салона автомобиля, реставрацией салона, ремонтом подушки безопасности, вышивкой на текстиле, продажей автоаксессуаров собственного производства и других производителей [3]. Чехлы и накидки представлены как в личном ассортименте, так и под заказ.

Ценовая стратегия фирмы – инициативное снижение и повышение цен. Обычно на предприятии цены увеличиваются в связи со стремлением увеличить прибыль, ростом средних издержек и инфляцией.

Продукция компании реализуется в Красноярске посредством двух собственных магазинов и через фирменный сайт. В 2009 году компания вышла на

рынки других городов Красноярского края и регионов России: Ачинск (Красноярский край), Тында (Амурская область), Нерюнгри (Республика Саха (Якутия)), Усть-Кут (Иркутская область).

Компания «Орлеан» имеет собственный сайт, группы в социальных сетях, использует контекстную рекламу в сети Интернет, размещает объявления о продаже своей продукции на бесплатных досках объявлений в сети Интернет, на сайте интернет-аукциона. Периодически размещаются баннеры 3×6, дается реклама на радио и телевидении, производится e-mail рассылка. Систематически устраиваются скидочные акции. «Орлеан» имеет некоторый опыт в области кросс-маркетинга (сотрудничество с магазинами автозапчастей). Особое внимание компания уделяет различным благотворительным программам.

Потребителей можно разделить на три основные группы:

- физические лица – мужчины и женщины в возрасте от 18 до 60 лет, имеющие автомобиль, с уровнем достатка средним и выше среднего;
- юридические лица, имеющие служебный транспорт;
- организации (кафе, спортзалы и т. д.), которым может потребоваться перетяжка сидений.

Основными конкурентами компании «Орлеан» на рынке авточехлов и меховых накидок г. Красноярска являются: «АвтоДруг» (Взлетная, 10, Свободный, 57); «Аметист» (Курчатова, 1); Автотекс (Затонская, 3, Красноярский рабочий, 84); «Автопилот» (Взлетная, 10).

SWOT-анализ

<p>Сильные стороны (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие собственного производства. 2. Наличие собственных площадей для производства и реализации. 3. Многолетний опыт работы. 4. Дополнительная услуга – вышивка. 5. Большой выбор тканей для изготовления чехлов. 6. Использование нового материала – креатекс. 7. Опыт продажи продукции за пределами Красноярска и Красноярского края 	<p>Слабые стороны (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокая стоимость продукции по сравнению с основными конкурентами. 2. Слабая политика продвижения (коммуникационная политика). 3. Высокая текучесть кадров. 4. Нестабильное качество продукции. 5. Отсутствие специалиста по перетяжке сидений и установке чехлов. 6. Недостаточная согласованность в работе торгового персонала и производства
<p>Возможности (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выход на новые регионы. 2. Налаживание сотрудничества с местными компаниями. 3. Увеличение доли рынка. 4. Повышение узнаваемости бренда. 5. Увеличение лояльности потребителей к марке. 6. Увеличение доходов населения 	<p>Угрозы (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Появление новых конкурентов (в том числе иностранных) с более дешевыми товарами. 2. Изменение потребительских предпочтений. 3. Уменьшение доли рынка. 4. Инфляция. 5. Рост давления конкурентов

Для разработки рекомендаций по выбору стратегий развития ООО ПКФ «Орлеан» были проанализированы внешняя и внутренняя среда компании, проведен SWOT-анализ.

В результате проведения SWOT-анализа компании можно предложить ряд стратегий. Например, стратегия развития рынка (географическое расширение) – компания может увеличить свое присутствие в регионах страны, что приведет к росту объемов сбыта и увеличению клиентской базы [3]. Также это может быть стратегия проникновения на рынок, при этом необходимо произвести репозиционирование марки (уточнить идею марки, обосновать существующий уровень цен и преимущества товара) и корректировку коммуникационной политики. Это поможет закрепиться на рынке, сохранить существующих покупателей и привлечь новых. Третий вариант – рационализация рынка: избирательный отказ от обслуживания рыночных сегментов (выбор наиболее привлекательных сегментов из уже обслуживаемых, например, мужчины и женщины от 30 до 50 лет с доходом выше среднего и имеющим автомобиль иностранного производства). На дальнейшую перспективу можно порекомендовать стратегию концентрической диверсификации или развития продукта:

в частности, начать выпуск универсальных автомобильных чехлов из более качественной ткани, которые можно сшить на заказ, предварительно выбрав дизайн чехла, срок выполнения заказа при этом будет меньше, чем при пошиве оригинальных чехлов на сидения. Также может быть предложена стратегия конгломератной диверсификации. Например, выпуск подушек для табуретов, стульев и лавок, мягких кубиков для детей, сумок или домиков для животных и др. Однако это потребует больших затрат, связанных с исследованием рынка, освоением технологии, коммуникацией, компания столкнется с конкуренцией на рынке подобных товаров, поэтому на данном этапе реализацию этой стратегии лучше отложить.

Библиографические ссылки

1. *Маркетинговые стратегии* [Электронный ресурс]. URL: <http://marketing.web-3.ru/definitions/marketstrateg/>.
2. *Устав ООО ПКФ «Орлеан» от 02.12.2010.*
3. *ООО ПКФ «Орлеан»* [Электронный ресурс]. URL: <http://autozigulya.ru/>.

© Смирнова М. И., 2012

УДК 658.014.1

Е. С. Старовойт
 Научный руководитель – Н. В. Федорова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

**ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА КАК КРИТЕРИЙ ВЫБОРА
 МЕТОДА РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ**

Рассматривается выбор метода разработки маркетинговой стратегии в зависимости от используемого инструмента маркетингового анализа.

Разработка маркетинговой стратегии является неотъемлемой частью успешной деятельности, т.к. компании, осуществляющие маркетинговое планирование, имеют более высокие показатели устойчивости на рынке по сравнению со своими конкурентами [1].

Планирование предполагает разработку стратегий и программ их реализации, направленных на достижение поставленных целей предприятия. Целями планирования выступают: снижение уровня риска хозяйственной деятельности в условиях нестабильной среды; обеспе-

ценности стабильности роста и развития предприятия путем выбора привлекательных зон хозяйствования; смягчение остроты рыночной конкуренции [2].

Несмотря на то, что разработка маркетинговой стратегии является многостадийным процессом и носит комплексный характер, корпоративная стратегия должна иметь четкую цель и фокусировать деятельность предприятия на достижение этой цели [3].

Маркетинг относительно новое явление для российской действительности. Российские предприятия, как правило, работают по устаревшим моделям управления. На сегодняшний день существует широкий спектр методов разработки маркетинговой стратегии, классификация которых не раз приводилась авторами учебников и пособий. Группировка методов производилась по различным классификационным признакам и охватывала широкий круг областей научного знания.

Инструментарий маркетингового анализа представляет собой совокупность приемов и методов, применяемых для обоснования различных по длине временного интервала и реализации маркетинговых решений: стратегических, текущих, оперативных [2].

Сегодня существует много методов разработки маркетинговой стратегии: матричные, статистические, экономико-математические, эвристические, стоимостные, SWOT-анализ, SNW-анализ, GAP-анализ, ABC-анализ, PEST-анализ, отраслевой анализ, метод сценариев и другие. Каждый из них рассматривает сочетание определенных факторов [4].

В условиях ожесточенной конкуренции при разработке стратегии предприятия важно обеспечить конкурентоспособность предприятия. Конкурентное преимущество может основываться на уникальном продукте, ценовых преимуществах, успешном товародвижении, отлаженной системе коммуникаций. В зависимости от условий, в которых находится предпри-

ятие, можно определить наиболее доступный и выгодный инструмент маркетинга, который позволит выбрать приемлемый метод разработки маркетинговой стратегии (см. рисунок).

Если приоритетным направлением маркетинговой деятельности предприятия является разработка нового продукта, наиболее эффективным будет использование методов экспертных оценок «Делфи», «Дерево целей», мозгового штурма.

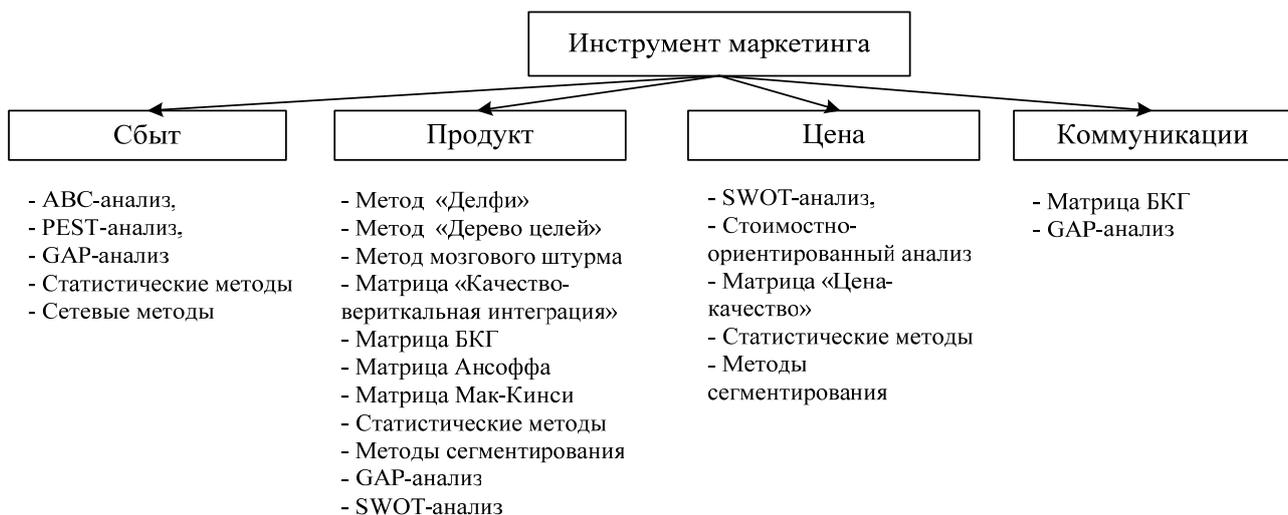
Выбор основного продукта может быть сделан на основе матрицы Ансоффа, Мак-Кинси, Бостон консалтинг групп, методов сегментирования, статистических методов, SWOT-анализа, GAP-анализа.

Если предприятию необходимо добиться ценового конкурентного преимущества, основными методами при разработке стратегии являются: стоимостно-ориентированный анализ, матрица «Цена-Качество», статистические методы, методы сегментирования, SWOT-анализ.

Пересмотреть сбытовую политику можно, используя ABC-анализ, PEST-анализ, GAP-анализ, статистические методы, матрицу Мак-Кинси, БКГ-матрицу.

Коммуникационная политика направлена на продвижение продукции. Товар, не соответствующий заявляемым требованиям, не будет пользоваться спросом у покупателей. Позиционирование товара должно опираться на реально существующую ситуацию. Положение товара на рынке может быть определено с помощью матрицы БКГ, разницу между планируемыми и реальными результатами покажет GAP-анализ.

Классификация методов разработки маркетинговых стратегий позволяет упорядочить имеющиеся на данный момент знания в области методологии относительно принятия решений, касающихся стратегического маркетинга, а также сократить время поиска оптимального метода разработки стратегии.



Выбор метода маркетингового анализа на основе используемого инструмента маркетинга

Библиографические ссылки

1. Голубков Е. П. Исследование некоторых проблем развития маркетинга и его инструментов // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2011. № 2 (82).
 2. Мельник М. В., Егорова С. Е. *Маркетинговый анализ* : учебник. М. : Рид Групп. 2011.

3. Томпсон-мл., Артур А., Стрикленд, III, А. Дж. *Стратегический менеджмент: концепции ситуации для анализа* ; пер. с англ. М. : Вильямс, 2006.
 4. Арутюнова Д. В. *Стратегический менеджмент* : учеб. пособие. Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ. 2010.

© Старовойт Е. С., 2012

УДК 339.133.024

Ю. Г. Темных
Научный руководитель – Н. В. Фёдорова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО ПКФ «ОРЛЕАН»

Представлены результаты исследования маркетинговой деятельности предприятия ООО ПКФ «Орлеан», его конкурентоспособности, выявлены основные проблемы функционирования предприятия и предложены рекомендации по их устранению.

Общество с ограниченной ответственностью производственно-коммерческая компания «Орлеан» была основана в конце 1993 г. Миссия компании состоит в создании комфортных условий для водителя и его пассажиров. Основной деятельностью предприятия является торговля и швейное производство автомобильных чехлов. ООО ПКФ «Орлеан» предоставляет следующий ассортимент продукции и услуг: универсальные авточехлы, чехлы оригинальные, «маечки», накидки на сидения, перетяжка сидений, вышивка на текстиле, ремонт air bag (подушки безопасности), аксессуары – подушки, полотенца, ароматизаторы и т. д. [1].

Анализ динамики производства и реализации продукции показал, что на предприятии нет резких перепадов в производстве и реализации авточехлов. Однако на предприятии существует проблема текучки кадров. Персонал постоянно меняется, вследствие чего, приходят новые сотрудники, у которых нет опыта по пошиву чехлов, что в свою очередь влияет на качество производимой продукции.

Цена зависит от материала и модели машины, на отечественные автомобили цена чехлов начинается от 2500 руб., на иномарки – от 8000 руб., ремонт сидений от 3500 руб., перетяжка салона от 15000 руб. Представленные цены достаточно высоки относительно конкурентов [2].

Продажа продукции ООО ПКФ «Орлеан» осуществляется с помощью двух собственных магазинов в г. Красноярск на ул. Вавилова 46 и пр. Свободный 53. Также продажа продукции осуществляется с помощью посредников другие города РФ: Ачинск (Красноярский край), Нерюнгри (Якутия), Усть-Кут (Иркутская обл.), Тынды (Амурская обл.).

ООО ПКФ «Орлеан» имеет три целевых аудитории. К первой относят розничных покупателей, которые являются мужчинами и женщинами в возрасте от 18 и старше, с уровнем дохода средний, выше среднего и высокий. Они имеют автомобиль отечественного или иностранного производства. Данные автомобили могут быть как новыми, так и поддержанными.

Ко второй группе относят коммерческие организации, имеющие в своем распоряжении служебный транспорт: автомобили, автобусы, самолеты и т. д. Обычно это поддержанный транспорт и их владельцы хотят обновить салон.

К третьей группе относятся организации общественного досуга: кафе, рестораны, кинотеатры, спортзалы и т. д. В связи с большой проходимость людей и с течением времени обивка портится, и чтобы со-

хранить статус заведения, у данных организаций возникает необходимость в перетяжке сидений и т. п.

Анализ эффективности рекламных средств за январь – ноябрь 2011 г. показал, что большинство покупателей автосалона «Зигуля» – это люди, которые совершают повторную покупку (18,7%), либо полагаются на советы своих знакомых, которые уже делали здесь покупки (16,3 %). Большой процент клиентов, которые проходили мимо (10,6%), что говорит о том, что местоположение здания удачно, а реклама и вывески на здание привлекают внимание людей. Самым же эффективным рекламным средством является баннеры (12,7 %) и бесплатные объявления (9,2 %), что в свою очередь показывает на правильность выбора билбордов и все большую эффективность интернет-рекламы.

Основными конкурентами салона авточехлов «Зигуля» на рынке г. Красноярск являются: «Автодруг», «Аметист», «Автотекс», «Автопилот», магазины, продающие различные автоаксессуары, авточехлы являются одной из позиций представленной номенклатуры товаров, например, «ШинТоп».

Анализ конкурентоспособности показал, что самым конкурентоспособным предприятием является «Аметист», т. к. у него хороший выбор продукции, сервисное обслуживание и т. д. Самым не конкурентоспособным предприятием «Автодруг» на Взлетной 10, т. к. в этом магазине представлен небольшой ассортимент продукции, плохое оформление и качество обслуживания. Салон чехлов «Зигуля» занимает лидирующие позиции, но есть определенные проблемы в качестве продукции, уровне цен и продвижении.

В результате проведенного SWOT-анализа были выявлены две главные проблемы: низкое качество производимой продукции и слабая коммуникационная политика.

Для решения выявленных проблем ООО ПКФ «Орлеан» необходимо провести следующие мероприятия:

1. Проведение мероприятий по материальному и нематериальному стимулированию сотрудников.
2. Наладить систему учета материалов.
3. Проведение маркетинговых исследований.
4. Позиционирование предприятие как № 1 на рынке автомобильных чехлов.
5. Разработка рекламной кампании.
6. Налаживание работы официального сайта.
7. Разработка программы лояльности клиентов.
8. Участие в отраслевых выставках, конференциях, презентациях.

Данные мероприятия позволят компании улучшить качество продукции, сократить текучесть кадров, сохранить или даже увеличить долю рынка, повысить узнаваемость бренда, привлечь новых покупателей и удержать старых клиентов.

Библиографические ссылки

1. Устав Общества с ограниченной ответственностью производственно-коммерческая фирма «Орлеан».
2. Авточехлы «Зигуля» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.autozigulya.ru>.

© Темных Ю. Г., 2012

УДК 339.133.024

Ю. Г. Темных

Научный руководитель – В. А. Богомолов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ООО ПКФ «ОРЛЕАН»

На основе исследования маркетинговой деятельности предприятия ООО ПКФ «Орлеан», выявлены основные проблемы в политике продвижения предприятия и предложены рекомендации по их устранению.

Маркетинговая стратегия продвижения позволяет обозначить текущее положение на рынке торговой марки или продукта, провести анализ рыночной ситуации, конкурентной среды – на основании многочисленных факторов выявляется, как нужно проводить позиционирование. Стратегия продвижения позволяет наметить цели и задачи, которые необходимо реализовать, определить способы и средства для их достижения.

Общество с ограниченной ответственностью производственно-коммерческая компания «Орлеан» была основана в конце 1993 г. Миссия компании состоит в создании комфортных условий для водителя и его пассажиров [2]. Основной деятельностью предприятия является торговля и швейное производство автомобильных чехлов. ООО ПКФ «Орлеан» предоставляет следующий ассортимент продукции и услуг: универсальные авточехлы, чехлы оригинальные, «мечки», накидки на сидения, перетяжка сидений, вышивка на текстиле, ремонт air bag (подушки безопасности), аксессуары – подушки, полотенца, ароматизаторы и т. д. [1]. На основе проведенного SWOT-анализа было выявлено, что самой оптимальной стратегией для предприятия является стратегия ограниченного роста. Данная стратегия состоит в том, что компания увеличивает или сохраняет объем продаж существующей продукции на существующих рынках. В результате реализации данной стратегии [3]:

1. Происходит развитие первичного спроса за счет привлечения новых потребителей, роста среднего объема покупки товара.

2. Доля рынка увеличивается за счет привлечения покупателей марок других компаний-конкурентов с помощью совершенствования товара, репозиционирования торговых марок, проведению масштабных акций по стимулированию реализации продукции.

3. Защита рыночной позиции – сохранении достигнутой рыночной позиции, а именно: взаимоотношений с потребителями, сбытовой сети, доли рынка, имиджа.

В рамках стратегии ограниченного роста необходима разработка и реализация стратегии продвижения.

В результате анализа маркетинговой деятельности ООО ПКФ «Орлеан» были выявлены ошибки в политике продвижения предприятия. Чтобы их устранить, необходимо провести ряд мероприятий. Для начала организовать маркетинговое исследование, направленное на выявление предпочтения потребителей, уровень лояльности, анализ конкурентоспособности продукции и предприятия в целом. Данное исследование позволит составить правильную коммуникационную политику и в целом стратегию развития предприятия.

XXI век – век высоких технологий, и Интернет стал неотъемлемой частью жизни практически каждого человека. Потенциальный потребитель ищет необходимую информацию на сайте компании, поэтому сайт должен быть удобен, логически понятен и интересен. Все это создает первое впечатление о фирме. ООО ПКФ «Орлеан» необходимо нанять высококвалифицированного программиста, который занимался официальным сайтом компании, устранил существующие ошибки и продолжал последующую модернизацию сайта. В обязанности данного специалиста должно входить мониторинг интернет-форумов на автомобильную тематику, тем самым выявляя негативную информацию, распространяемую про чехлы «Зигуля», устранять или нейтрализовать их и не навязчиво распространять позитивную информацию.

Также необходимо развивать партнерские отношения с фирмами, занимающимися автомобилями: дилерские центры, автосервисы, автозаправки, магазины запчастей, авторынок и т. д. Например, взаимовыгодное размещение рекламных буклетов у себя в магазинах, предоставление услуг друг другу со скидкой и т. д.

Компания «Орлеан» применяет различные виды рекламы: в печатных изданиях, по телевидению, радио, поисковые системы и т. д. Проблема заключается в том, что нет четко прописанной рекламной кампании. Реклама подается хаотично, без анализа, поэтому она не дает желаемых результатов. Например, контекстная реклама в поисковых системах Яндекс и Google размещается лишь на период действия акции для коммерческих компаний, которые получают специ-

альный промо-код на 2000 руб. За последние шесть месяцев 2011 года было проведено три одинаковых мероприятия по стимулированию сбыта – тематические акции (день рождения компании, день автомобилиста, Новый год), в течение двух дней предоставлялась скидка 40 %. Данные мероприятия направлены на краткосрочную перспективу, а предприятию необходимо, чтобы рост числа клиентов происходил постоянно. Поэтому необходимо разработать маркетинговую стратегию на долгосрочную перспективу и более целенаправленно и систематически размещать рекламу. Данная стратегия позволит салону авточехлов «Зигуля» позиционироваться как № 1 в г. Красноярске, чтобы у потенциальных клиентов не возникало вопросов, где им покупать автомобильные чехлы.

После привлечения новых покупателей, необходимо разработать программу лояльности, например, предоставлять дисконтные карты, чтобы клиент вернулся именно в салон авточехлов «Зигуля», а не другой магазин, или отдал своему другу, тем самым привлекая новых клиентов.

Коммуникационная стратегия предприятия для каждого из сегментов имеет свои особенности, обусловленные разницей в мотивации. B2b-сегмент – ограниченный, четко очерченный круг заказчиков-профессионалов: дистрибуторов, торговых сетей, оптовиков, контрагентов. Для них имеют значения рациональные, экономические аргументы. Заточенная

под этот сегмент коммуникационная стратегия маркетинга основана на сообщении информации о цене, производительности, окупаемости, сроках поставки, условиях оплаты. В то же время, коммуникационная стратегия предприятия этого сегмента редко строится на имиджевой или эмоциональной составляющих. Каналы коммуникации для b2b – это отраслевая пресса, каталоги, выставки, конференции и презентации, а также прямые продажи и рассылки по потенциальным заказчикам.

Данные мероприятия позволят компании сохранить или даже увеличить долю рынка, повысить узнаваемость бренда, привлечь новых покупателей и удержать старых клиентов.

Библиографические ссылки

1. Устав Общества с ограниченной ответственностью производственно-коммерческая фирма «Орлеан».

2. Авточехлы «Зигуля» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.autozigulya.ru>.

3. Веснин В. П., Кафидов В. В. Стратегическое управление : учеб. пособие. Санкт-Петербург : Питер, 2009. 256 с.

© Темных Ю. Г., 2012

УДК 669.713.7

И. М. Тетерева

Научный руководитель – Л. В. Юшкова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

БЕНЧМАРКИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Завоевать рынок, повысить показатели эффективности, разработать новую стратегию, превзойти своих конкурентов и, наконец, получить максимальную прибыль – цель любой российской компании. Все это возможно благодаря использованию процесса бенчмаркинга. Сегодня все более популярным становится процесс перенимания положительного опыта ведения бизнеса у своих конкурентов, поставщиков или посредников. Воспользоваться опытом успешных компаний – возможность выйти на новую ступень своего развития. Поэтому бенчмаркинг на сегодня – шаг к новым вершинам бизнеса.

За последние несколько лет в России с завидным постоянством появляются публикации на тему бенчмаркинга, и акцент в них делается на механизм, методологию проведения – этапы, шаги, стадии – на описание различных видов бенчмаркинга: процессного, функционального, стратегического, внутрифирменного, бенчмаркинга продукта – и так далее.

Бенчмаркинг – это процесс определения, понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования компании с целью улучшения собственной работы. Обычно за образец принимают «лучшую» продукцию и маркетинговый процесс, используемые прямыми конкурентами и фирмами, работающими в других подобных областях, для выявления фирмой возможных способов совершенствования её собственных продуктов и методов работы [2, с. 81].

Бенчмаркинг можно рассматривать как одно из направлений стратегически ориентированных маркетинговых исследований.

Соответственно эталоны, в сравнении с которыми проводится бенчмаркинг, также меняются, и только непрерывный бенчмаркинг способен помочь компании быстрее узнавать обо всех новациях и выгодно применять их на практике.

Сложившаяся теория и практика рассматривает типы бенчмаркинга в зависимости от объекта сравнения и от того, что сравнивается. Лучшие результаты получаются в комбинации общего бенчмаркинга, в котором участвуют предприятия из других отраслей, и бенчмаркинга процесса.

Бенчмаркинг бывает двух видов: общий и функциональный.

Первый представляет сравнение показателей производства и продажи своих продуктов с показателями бизнеса достаточно большого количества производителей или продавцов аналогичного продукта. Такое сравнение позволяет наметить четкие направления инвестиционной деятельности. Параметры, используемые для сравнения характеристик продукта, зависят от конкретного вида продукта [3, с. 110].

Функциональный бенчмаркинг означает сравнение параметров работы отдельных функций (операций, процессов, приемов работ и т. п.) продавца с аналогичными параметрами наиболее лучших предприятий (продавцов), работающих в похожих условиях.

Пошаговый план применения бенчмаркинга можно рассмотреть на примере любого российского предприятия:

1. Выявить те аспекты деятельности предприятия, которые дают конкурентам занимать большую долю рынка, тем самым обеспечивать продукцией больший процент потребителей, и являться теми поставщиками, которые добились делового и рыночного совершенства.

2. Определить предприятие-эталон. То, чем занимается наш конкурент, не всегда отражается на нас только в падении спроса на наш товар или услугу. Есть и другая сторона медали. Их успехи перед глазами, их ошибки и просчеты вызывают улыбку на наших лицах, а как насчет их планов? Что можно сказать о сильных сторонах конкурентов? Какой порядок царит на складе и в голове соперника? Вопросов много. Встает дилемма – руководствуясь принципами честной конкуренции много думать и тратить средства на исследования либо, взяв на вооружение методы конкурентной разведки (шпионаж), получить интересующую информацию за несравнимо меньшие деньги. Каждый выбирает для себя [1, с. 39].

3. Определить пути достижения предприятием-эталонем высоких показателей деятельности и высокого уровня эффективности.

4. Сбор и анализ полной информации о предприятии-эталоне.

Определившись со списком кандидатов, пора делать выбор. Поможет в этом информация. Информа-

ция, полученная из СМИ, не всегда отражает истинную картину и положение дел будущего эталона. Трудно понять по статье в интернете, что это – реальные факты или пустое бахвальство.

5. Выявить то, что должно быть сделано для доведения показателей работы предприятия до оптимального уровня.

6. Разработать план реализации полученных идей с целью приведения бизнеса в соответствие со стандартами и получение превосходства над ними, прописать пошагово все действия, назначить ответственных, равномерно распределить обязанности и постоянно контролировать весь процесс, дабы избежать отклонений от выбранного направления.

7. Реализовать выбранный план.

8. Подвести итоги и придерживаться заданного курса в дальнейшем.

То предприятие, которое постоянно ищет причины, почему нет, никогда не превзойдет своих конкурентов и будет оставаться на тех же ступенях развития.

Чтобы внедрить бенчмаркинг, необходимо иметь полный пакет информации о том предприятии, которое будет эталоном. Имея только полную картину возможно применение используемых методик в полной мере.

Бенчмаркинг является прекрасным трамплином для роста компании. И пора уже полноценно запускать этот метод в работу.

Библиографические ссылки

1. Балабанов И. Т. *Инновационный менеджмент. Прогнозирование. Реинжиниринг. Бенчмаркинг.* СПб.: Питер, 2001. 304 с.
2. Рейдер Р. *Бенчмаркинг как инструмент определения стратегии и повышения прибыли.* РИА «Стандарты и качество», 2006.
3. Харрингтон Х. Дж., Харрингтон Дж. С. *Бенчмаркинг в лучшем виде! 20 шагов к успеху.* СПб.: Питер, 2004. 176 с.

© Тетерева И. М., 2012

УДК 669.713.7

*Франтик Томаш

Научный руководитель – Н. В. Федорова**

*Чешский технический университет

**Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ХРИСТИАНСТВО КАК ПРОДУКТ МАРКЕТИНГА

Рассмотрены вопросы взаимосвязи маркетинга и религии, Христианства и рынка.

Бог пребывает в небе, по крайней мере, пребывал. Пока небо было недостижимым, неисследованным – это не было проблемой. Однако астрономия начала развиваться уже до нашей эры. В Средневековье, благодаря новым инструментам, возможностям развитие науки и техники стало быстрым, хотя церковь пробовала это ограничивать. В начале 20-го века человек-

воздухоплаватель завладел воздухом, во второй половине 20-го века человек-космонавт достигнул космоса. Посмотрел на небо сверху и не обнаружил Бога.

Благодаря тому, что воздухоплавание и космонавтика не развились за ночь, а развивались в течение длительного процесса, церковь имела достаточно много времени, чтобы приготовить себя для серьезно-

го идеологического прыжка формы существования Бога из неба в головы верующих. Это возможно понимать, как частичную победу атеизма. Бог, в конце концов, изменил себя в нечто не осязаемое, недостижимое. Было необходимо большое перемещение, и церковь допустила основную идею, что Бог – умственный продукт. Фундаментом каждой религии является добровольная уверенность в чём-нибудь непотверждённом. Фундаментом религии является вера.

Генезис и развитие христианства уже с начала своей истории сложный и комплексный процесс, с большим количеством переулков и тупиков. Возможно найти примеры этому в эволюции какой-нибудь группы животных, которой было необходимо в течение тысяч лет адаптироваться к изменениям условий своего окружения, к новым хищникам, чтобы пережить. Не надо победить, хватит пережить. Такая отрасль эволюции имеет, конечно, много коротких веток, тупиков, которые неожиданно закончились из-за разных причин.

Развитие Христианства также возможно понимать как развитие одной отрасли рынка. Возможно, представить себе, что весь рынок представляет собрание всех религии – анимизм, тотемизм, шаманизм, политеистические и монотеистические религии. Путь каждой из них можно видеть как временную кривую количества верующих. Каждая кривая начинается в точке ноль верующих, в определённое время. В зависимости от своего вида она закончена или нет. Кривые примитивных религий будут на графике существовать очень долго (и до сих пор), но количество членов никогда не было и не будет высоким. Удача политеистических религии связана с удачей народа, который их придумал. Например, греческие и римские боги были мощными только когда были мощными античная и римская империи [1].

Успех зависит от стратегии распространения и от структуры организации. Это не имеет значение, говорим ли мы о предприятии производящим LCD-дисплеи или об Исламе. Самым подходящим для маркетингового анализа примером является Христианство.

В настоящее время Христианство самая успешная религия во всем мире, если не разделять на фракции. Христианами является почти одна треть человечества – больше, чем два миллиарда людей. Христианство имеет больше членов, чем все индические религии вместе (буддизм, индуизм, сикизм). Христианство имеет наибольшее распространение в Северной и Южной Америке, в Европе, Австралии и в Южной Африке. Количество костёлов, церквей и капеллой

тяжело даже представить. Традиционные христианские традиции и обычаи делают Христианство одним из основных элементов формирования этики и культуры.

С точки зрения маркетинга это всё возможно соединить в анализ позиции на рынке. И позиция христианства, несомненно, позиция лидера среди религий и этого было не легко достигнуть.

Среди всех возникающих из иудаизма сект Христианство сильно отличалось. В первые принимало в себя всех людей, это значит, что оно не было элитерным, более того было универсальным. Даже после смерти предлагало хорошим людям вечную жизнь в рае. Разница в том, что распространение не окончилось со смертью его главного пророка и кажется, что, на самом деле, тогда началось. Апостолы Иисуса Христа были уже достаточно образованными в вопросе новой веры, чтобы могли развить идею новой веры и распространить её самостоятельно.

Веру возможно передавать и пропагандировать между своими родственниками и знакомыми. Это самая действенная реклама. Если вся семья имеет смартфоны Nokia, почему покупать другой бренд, ведь мы довольны тем, что выбрали, тем, что уже знаем, чему доверяем [2].

Основной вопрос – что на самом деле является продуктом. Почему миллионы людей ходят в церкви, платят добровольные взносы, почему в истории и в настоящее время богатые люди и организации финансируют строительство церковных зданий? Сейчас не учитываем благотворительную работу христианства, которая привлекает большое внимание. Вопрос касается только веры.

Продуктом не будет ничего меньше, чем вечное спасение за правильную жизнь на Земле. Правильную жизнь в благочестии и без грехов.

Продолжительное существование предприятия, сильная база покупателей, гибкость, абсолютная ориентация на покупателя, доступность по всем мире, для всех социальных групп, любого возраста. В итоге, какие экономические результаты имеет Христианство? Если покупатель – верующий, то прибыль это – добро, благо, любовь и помощь ближнему.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Religion>.
2. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Christianity>.

© Томаш Франтик, 2012

УДК 339.133

Я. С. Холкина

Научный руководитель – Е. Г. Корепанова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Рассматривается система управления маркетингом на предприятии. Этапы управления маркетингом.

Система управления маркетингом на предприятии подвержена воздействию многих факторов: политиче-

ская неустойчивость, непредсказуемая внешняя среда, изменение конкурентных позиций и так далее.

Управление маркетингом на предприятии является большей частью руководящей работы. Оно состоит из двух важных элементов: планирования и организации маркетинговой деятельности. Процесс управления маркетингом на предприятии является непрерывным и представляет собой наблюдение за всеми изменениями внешней среды, функционирования системы маркетинга и выявления отклонений между фактическими и запланированными результатами маркетинговой деятельности [1].

Управление маркетингом на предприятии нацелено обеспечить максимально эффективное использование материальных, финансовых и прочих ресурсов.

Управление маркетингом на предприятии состоит из четырех этапов.

Первый этап – необходим анализ рыночных возможностей, который нужно начинать строго, что установить долю предприятия на товарном рынке.

Второй этап – следует выбрать целевой рынок. Такое название имеет наиболее выгодная для конкретного предприятия группа рыночных сегментов или же только один сегмент. И деятельность предприятия направлена именно на них. Прежде чем выбирать целевой рынок, необходимо изучить потребителей и сегментацию рынка. Сегментацией называется разделение рынка на группы покупателей, которые характеризуются одинаковой реакцией на товар и маркетинговые усилия. Процесс выбора целевого рынка завершается тем, что называется позиционирование товара. Имеется в виду, что формируется идеальный образ товара, а также ему обеспечивается желательное место не только на рынке, а также и в сознании целевых потребителей [2].

Третий этап – разрабатывается комплекс маркетинга, представляющий собой совокупность параметров, которые управляются предприятием и используются, чтобы наиболее полно удовлетворить потребности целевого рынка. Комплекс маркетинга состоит из таких параметров, как товар, его цена, сбыт, его продвижение на рынок.

Четвертый этап – планирование и контроль. Планированием называется процесс, во время которого

ставятся цели, устанавливаются стратегии и четкие пути их реализации. Оно делится на тактическое и стратегическое. Контроль же нужен для того, чтобы оценивать уровень выполнения планов.

Управление маркетингом на предприятии происходит в условиях разных маркетинговых структур – составной части всей организационной структуры любого предприятия, представляющей собой совокупность служб предприятия, а также органических связей, существующих между ними, не только по горизонтали, но и по вертикали, то есть от начальника до исполнителя.

Для наиболее эффективного управления маркетингом решающее значение имеет именно маркетинговая структура. В данный момент она не имеет универсальной схемы. Отделы маркетинга создаются на разных основах.

Таким образом, система маркетинга на предприятии подвержена воздействию огромного количества разнообразных факторов. Маркетинговые цели всегда направлены на то, чтобы превратить потребности покупателей в прибыль (доходы) предприятия и достичь конкретных результатов на определенных рынках. Направление и характер целей предприятия изменяется под влиянием быстрых темпов научно-технического прогресса, быстрого изменения спроса потребителей, усложнения производства и роста его масштабов и прочих факторов. Именно поэтому маркетинговые структуры должны быть приспособляемыми и гибкими. Но это возможно, только если они смогут изменять собственные организационные формы в процессе изменения маркетинговой стратегии.

Библиографический список:

1. Гвишиани Д. М. Организация управления. М. : Наука, 2003.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник ; под ред. проф. В. А. Алексунина. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Дашков и К°, 2003.

© Холкина Я. С., 2012

УДК 339.133.024

Я. С. Холкина

Научный руководитель – В. А. Богомолов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ОАО «КРАСНОЯРСКИЙ ХЛЕБ»

Рассматривается понятие конкурентной стратегии предприятия, подходы к ведению конкурентной борьбы. Конкурентные стратегии для разных ситуаций. Общая методика разработки конкурентной стратегии.

Стратегия конкурентной борьбы, или конкурентная стратегия, – это стремление компании занять конкурентную рыночную позицию в отрасли [3]. Конкурентная стратегия направлена на то, чтобы добиться устойчивой и выгодной позиции, позволяющей компании противостоять напору тех сил, которые определяют конкурентную борьбу в отрасли.

Компания обладает конкурентным преимуществом, если ее позиция характеризуется более выгодным положением относительно соперников в конкурентной борьбе и привлечением покупателей. Существует множество различных конкурентных преимуществ: преимущество товаров более высокого качества, предоставление покупателям более широкого круга услуг,

сбыт товаров по относительно низким ценам, более выгодное географическое положение, производство товаров, не имеющих равноценных аналогов, производство более надежных и долговечных продуктов, предоставление большего объема услуг в расчете на одну покупку (комбинация высокого качества, хорошего сервиса и умеренной цены). Какую бы стратегию не избрала компания, если она стремится добиться конкурентного преимущества, то должна привлечь внимание потребителей к своей продукции, предоставляя большую «ценность», чем того ожидает покупатель.

Стратегия конкуренции представляет собой набор специфических шагов и подходов, которые фирма предпринимает или собирается предпринять с целью ведения успешной конкурентной борьбы в данной отрасли. В зависимости от сложившейся ситуации, стратегия может носить преимущественно оборонительный или преимущественно наступательный характер.

Компании всего мира имеют на вооружении поистине фантастически проработанные все мыслимые и немыслимые способы завоевания рыночного преимущества. В этом смысле, существует столько стратегий конкуренции, сколько конкурирующих фирм. Однако, отбрасывая все нюансы, можно выделить три основных стратегических подхода к ведению конкурентной борьбы [1]:

1. Стремление иметь самые низкие в отрасли издержки производства (стратегия руководящей роли в области издержек производства).

2. Поиск путей дифференциации производимой продукции от продукции конкурентов (стратегия дифференциации).

3. Фокусирование на узкой части, а не на всем рынке (стратегия фокуса, или ниши).

Выбор компаний конкурентной стратегии определяется взаимодействием трех факторов [2]:

1. Конкурентной позицией фирмы (является ли она лидером рынка, претендентом на лидерство, последователем или обитателем ниши).

2. Стратегической задачей (стремится ли фирма доминировать на рынке или рассчитывает занять удобную прибыльную нишу).

3. Рыночной ситуацией (находится ли фирма на раннем этапе роста или в фазе поздней зрелости).

Конкурентные стратегии это важная и неотъемлемая часть современных рыночных отношений. Фирма или предприятие выстраивает свою конкурентную стратегию исходя из занимаемой позиции на рынке, т.е. является ли она лидером рынка, претендентом на лидерство, последователем либо обитателем ниши. Также компания проводит анализ своих конкурентов и оценивает свои возможности, и лишь затем выбирает подходящую для себя конкурентную стратегию.

Рынок хлеба слегка отличается от рынка других потребительских товаров, т.к. является продуктом повседневного спроса, так же можно назвать его продуктом первой необходимости. Рынок хлеба регулируется государством, если быть точнее, то государство скорее регулирует цены на хлеб. Так УФАС постоянно наблюдает за деятельностью предприятий: в 2008 году, ОАО «Красноярский хлеб» поднял цены на хлеб без ведома государства (ОАО «Красноярский

хлеб» тогда являлся монополистом на рынке и как утверждает УФАС его доля на рынке составляла 70%), после недолго разбирательства цены на хлеб были снижены и пока «Красноярский хлеб» являлся монополистом не повышались.

Так же о хлебе можно сказать, что спрос на данный продукт обладает низкой эластичностью, т.е. сколько цены не повышай хлеб спрос останется неизменным. Но может снизиться спрос именно на продукцию данного предприятия, поэтому конкуренты чаще все договариваются и повышают цены вместе, хотя это тщательно скрывается от государства.

Главными производителями хлеба в г. Красноярске являются ОАО «Красноярский хлеб», ООО «ДиХ-леб» (Дивногорский хлебозавод), ОАО «Каравай», Командор (собственное производство), О'кей (собственное производство). Лидирующие позиции занимает ОАО «Красноярский хлеб», его доля составляет 23 % от общего объема реализации хлеба.

Для предприятия ОАО «Красноярский хлеб» можно порекомендовать общую методику разработки конкурентной стратегии, состоящую из следующих шагов (этапов):

1. Формулирование проблем предприятия.
2. Предварительная гипотеза о дальнейшем развитии.
3. Анализ внешней среды предприятия:
 - Анализ информации о рыночных тенденциях.
 - Анализ информации о конкурентах.
4. Анализ внутреннего состояния компании.
5. Окончательная формулировка проблем, подлежащих разрешению.
6. Изучение теоретических основ.
7. Выводы из анализа изучения теоретической литературы.
8. Проведение частных маркетинговых исследований.
9. Анализ итогов маркетинговых исследований. Окончательная формулировка конкурентной стратегии.
10. Составление подробного плана реализации конкурентной стратегии.
11. Определение мотивационной составляющей участников реализации конкурентной стратегии.
12. Реализация утвержденного плана изменений.
13. Подведение итогов проделанной работы.

Для каждого сегмента характерно оригинальное поведение потребителей, а, значит, собственная конкурентная стратегия, которую наилучшим образом может реализовать предприятие на этом сегменте. Понятно, что, сколько ситуаций на рынке, столько может быть и типов стратегий фирм, работающих на этом рынке.

Библиографические ссылки

1. Азоев Г. Л. *Конкуренция: анализ, стратегия и практика*. М. : Центр экономики и маркетинга, 2007.
2. Портер М. *Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов*. 4-е изд. М. : Альпина Паблишерз, 2011.
3. Портер М. *Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость*. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005.

© Холкина Я. С., 2012

Е. С. Чабала
Научный руководитель – Н. В. Федорова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Рассмотрены основные проблемы работы с маркетинговой информацией на российском рынке и рассмотрены основные тенденции развития системы маркетинговой информации.

Маркетинговая информационная система (МИС) – это совокупность персонала, оборудования, процедур и методов, предназначенная для обработки, анализа и распределения в установленное время достоверной информации, необходимой для подготовки и принятия маркетинговых решений [3].

Интеграция всех имеющихся информационных источников и переход от системы, состоящей из набора разрозненных данных, к системе маркетинговых знаний (knowledge system) – важная современная тенденция в работе с информацией.

Процесс совершенствования МИС ведется в трех направлениях: первое – внедрение новых методов сбора и анализа данных, второе – формирование новых подходов к анализу рынка с помощью микромаркетинга и маркетинга баз данных и третье – применение нововведений в области организации имеющихся маркетинговых данных, воплотившихся в концепции управления знаниями [1].

Развитие систем маркетинговой информации было связано, прежде всего, с изменением роли маркетинга в деятельности компаний и разработкой новых информационных технологий. Если на самом первом этапе функционирования маркетинговых информационных систем (МИС) работа велась с разрозненными массивами информации, поступающими из внешней среды нерегулярно, то постепенно процесс сбора и обработки маркетинговой информации стал более систематизированным, а информация – более интегрированной, что заметно облегчило анализ и использование данных внутри компании, улучшило качество данных, поступающих в систему. Кроме того, эволюция маркетинговых информационных систем шла от сбора и анализа детальной и рутинной информации к оперированию более обобщенной информацией, пригодной для принятия управленческих и стратегических решений. Процесс интеграции затронул не только маркетинговые информационные системы, но и другие информационные системы внутри компаний, обозначив новый этап в работе с информацией – создание глобальных информационных систем. Огромный импульс к развитию современных систем маркетинговой информации дало усовершенствование информационных технологий в 90-е годы, когда были разработаны и стали широко использоваться системы, позволяющие значительно сократить издержки хранения единицы информации, увеличить скорость обработки и анализа данных, получили дальнейшее развитие телекоммуникации и электронные средства передачи информации, расширились возможности работы с глобальным информационным пространством Интернет. [1].

Следует отметить, что проблематика работы с маркетинговой информацией в российских компаниях является достаточно новой в силу того, что долгое время отечественные компании сталкивались с проблемой информационного дефицита: не обладали информацией о рынке или оперировали разрозненными частицами данных. Однако актуальность проблемы создания эффективной системы маркетинговой информации в настоящее время становится очевидной и на российском рынке: обострение конкурентной борьбы и постепенное насыщение товарных рынков приводят к тому, что компаниям все труднее сохранять свои рыночные позиции, действуя в информационном вакууме. Вместе с тем процессы информационного обеспечения принятия решений развиваются в России более медленными темпами, чем в странах с развитой экономикой.

Российский рынок имеет ряд особенностей по сравнению с рынками более развитых стран, которые препятствуют внедрению на нем основных принципов и методов маркетинга в полном объеме. Специфические факторы внешней среды накладывают здесь множество ограничений на работу с маркетинговой информацией внутри компании, под влиянием которых происходит значительное видоизменение структуры систем маркетинговой информации и относительной значимости различных источников данных.

Среди всех факторов, оказывающих воздействие на формирование и развитие систем маркетинговой информации в России, можно выделить две основные группы: неразвитость рынка и информационную непрозрачность рыночных операций [2].

Рост технических возможностей при создании информационных систем и расширение спектра решаемых задач в последние несколько лет привели к существенному росту числа компаний, использующих МИС в развитых странах.

Все МИС, действующие на российском рынке, можно разделить на несколько групп. К первой группе относятся российские компании, которые не понимают ценности маркетинговой информации и не имеют ресурсов для ее использования. Вторая группа – это крупные российские предприятия с консервативным стилем управления, не понимающие ценности в маркетинговой информации. Третья группа представлена российскими и небольшими зарубежными компаниями, которые понимают необходимость использования информации о рынке, но не обладают необходимыми ресурсами. И, наконец, в последней группе компаний существуют полноценные системы маркетинговой информации [4].

В экономике развиваются четыре тенденции, обусловившие необходимость получения более обширной маркетинговой информации:

1. Переход от регионального маркетинга к маркетингу в масштабах страны и выход на международный рынок. Организации постоянно расширяют свои рынки.

2. Переход от покупательских нужд к покупательским потребностям. По мере роста доходов покупатели становятся все более разборчивыми в выборе товаров. Все труднее предсказывать реакцию потребителя на характеристики товаров, поэтому стало необходимым обращаться к маркетинговым исследованиям.

3. Переход от конкуренции в ценах к неценовой конкуренции. Все больше используется индивидуализация товаров, реклама и стимулирование сбыта. Необходимо знать, как реагирует рынок на предложение продавцов.

4. Конкуренция преобразуется в кооперацию-конкуренцию, то есть кооперация на этапе создания товара, а затем конкуренция на этапе производства и реализации. Фирмы-конкуренты объединяют усилия в дорогостоящих маркетинговых исследованиях и научных разработках новейших товаров.

Библиографические ссылки

1. Ванифатова М. М. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2009. № 1.
2. Голубков Е. П. *Маркетинговые исследования: теория, методология и практика*. М.: Дело, 2008.
3. Котлер Ф. *Основы маркетинга. Краткий курс*. М.: Вильямс, 2009. С. 79.
4. URL: re-port.ru/articles/37112/.

© Чабала Е. С., 2012

УДК 339.138

Ю. А. Шамара, А. В. Жданова
Научный руководитель – Н. В. Федорова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ SMM АВАКОМПАНИЯМИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Статья посвящена вопросам использования инструментов маркетинга предприятиями сферы услуг. Освещены методы маркетинга в рамках одного из его видов и приведены примеры их использования на практике.

В условиях ожесточенной конкуренции компании сталкиваются с проблемой поиска новых путей для продвижения своих товаров и услуг. Новые возможности для компаний открывает комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения – SMM (от англ. Social Media Marketing – маркетинг в социальных медиа). Более подробно рассмотрим данный комплекс мероприятий на примере деятельности авиакомпаний.

Последнее время наблюдается стабильный рост количества пользователей интернета. Сейчас интернетом пользуется каждый третий человек на Земле. По данным ресурса Internet world stats за период с 2000 по 2011 годы количество интернет-пользователей в мире выросло на 528 % и составило на 31 декабря 2011 г. приблизительно 2,268 млн чел. Лидерами по проникновению интернета (соотношению количества интернет-пользователей в стране и ее населения), стали Великобритания и Южная Корея (82 и 81 %). В России этот показатель составляет менее 43 процентов. Значительная доля посещений приходится на социальные медиа, или набор онлайн-технологий, которые позволяют пользователям общаться между собой. Общение может принимать самые различные формы: обмен мнениями, фото, видео, музыкой, гиперссылками. Аудитория социальных сетей уже превысила аудиторию поисковиков. Таким образом, актуальность SMM растет с каждым годом.

Цель нашей работы – рассказать о существовании SMM и эффективности использования его инструментов для авиакомпаний. В своем исследовании мы использовали методы выборки, сбора и обработки данных.

Социальные медиа сегодня позволяют компаниям (в частности авиакомпаниям) выстраивать долгосрочные отношения со своими потребителями, формировать их лояльность, управлять репутацией компании, повышать продажи и решать многие другие задачи развития бизнеса. SMM включает в себя следующие методы работы: построение бренд-сообществ, работа с блогосферой, видео-маркетинг, нестандартные активности, репутационный менеджмент.

Для эффективного взаимодействия с аудиторией, авиакомпания могут создавать бренд-сообщества в социальных сетях, которые могут стать, своего рода, официальными представителями компании для общения с аудиторией. Они позволяют компаниям собирать на собственных площадках потребителей своей продукции, отвечать на их вопросы и удовлетворять пожелания – возвращая, таким образом, их лояльность к продукту или бренду, укрепляя свой имидж. Примером одной из наиболее успешных российских авиакомпаний в социальных сетях является «Трансаэро», чье сообщество во «Вконтакте» насчитывает более 10 тыс. чел., которые имеют возможность поделиться своим мнением о деятельности компании, обсудить все возможные вопросы, связанные с перелетами и путешествиями и получить прямую консультацию работников компании.

Следующий способ SMM – работа с блогосферой (совокупностью блогов). По степени влияния на мнение пользователей блогосфера часто приравнивается к СМИ. Наиболее распространенные методы работы с блогосферой – это корпоративный блоггинг, работа с лидерами мнений и twitter-маркетинг. В первом слу-

чае блоги используются как удобный канал для распространения информации компании. Лидерами мнений же принято называть популярных блоггеров, являющихся экспертами в той или иной области, с помощью чьих позитивных упоминаний о компании в самых популярных блогах Рунета можно управлять потребительскими предпочтениями. Что касается Twitter'a, это очень популярный микроблог во всем мире. Отличительной чертой микроблогов является ограничение сообщений до 140 символами и оперативность информирования сразу большого числа пользователей. Можно донести основную суть сообщения до аудитории, не вдаваясь в детали и не утомляя читателей длинными речами.

Нестандартные активности – это те виды работ, которые строятся на разработке интерактивных и медийных элементов социальных сетей, призванных привлечь внимание к компании. К ним можно отнести лотерею в социальной сети Pinterest авиакомпании bmi (British Midland International), которая базируется в аэропорту Хитроу. В рамках лотереи в сети Pinterest авиакомпания вывесила несколько визуальных контентов различных маршрутов компании. На каждом контенте есть девять изображений, имеющих свой номер. Пользователи выбирают до шести номеров любого контента. В конце каждой недели произвольно определяется счастливый номер, и выбравший его пользователь выигрывает пару бесплатных билетов с возвратом в любой пункт назначения bmi. Другой пример – внедрение в 2007 г. Бразильского бренда «ТАМ» Transportes Aéreos Regionais в виртуальный мир «Second Life». Пользователи этого социально-игрового портала могли летать самолетами «ТАМ».

Еще один метод SMM – это репутационный менеджмент или комплекс мероприятий по формированию

репутации, поддержанию и защите лояльности аудитории к бренду. Отзывы потребителей – один из основных факторов, формирующих репутацию компании, поэтому в рамках метода концентрируются отзывы на таких ресурсах, как: форумы, тематические сайты, сайты отзывов, социальные сети, видеохостинги и др.

И последний метод продвижения авиакомпаний в социальных медиа это видео-маркетинг, связанный с созданием и выбросом в социальное интернет-пространство роликов, которые носят ненавязчивый рекламный характер. Главная роль должна заключаться в вирусности этого ролика, а потому он должен создаваться таким, чтобы пользователи хотели делиться ссылками к нему друг с другом. Так, крупнейшая авиакомпания Новой Зеландии New Zealand из показала рекламный ролик на сервисе YouTube, который быстро стал хитом. В ролике Ричард Симмонс – известный инструктор фитнеса танцует диско с мужчинами и женщинами, одетыми в яркие трико и учит основным правилам безопасности.

Итак, на фоне возрастающей популярности интернета и, в частности, социальных сетей, большие перспективы для авиакомпаний открывает использование социальной медиа-среды интернета для продвижения своих услуг и бренда, в целом. И важно понимать, что использовать инструменты SMM нужно обдуманно и ответственно подходить к разработке SMM-стратегии, ведь в то время, как человеческая память способна забыть ошибку авиакомпании, интернет будет помнить всегда.

© Шамара Ю. А., Жданова А. В., 2012

УДК 339.133

К. В. Яковлева

Научный руководитель – Е. Г. Корепанова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ «ГУБЕРНСКИЕ АПТЕКИ»

Рассматриваются основные аспекты комплекса маркетинга на предприятии, его внешней среды, а также выделен наиболее слабый элемент комплекса маркетинга и предложены пути его совершенствования.

Аптечный рынок России и Красноярского края в частности постоянно растет. Этому способствует повышение заботы потребителей о своем здоровье, увеличение внимания государства к здравоохранению и улучшение общего уровня жизни населения при постоянном ухудшении экологии.

В Красноярском крае открываются всё новые и новые аптеки. Основными игроками на аптечном рынке края является государственная сеть «Губернские аптеки», а также частные сети «Радуга», «Фарм-СибКо», «ВитаМед», «ЕнисейМед», «Ваш доктор», «Агава», «Мелодия здоровья» и др.

В настоящее время ГПКК «Губернские аптеки»

является крупнейшей государственной аптечной сетью России. В её составе 278 структурных подразделений, в том числе аптеки открытого и закрытого типа, аптечные пункты, аптечные киоски, два ортопедических салона в г. Красноярске, салон «Я и моя мама» и салон «Папа, мама, я» [1].

«Губернские аптеки» занимаются не только розничной реализацией лекарственных средств и парфармации, но и льготным отпуском, производством препаратов и изготовлением очковой оптики.

«Губернские аптеки» стараются иметь максимально полный ассортимент. Большое внимание уделяется

не только лекарственным средствам, но и нелекарственному ассортименту.

Существующая система развоза товара обеспечивает ежедневную доставку по Красноярску, 2-х разовую доставку во все подразделения по краю, перемещение товара между любыми точками за 1–5 дней [2].

Для привлечения новых сотрудников, а также поддержания лояльности существующих, «Губернские аптеки» активно применяются инструменты коммуникации. Это телевизионная, наружная и печатная реклама, скидки, дни открытых дверей и промоакции, мерчендайзинг. Для реализации коммуникационной политики отдел маркетинга предприятия активно взаимодействует с представителями поставщиков.

Стратегией ценообразования является глубокое проникновение на рынок. При гарантии высокого качества товаров на него устанавливается средняя цена. Методом ценообразования в «Губернских аптеках» является установление цены на основе действующих уровней цен. На формирование цены продажи влияют в основном факторы конкуренции и цена закупки.

Ценовая политика является наиболее слабым элементом комплекса маркетинга «Губернских аптек». Этому способствует устоявшееся мнение потреби-

лей о завышенности цен в сети. Поэтому должны быть продуманы мероприятия в рамках ценовой политики, направленные на достижение лояльности потребителей.

Это возможно достичь с помощью введения бонусных карт. Бонусные карты позволят снизить цены для владельцев карт и, как следствие, сохранить расположение постоянных посетителей и увеличить количество новых, повысить узнаваемость торговой марки аптечной сети, собрать больше положительных отзывов.

Ещё один способ увеличить лояльность потребителей к аптечной сети – запуск акции на популярные препараты с лучшими ценами по городу. Снижение цены составит около 10 %.

Библиографические ссылки

1. Губернские аптеки [Электронный ресурс] // Государственное предприятие Красноярского края «Губернские аптеки». URL: <http://гпкк.рф/>.
2. Отчет отдела маркетинга ГПКК «Губернские аптеки» по итогам деятельности в 2010 году.

© Яковлева К. В., 2012

УДК 669.713.7

А. Ю. Яланская, А. В. Тотышева
Научный руководитель – Е. А. Рыбакова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОВРЕМЕННОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ РЫНОЧНОЙ СТРАТЕГИИ ФИРМЫ

Рассмотрено современное ценообразование с точки зрения рыночной стратегии фирмы. Так же, будет показан процесс ценообразования на примере сыра Viola.

Ценообразование на современном этапе является неотъемлемой частью деятельности любой фирмы, ведь от установления цены на производимый товар во многом зависит, будет ли он востребован на потребительском рынке.

Ценовая политика является важным элементом общей стратегии фирмы и представляет собой процесс управления ценами и ценообразованием, то есть установление уровня цен и вариантов их изменения. Организации решают вопрос ценообразования путем выбора методики расчета цен, надеясь, что выбранный метод позволит правильно рассчитать цену на товар [3].

Итак, ценообразование – это сложный процесс, в котором выделяют шесть этапов выбор цели;

- определение спроса;
- анализ издержек;
- анализ цен и товаров конкурентов;
- выбор методов ценообразования;
- установление окончательной цены.

Анализ процесса ценообразования на примере плавленого сыра Viola (ассорти «Итальянское избранное») в треугольниках (130 гр). Новинка в ассортименте плавленых сыров Viola.

Выбор цели.

Основная цель – обеспечение выживаемости.

Меры: проведение акций – подарок за покупку.

Определение спроса (легко заменяемый продукт).

По сравнению с сыром Хохланд (55 руб. за упаковку), Виола продает свой продукт по 52 рубля за упаковку.

Верхнюю границу цены определяет спрос, поэтому она может быть установлена на уровне 55 рублей.

Анализ издержек. В издержки входит – стоимость израсходованного сырья (15 руб.), материалов (10 руб.), топлива (2 руб.), энергии (1 руб.), перенесенная стоимость машин (2 руб.), зданий (0,5 руб.), сооружений (амортизационные отчисления) (0,5 руб.), затраты на оплату труда (заработная плата с начислениями) (1,5 руб.). В них включаются также общехозяйственные, административно-управленческие и другие расходы, издержки предприятия по реализации продукции и начисления в фонд социального страхования. Общие издержки на производство и сбыт одной упаковки сыра составляют 46 рублей. Таким образом, нижняя граница цены, обеспечивающая безубыточность, находится на уровне 46 рублей [2].

Анализ цен и товаров конкурентов. Основной конкурент нашего продукта – сыр Хохланд плавленый в треугольниках по цене 55 рублей за упаковку.

Рассмотрим состав сыра Viola (итальянское изобретение) и Hohlhand (с ветчиной). И в том и в другом продукте – присутствует ингредиент – ветчина.

Качество сыра виола, выше, чем хохланд, т.к. в состав виолы входит натуральная ветчина, твердые сыры и меньше эмульгаторов. Компания Валио может установить цены выше, чем у конкурентов, но т.к. основной целью является стимулирование сбыта товара – цена, по сравнению с конкурентами, меньше на 3 руб.

Выбор методов ценообразования. Т.к. у нас новый товар, с палитрой вкуса, которой нет у основных конкурентов, то используем стратегию проникновения (внедрения) на рынок. Назначая цену с учетом уровня текущих цен, фирма в основном отталкивается от цен конкурентов и меньше внимания обращает на показатели собственных издержек или спроса. Она может назначить цену на уровне выше или ниже уровня цен своих основных конкурентов. Этот метод используется как инструмент политики цен в первую очередь на тех рынках, где продаются однородные товары. Фирма, продающая однородные товары на рынке с высо-

кой степенью конкуренции, имеет очень ограниченные возможности влияния на цены. В этих условиях на рынке однородных товаров, таких, как пищевые продукты, сырьевые материалы, фирме даже не приходится принимать решений по ценам, основной ее задачей является контроль за собственными издержками производства [1].

Установление окончательной цены.

Окончательная цена – 52 рубля за упаковку.

Библиографические ссылки

1. *Цены и ценообразование : конспект лекций. М. : Приор-издат, 2007. 192 с.*
2. *Цены и ценообразование : учебник для вузов / под ред. И. К. Салимжанова. М. : ЗАО «Финстатинформ», 2001. 304 с.*
3. *Шевчук Д. А. Ценообразование : учеб. пособие. М. : ГроссМедиа : РОСБУХ, 2008. 240 с.*

© А Яланская. Ю., Тотышева А. В., 2012

УДК 334.012.23

А. Г. Алдабергенова, Ю. В. Миронова
 Научный руководитель – А. И. Осипов
 Самарский государственный аэрокосмический университет
 имени академика С. П. Королева
 (Национальный исследовательский университет), Самара

МЕТОД ОПЕРАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ ДВИГАТЕЛЕСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Метод операционного управления экономикой предприятия позволяет эффективно оценить, в каком направлении движется предприятие; определить факторы, наиболее сильно влияющие на прибыль предприятия; провести минимизацию целевой функции убытков или прибылей; определить тактику реализации операционного управления финансовой деятельностью предприятия.

С помощью данного метода операционного управления экономикой предприятие сможет получить эффективные рекомендации по изменению и направлению факторов управления при постоянстве убытков или их уменьшения в режиме реального времени.

Преимуществом метода операционного менеджмента в отличие от других являются сокращение времени принятия финансовых решений, повышение качества управления и его эффективности, а также уменьшение рисков для субъектов предпринимательской деятельности.

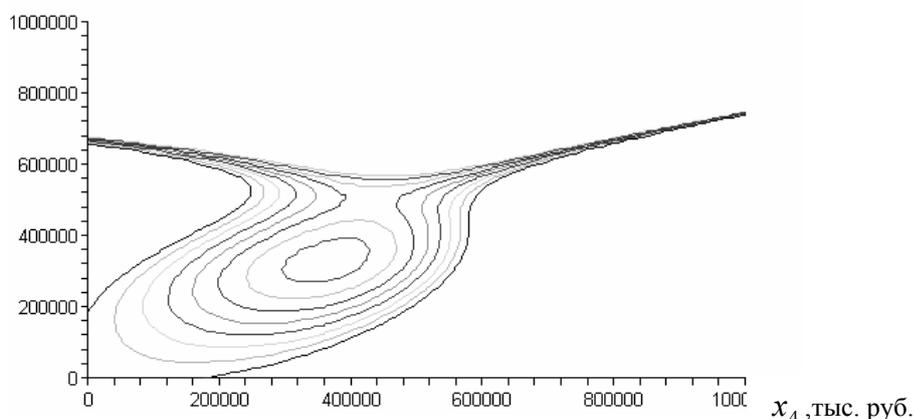
Данный метод осуществляется с помощью формулировки факторного пространства и целевой функции, проведения измерений выбранных величин, анализа этих измерений, совершенствования целевой функции и ее контроля.

В качестве примера реализации приведена методика эконометрического анализа результатов деятельности двигателестроительного предприятия с использованием годовых и квартальных отчетов [1].

На этапе формулирования выбираются целевая функция убытков Y предприятия и 16 обобщенных факторов баланса предприятия (см. таблицу).

На этапе измерения составляется база данных баланса предприятия, включающая как минимум пятилетний период (двадцать кварталов), так как именно данный период времени считается наиболее оптимальным для исследования. На этапе анализа составляется корреляционная таблица и на ее основе выбираются основные факторы, наиболее сильно влияющие на целевую функцию (x_4, x_{14}). По коэффициентам эластичности с помощью регрессионного анализа строится многомерная нелинейная целевая функция убытков, оптимизируемая методом градиентного спуска в MS EXCEL. В эту функцию включены все степени влияния рассматриваемых переменных факторного пространства. Функция убытков выглядит следующим образом:

x_{14} , тыс. руб.



Линии уровня целевой функции убытков $Y = const$ в факторном пространстве $x_4 \otimes x_{14}$; x_4 - запасы; x_{14} - займы, кредиты

$$Y = -73309.81469 - 3.95538 \cdot 10^{-23} \cdot x_4^5 + \\ + 6 \cdot 10^{-29} \cdot x_4^6 - 3.0316 \cdot 10^{-15} \cdot x_{14}^{3.5} + \\ + 2.5783 \cdot 10^{-6} \cdot x_4 \cdot x_{14}. \quad (1)$$

На этапе совершенствования в операционном менеджменте производится поиск линий уровня равных убытков. На рисунке показаны линии уровня $Y = \text{const}$, полученные рассечением в MS Maple 9.5 трехмерной поверхности плоскостями, параллельными (x_4, x_{14}) . На последнем этапе контроля вырабатываются рекомендации по направлению и величине изменения факторов при постоянстве убытков или их уменьшении. Как видно на рисунке 1, увеличение факторов управления запасов x_4 и займов x_{14} по-разному влияет на убытки предприятия. Резкое изменение соотношения факторов x_4 (запасы) и x_{14} (займы, кредиты) приводит к переходу с одной линии уровня на другую и, соответственно, к состоянию банкротства предприятия. Руководитель может выбрать оптимальное соотношение объемов обобщенных факторов управления x_4 и x_{14} при постоянстве убытков или их уменьшении в краткосрочном плане. Предлагаемый метод операционного управления экономикой предприятия дает возможность выбирать

объемы займов и кредитов не интуитивно, а целенаправленно.

По истечении следующего квартала проводится мониторинг полученных данных нового бухгалтерского баланса предприятия. Затем строится заново модель по способу операционного управления экономикой и оценивается, в каком направлении движется предприятие, определяются другие наиболее сильно влияющие факторы, и проводится минимизация целевой функции убытков [2].

Таким образом, предлагаемый метод позволяет эффективно оценить, в каком направлении движется предприятие; определить факторы, наиболее сильно влияющие на прибыль предприятия; провести минимизацию целевой функции убытков или прибылей; определить тактику реализации операционного управления экономикой предприятия.

Библиографические ссылки

1. Осипов А. И., Скиба М. В. Методика управления убыточным предприятием на основе системы «шесть сигм». Вестник СГАУ. 2006. № 3 (11). С. 131–137.
2. Осипов А. И., Скиба М. В. Применение метода сопряженных градиентов для эффективного управления промышленным предприятием. Известия Сибирского РАН. 2006. Т. 8. № 4 (18). С. 1018–1025.

© Алдабергенова А. Г., Миронова Ю. В., 2012

УДК 338.2

Е. С. Амирова

Научный руководитель – Ю. В. Данильченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОПТОВОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «АТТИКА»

Рассматриваются вопросы использования стратегий маркетинга в управленческой деятельности торгового предприятия.

Специфика предприятий как объекта управления требует построения адекватных систем в каждом конкретном случае. Формула современной организации – «управлять, совершенствуясь и совершенствуясь». Управление, которое не может не учитывать особенности и условия современного развития производства и общества, технологии и самого человека, все в большей мере нуждается в исследовательском подходе. Он определяет динамичность и перспективность управления, рост инновационного потенциала и повышение профессионализма в принятии управленческих решений, научность управления. Основными факторами эффективности планирования как соизмерения затраченных усилий на достижение результата являются: использование ресурсов, фактор времени и целенаправленность усилий. В современных условиях необходимо оценивать социально-экономическую эффективность менеджмента с использованием специальных методов и системы показателей.

В работе было проведено исследование, целью которого являлись анализ стратегического управления

коммерческой деятельностью оптового предприятия ООО «Аттика». Определено стратегическое видение организации и сформулирована её миссия: ООО «Аттика» – это лидер рынка по поставке алкогольной продукции в г. Красноярск.

По результатам PEST-анализа, большинство внешних факторов, способных повлиять на развитие рынка алкогольной продукции в 2012 г., окажут на него отрицательное воздействие. При этом наибольшее влияние на рынок окажут экономические и политические факторы. Поэтому, необходимо уделять особое внимание анализу деятельности налоговых органов, и отслеживанию изменений в законодательстве Российской Федерации. Это необходимо для того, чтобы какие либо изменения в политической сфере не оказывали отрицательного воздействия на деятельность предприятия, или просто для того, чтобы руководство организации сумело вовремя отреагировать на изменение самой непредсказуемой сферы [1].

Также, необходимо отслеживать и экономические процессы. Данная сфера обладает высокими показателями

телями нестабильности, поэтому особое внимание следует уделять экономическому анализу. Это необходимо для того, чтобы, опять же, быть готовыми к быстрому реагированию на все, или хотя бы самые значительные, изменения в экономике.

Использование данных об оценке нестабильности среды ООО «Аттика» поможет данному предприятию направить стратегию своего развития на более точный курс, и возможно будет полезна в принятии непростых бизнес-решений.

В целом ООО «Аттика» имеет достаточно устойчивые конкурентные позиции на рынке алкогольной продукции, имея большой опыт работы в данной сфере. Отличительными конкурентными преимуществами компании являются: достаточно высокая доля рынка, организованные поставки, высокая квалификация сотрудников. Проведенный SWOT-анализ показал, что для сохранения лидерства ООО «Аттика» следует опираться на стратегию захвата новых рынков, предполагающую создание таких условий, при которых конкурентам было бы сложно увеличивать свою рыночную долю за счет позиций предприятия-лидера. Такая стратегия может потребовать усиления барьеров для конкурентов за счет улучшения качества предоставляемых услуг, их ассортимента и обслуживания клиентов. Необходимо расширять и углублять ассортимент предоставляемых услуг с целью оккупации рыночных сегментов, которые могут занять конкуренты. А также максимально полно использовать такие конкурентные преимущества как высококвалифицированный персонал, организованная система сбыта. Реализация выбранной стратегии позволит предприятию достичь главной цели, а именно, создание условий конкурентоспособности деятельности и планирования кадровой политики в долгосрочной перспективе. Для этого предприятию необходимо решить ряд задач, непосредственно относящихся к во-

площению в жизнь указанной оптимальной стратегии. Осуществление стратегии развития рынка предполагает реализацию в определенные сроки всех задач. Наиболее эффективными и адекватными мероприятиями для внедрения стратегии с учетом влияния СТЭП-факторов и оценки социально-экономической эффективности будут являться: расширение ассортимента алкогольной продукции (предложение набора элитной продукции) и повышение квалификации управленческого персонала. За счет их проведения предприятие сможет расширить рынок сбыта своей продукции, улучшить свои финансовые показатели, увеличить производительность труда и повысить точность осуществления стратегии. Таким образом, правильное и точное выполнение всех мероприятий программы развития в установленные сроки позволит предприятию достичь главной цели и выполнить выбранную стратегию концентрированного роста, что в свою очередь приведет к быстрому и значительному росту эффективности системы управления и всей деятельности организации в целом [2].

Следование разработанной стратегии позволит «Аттика» увеличить чистую прибыль на 15 %, рыночную долю на 10 %, снизить суммарные затраты на 5 %, управленческие издержки на 15 % и в итоге занять положение на интернет рынке Красноярск и России.

Библиографические ссылки

1. Томпсон А. А., Стрикленд Дж. *Стратегический менеджмент: концепции и ситуации : учебник для вузов*. М. : Инфра-М, 2000. 412 с.
2. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. *Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг : пер. с франц.* СПб. : Питер, 2008. 720 с.

© Амирова Е. С., 2012

УДК 368.371

Н. Амирханян, Н. Бродецкая
 Научный руководитель – Т. В. Ващенко
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ СТРАХОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РИСКОВ В РФ

Развитие предпринимательства в России создаёт предпосылки для процветания страхового бизнеса, обе эти структуры в процессе своей деятельности находятся в тесной зависимости друг от друга. Актуальность данной темы заключается в том, что важнейшим способом, призванным обеспечить эффективную защиту интересов предпринимателя в ходе его деятельности, является страхование. В данной статье рассматриваются виды предпринимательских рисков российских компаний, особенности их страхования и предложения по развитию данной отрасли страхования.

Предпринимательский риск – это риск убытков от предпринимательской деятельности из-за нарушения своих обязательств контрагентами предпринимателя или изменения условий этой деятельности по не зависящим от предпринимателя обстоятельствам, в том числе риск неполучения ожидаемых доходов [1].

Страхование предпринимательских рисков (англ. business risks insurance) – подотрасль имущественного

страхования, которая предусматривает возмещение предпринимателю понесенных им убытков или неполученных ожидаемых доходов от застрахованной предпринимательской деятельности в случаях нарушения обязательств его контрагентами или изменения условий этой деятельности по не зависящим от него обстоятельствам. Страхование предпринимательских рисков выделено по существу новым Гражданским

кодексом РФ в отдельную подотрасль (вид страховой деятельности) имущественного страхования. Оно заменило страхование финансовых рисков [2].

Роль страхования предпринимательских рисков как одного из важных элемента инфраструктуры рынка достаточно велика. Этот вид страхования обеспечивает предприятию такие условия, в которых неблагоприятные обстоятельства не влияют на его финансовое состояние. Страхование предпринимательских рисков занимает промежуточное положение между страхованием имущества и страхованием ответственности, объединяя некоторые их черты. Кроме того, при трактовке понятия страхование предпринимательских рисков в широком смысле к нему можно отнести все те виды страхования, которые обеспечивают страховой защитой имущественные интересы предпринимателей (как юридических, так и физических лиц) при осуществлении ими коммерческой деятельности. При таком подходе к страхованию предпринимательских рисков относят большое число видов страхования имущества, ответственности и личного страхования.

Для российских предприятий, независимо от их формы собственности и сфер деятельности, наиболее типичными являются следующие предпринимательские риски:

– возможная утрата (гибель), недостача или повреждение основных или оборотных средств предприятия;

– возникновение гражданской ответственности предприятия по обязательствам, возникающим вследствие причинения вреда жизни, здоровью и имуществу третьих лиц или окружающей природной среде;

– возможные убытки или неполучение ожидаемой прибыли из-за изменения условий функционирования предприятия по не зависящим от него обстоятельствам;

– нарушения своих обязательств контрагентами, партнерами и прочее [3].

Причем, страхование первых из перечисленных рисков достаточно полно представлено на российском страховом рынке, а вот страхование риска нарушения своих обязательств контрагентами и партнерами долгое время только декларировалось страховыми компаниями, несмотря на огромную востребованность данного продукта.

В России большинство видов страхования предпринимательских рисков еще не получило широкого развития, что связано как с отсутствием стабильного спроса на него со стороны потенциальных страхователей, так и с неподготовленностью многих страховщиков к его проведению. Кроме того, как показывает опыт проведения такого страхования за рубежом, оно и там не является массовым. Операции по многим видам страхования предпринимательских рисков проводятся ограниченным числом страховщиков, что обусловлено их спецификой [4].

Слабое развитие страхования предпринимательских рисков объясняется различными причинами:

1. На заре развития страхового рынка России страховые компании не обладали ни достаточной финансовой мощью, ни необходимым опытом работы;

2. Низкая активность потенциальных страхователей-предпринимателей в стремлении застраховать свои возможные риски, отсутствие стабильного спроса на данный продукт

3. Недостаточное количество страховых организаций, оказывающие услуги страхования предпринимательских рисков, неготовность многих страховщиков специализироваться на страховании предпринимательских рисков. Страховщикам довольно сложно оценить степень риска из-за отсутствия накопленной адекватной статистики, непрозрачности части финансовых потоков потенциальных страхователей и общих рисков, вызванных текущим состоянием экономики [2].

Если обратить внимание на Европу, то например, в Великобритании можно выделить несколько основных видов страхования рисков для бизнеса, которые вообще отсутствуют на российском рынке страхования:

- Потеря репутации.
- Корпоративная этика и принципы управления.
- Профессиональная ответственность за ошибки и упущения.
- Провал стратегического партнерства.
- Поиск и удержание персонала.
- Терроризм.
- Организационно-структурная негибкость.
- И т. д.

Применение этих видов страхования в России затруднено в том числе из-за необходимости лицензирования правил и ограничений на некоторые виды страхования.

В России страхование предпринимательских рисков предлагают следующие компании:

– ВТБ Страхование (страхование финансового лизинга, неисполнения договорных обязательств и от перерывов в производстве);

– страховая группа МСК (потери прибыли в результате перерыва в производстве после пожара и потери прибыли в связи с этим; потери арендной платы в связи с пожаром; неуплаты лизинговых);

– страховая компания РК-Гарант (страхование от перерыва в производстве, на случай неисполнения или ненадлежащего исполнения договорных обязательств.

– Росгосстрах и т. д.:

По итогам данных прошлого года, рынок страхования предпринимательских рисков вырос более чем на 20 % по сравнению с 2010 годом, как говорится в исследовании центра стратегических исследований «Росгосстрах», и составил 1,3 трлн рублей [2].

Для развития данной отрасли страхования, в первую очередь, компаниям, которые хотели бы оказать эти услуги, необходимо провести тщательный анализ отдельных факторов: политических, экономических, правовых, культурных, научно-технических и экологических, для оценки частоты наступления рисков с созданием хорошей статистической базы. Исходя из этого, страховщику необходимо, прежде всего, определиться, с какой конкретно категорией клиентов – юридических лиц предстоит иметь дело в дальнейшем и ориентироваться на этом, разрабатывать целевые программы соответствующего содержания.

Страхование предпринимательских рисков, как и страхование в целом, является показателем экономической стабильности государства. Несмотря на то, что данный вид страхования в России еще не получил столь широкого распространения, как в других развитых странах, важно отметить его востребованность на российском рынке и выразить надежду, что в будущем он, как и другие виды страхования, будет использоваться повсеместно.

Библиографические ссылки

1. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 26.01.1996 № 14-ФЗ. Ч. 2. Ст. 933, 929.
2. Комаров С. Е. Страхование предпринимательских рисков или бюджет, как выгодополучатель // Советник бухгалтера. 2008. № 12.
3. Корнюшин В. Ю. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски. МИЭМП, 2012. 130 с.
4. Яшина Н. М. Основы страхования предпринимательского риска // Финансы. 2006. № 11.

© Амирханян Н., Бродецкая Н., 2012

УДК 334.027

В. А. Бережных
Научный руководитель – Ю. В. Данильченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИНФРАСТРУКТУРА ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ГОРОДЕ КРАСНОЯРСКЕ

Статья посвящена инфраструктуре поддержки малых инновационных предприятий в городе Красноярске. Освещены основные проблемы инновационного предпринимательства в городе Красноярске и инфраструктура поддержки, которая помогает разрешить данные проблемы.

Для государства стимулирование инновационной деятельности является без преувеличения наиболее приоритетным направлением экономической политики, так как именно уровень научно-технологического развития во многом определяет долгосрочные стратегические преимущества страны, в значительной мере именно от степени «инновационности» экономики зависят перспективы развития государства.

В настоящее время, в том числе и в городе Красноярске существует довольно разветвленная сеть организаций, способствующих развитию инновационной деятельности. Следует сразу отметить, что объекты инновационной инфраструктуры могут решать лишь часть проблем и успешное развитие инновационной деятельности города не может быть поставлено исключительно в зависимость от наличия или количества соответствующих объектов инфраструктуры. Инновационная система города Красноярска для успешного функционирования должна иметь также благоприятную нормативно правовую базу и эффективную систему вывода на рынки продукции инновационных предприятий [3].

Основной задачей инфраструктуры поддержки малого инновационного предпринимательства города Красноярска является оказание содействия инновационным субъектам предпринимательской деятельности на начальных этапах развития инновационного предприятия или научно-технического проекта.

Если рассматривать основную задачу более конкретно, то её можно разбить на следующие составляющие:

1. Расширение спроса на высокотехнологичную продукцию со стороны потребителей.
2. Расширение круга потенциальных инвесторов за счет представителей рынка венчурного инвестирования, а также за счет среднего и крупного бизнеса.

3. Оказание финансовой поддержки на самых ранних стадиях становления инновационных проектов.

4. Помощь в поиске партнеров и оказание различного рода услуг по «сопровождению» реализации инновационных проектов.

5. Помощь в получении доступа к наиболее доступным офисным и производственным помещениям.

6. Информационная поддержка [2].

Для решения поставленных задач в помощь инновационному предпринимательству города Красноярска в 2006 году создана автономная некоммерческая организация «Красноярский городской инновационно-технологический бизнес-инкубатор», учредителями которого являются администрация города и учебно-научно-инновационный комплекс СФУ. При бизнес-инкубаторе ведется работа по созданию фонда целевого капитала (эндаумент-фонд). С целью увеличения количества инновационных предприятий, получателей поддержки, расширены площади до 1000 кв. м. Это позволит увеличить количество резидентов до 60 (157 рабочих мест), а также принять участие в федеральной и краевой программах софинансирования инфраструктуры поддержки. Также, в 2011 году на базе Муниципального автономного учреждения «Центр содействия малого и среднего предпринимательства» города Красноярска был открыт еще и Городской правобережный бизнес-инкубатор. Данные бизнес-инкубаторы не только предоставляют помещения своим резидентам, но и помогают им подготовить бизнес-планы, оценить потенциальный рынок, привлечь финансирование, защитить интеллектуальную собственность, лицензировать продукцию.

В рамках Долгосрочной городской целевой программы «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в городе Красноярске» на 2012-

2014 годы с 2012 года введена субсидия на субъектам малого и среднего предпринимательства - производителям товаров, работ, услуг в целях возмещения части затрат, связанных с реализацией инновационных проектов, в том числе направленных на коммерциализацию инновационных разработок (технологий, продуктов, услуг) [1].

В перспективе в рамках инфраструктуры поддержки малого инновационного предпринимательства – на базе СибГАУ создать инновационную площадку, которая будет включать в себя технопарк, центр трансфера и другие структуры, которые нацелены на решение задач по коммерциализации разработок и технологий. Технопарк планируется развивать на базе инновационной инфраструктуры СибГАУ при участии базовых предприятий ФГУП НПО ПМ, ФГУП «Красмаш» и институтов КНЦ СО РАН, чтобы активизировать производственную деятельность за счет использования имеющихся ресурсов и за счет привлечения новых технологий.

Данная инфраструктура поддержки малого инновационного предпринимательства в городе Краснояр-

ске при сотрудничестве с краевой инфраструктурой поддержки станет отличной площадкой для реализации инновационных проектов и становления малых инновационных предприятий на территории города Красноярска.

Библиографические ссылки

1. Долгосрочная городская целевая программа «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в городе Красноярске» на 2012–2014 годы, утвержденная Постановлением города Красноярска от 14.10.2011 № 453.

2. Бухвальд Е, Виленский А. Проблемы становления инновационного предпринимательства // Вопросы экономики. М., 2009. № 5. С. 36–41.

3. Мониторинг деятельности малого инновационного предпринимательства в г. Красноярске // Городские новости. 2011. 9 апр.

© Бережных В. А., 2012

УДК 331.101.3

Н. М. Борисова

Научный руководитель – А. В. Кукарцев

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ТЕОРИИ МОТИВАЦИИ Д. МАКГРЕГОРА И ПРИМЕНЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ

Рассматриваются теории мотивации Дугласа МакГрегора: теория X и теория Y, проводится сравнительный анализ данных теорий. Анализируется опыт внедрения теорий в российский бизнес.

Проблема мотивации людей к труду всегда была актуальной. Попытки найти способы повышения продуктивности работы людей посредством их мотивации предпринимались с древних времен. Еще около 2 тыс. лет до н. э. царь Вавилона Хаммурапи законодательно установил для некоторых подданных уровень заработной платы. Руководители, в том числе высшие, осознанно или неосознанно пытались осуществлять функцию мотивации работников. В древние времена для этого служили наказания, а для избранных – награды. Способы мотивации всегда были связаны с уровнем развития производства, общественными условиями, потребностями, культурой, традициями, религией.

Теории X и Y характеризуют два возможных варианта отношения человека к труду. В соответствии с первым вариантом (теория X) совокупность характеристик работника выглядит следующим образом: средний индивид туповат, стремится увильнуть от выполнения своих обязанностей, работу не любит, пассивен, предпочитает быть руководимым, не желает принимать на себя риск и ответственность, ориентируется только на личную безопасность и материальную выгоду, т. е. это «экономический человек». Исходя из этого, большинство людей необходимо принуждать, строго контролировать, чтобы обеспечить достижение целей организации. В противоположность руководителям теории X, считающими своей главной обязанностью управлять служащими, руко-

водители теории Y стремятся помогать служащим овладеть навыками самоуправления.

Теория Y предполагает, что есть другая категория работников. Для них затраты физического и умственного труда так же естественны и необходимы, как игра или отдых, поэтому они не избегают трудовых усилий. Такие работники не только не увиливают от ответственности, но и стремятся к ней, не нуждаются в контроле и способны сами себя контролировать, проявляют фантазию, изобретательность, инициативу.

Управляющий, по мнению Д. МакГрегора, должен, исходя из соответствующих предположений относительно человеческой мотивации, придерживаться определенного стиля руководства: авторитарного в первом случае и демократического – во втором. Авторитарный стиль (вариант мотивации по теории X) – это жесткий контроль, принуждение к труду, негативные санкции, акцент на материальное стимулирование. Демократический стиль (вариант мотивации по теории Y) делает упор на использовании творческих способностей подчиненных, гибкий контроль, отсутствие принуждения, самоконтроль, участие в управлении, моральное стимулирование [1].

В России применяются различные теории мотивации персонала. При управлении персоналом не обойтись без мирового опыта, однако, необходимо учитывать, что прямой перенос невозможен. Родоначальниками науки управления были американцы. Именно

они создали образ менеджера как профессионала, обладающего специальным образованием, вложили огромные деньги в создание инфраструктуры для управления в виде сотен школ для бизнеса и т. д. Затем японцы перехватили инициативу, обучая руководителей не только делу, но и искусству человеческих отношений. Россия же занимает промежуточную позицию между двумя управленческими науками [3].

Адаптация теорий Х или Y на российскую «почву» сталкивается с множеством проблем.

После революции 1917 г. тенденция развития коллективизма стала определяющей. В таких условиях индивид мог паразитировать за счет коллектива, искать не тяжелую, но хорошо оплачиваемую работу, хитрить, изворачиваться, что было хорошо известно в советское время. Но борьба с ним оказалась безуспешной. Наоборот, люди пропитанные духом коллективизма, верой в светлые идеалы, работали ради общества, ради коллектива. В итоге они оказывались жертвой развивающегося индивидуализма, их менталитет трансформировался. Человек, понявший бесполезность своих усилий, начал лениться. Подобная психология сформировалась в 60-е годы и нашла отражение в «теории Х». Она оказалась особенно актуальной для нашей страны, где объектом управления стал работник безынициативный.

Дуализм российского менталитета, его динамика, тенденция становления позволяют смоделировать систему менеджмента, адекватную российскому менталитету. В нем выделяются следующие синтезирующие блоки:

1. «Коллективизм – индивидуализм» предполагает самый широкий спектр используемых приемов и методов управления. В каждом отдельном случае необходимо учитывать их соотношение и, в зависимости от этого, пытаться определить структуру управленческих решений; сочетание коллективной и индивидуальной ответственности; коллективного и индивидуального контроля; бригадной и индивидуальной оплаты труда и т. д.

2. Соотношение трудолюбия и лени. Контраст русской души как никакой другой впитывает в себя это противоречивое единство. С одной стороны, нужен «кнут» и «кулак», чтобы работать. С другой, мы имеем примеры высочайшего трудолюбия, которыми по праву восхищается весь мир. В этом случае наиболее эффективным окажется «пряник». Высокая и со-

ответствующая трудолюбию и таланту оплата труда. По существу такая оплата перестала действовать еще с 1917 года.

Формирование российского менеджмента должно учитывать основную тенденцию развития ментальности в сторону индивидуализма, все больше ориентируясь на личность, осуществление индивидуального контроля, учет индивидуального вклада и оплату согласно ему. Это означает, что на предприятиях все большее значение должно приобретать повышение по службе, основанное не на знакомстве и семейных связях, а исключительно на личных способностях каждого индивида. При формировании системы управления надо как можно сильнее учитывать деловые качества индивида, способность его к восприятию нового, настойчивость [2].

Работников с коллективистской психологией целесообразно использовать на участках, где применяются специфические, адекватные им методы управления, с акцентом на коллективный труд, коллективную ответственность и контроль, использование бригадной формы организации труда и его оплаты и т. д.

Современный российский менеджер должен отличаться гибкостью в определении целей и задач управления и твердостью, когда цель выбрана, в неуклонном стремлении к ее достижению. Подобный тип руководителя, сочетающий в себе гибкость, приспособляемость и огромные волевые качества придется формировать длительные годы.

Таким образом, к российской действительности нельзя применить в чистом виде теории Д. МакГрегора. Особенностью русского менеджмента является гибкость, приспособляемость, маневренность, диалектичность. Необходимо учитывать: 1) устоявшийся дуализм менталитета; 2) его различия в разных регионах; 3) огромные просторы страны.

Библиографические ссылки

1. Егоршин А.П. *Управление персоналом*. 2-е изд. Н. Новгород: НИМБ, 2009.
2. Козычева Н. Б., Козычев Б. С. *Проблема и задачи мотивации персонала // Менеджмент в России и за рубежом*. 2009.
3. Шелдрейк Дж. *Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации*. СПб. : Питер, 2009. СПб., 2004.

© Борисова Н. М., 2012

УДК 005

Д. А. Галицкая

Научный руководитель – А. В. Кукарцев
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МЕТОДОЛОГИЯ КАЙДЗЕН В РОССИИ

Рассматривается система кайдзен, особенности ее внедрения в российских компаниях и проблемы ее признания отечественными менеджерами.

В японском языке слово «кайдзен» означает «непрерывное совершенствование». Философия кайдзен предполагает, что наша жизнь в целом (трудовая, об-

щественная и частная) должна быть ориентирована на постоянное улучшение. Исходя из этой стратегии, в процесс совершенствования вовлекаются все – от ме-

неджеров до рабочих, причем ее реализация требует относительно небольших материальных затрат. Она внедряется, начиная с самого низкого уровня подчиненности персонала и достигая самых верхов корпоративного управления. В России для технологии кайдзен характерно совершенно иное движение – идеи по совершенствованию движутся сверху, иногда даже «насаждаются» руководством, а сотрудникам остается лишь роль «воплощения» этих идей в реальность [1].

Более того, основной проблемой российских менеджеров, пытающихся внедрить кайдзен у себя на производстве является их желание получить все и сразу, здесь и сейчас. Философия же кайдзен предполагает методичное, постепенное и долгосрочное совершенствование отдельных элементов.

Кайдзен – это мышление, ориентированное на процесс [2].

Еще одна проблема заключается в том, руководство российских коммерческих компаний часто нечетко дает указания, скорее напоминающие лозунги, без показа «пути их выполнения». Поиск же «виноватых» осуществляется именно среди работников. В Японии виноватых ищут не в среде сотрудников. В Стране Восходящего Солнца исходят из принципа Уильяма Деминга 98/2, гласящего, что 98 % всех ошибок сотрудников связаны с системой и технологиями, и только 2 % – с действиями людей.

В одной из отечественных компаний для внедрения технологии кайдзен был создан специальный отдел из пяти человек. «Роли» между сотрудниками отдела «кайдзен» распределены следующим образом. Два сотрудника исполняют роль «аудиторов-рационализаторов», каждодневно осуществляющих «осмотр» всех рабочих мест сотрудников и производственно-технологических операций и придумывающих, что можно изменить, чтобы сотрудникам стало лучше, комфортнее, производительнее и т. п. работать – так называемые специалисты по организации труда. Еще один специалист занимается разработкой документов, регламентирующих правила внедрения предложений от предыдущих двух сотрудников, четвертый – непосредственно внедряет «новшества», то есть ходит и разъясняет сотрудникам, что и как нужно делать на настоящий момент в соответствии с принятыми регламентирующими документами. Возглавляет отдел «кайдзен-развитие» руководитель, организующий и контролирующий действия четырех остальных. Таким образом, у россиян получается полный антипод японским принципам менеджмента «кайдзен». Идеи идут от специалистов отдела развития, ими же внедряются и ими контролируются. А сотрудники на местах просто должны принять к сведению все, что им предлагается в виде изменений и четко следовать регламенту этих изменений. Объяснение в компании нашлось простое – зачем отвлекать основных специалистов от непосредственной работы? Пусть они исправно выполняют свои обязанности, а то и так много ошибок совершают.

Система подачи предложений – неотъемлемая часть ориентированной на человека стратегии кайдзен. Японские менеджеры видят свою первоочередную задачу в том, чтобы побуждать у сотрудников

интерес к кайдзен, поощряя их на подачу большого числа предложений, вне зависимости от их значимости. Как видим, у нас снова все наоборот [1].

Почему российские коммерческие компании в последние годы стараются внедрить кайдзен? Ответ довольно простой. Однако для наглядности приведем данные статистики на вопрос «первоочередная задача кайдзен»:

- уменьшение издержек, увеличение прибыли – 86,6 %;
- улучшение качества продукции, отношений, сервиса – 8,1 %;
- вовлеченность персонала в работу, создание сплоченного коллектива – 5,3 %.

Таким образом, видим, что для российских компаний на первое место ставится задача максимизации прибыли, то есть производство, ориентированное на результат, вопреки японскому, ориентированному на процесс [3].

Почему кайдзен так сложно внедрить в России? Немного грубый, но вполне правдоподобный ответ содержится в словах В. А. Лapidуса, сказанных в предисловии к книге Масааки Имаи: «Кайдзен – отличная стратегия для честного бизнеса и порядочных людей, строящих успех на основе партнерства и доверия. К остальным просьба: не беспокоиться по пустякам»...

Не трудно заметить, что для успешного перевода бережливого производства на отечественные рельсы, методики кайдзен нуждаются в адаптации. А значит, локализация японских идей для персонала с российским типом мышления, может принести свои плоды. Основной ошибкой россиян является бездумное копирование методов кайдзен компании Toyota (основателя кайдзен), а особенно – терминологии. Чуждые, малопонятные рабочему персоналу слова «кайдзен», «муда», «канбан» порождают подсознательное отторжение. Раздражение руководством, которое «опять цацкается с новомодной игрушкой, пока мы тут работаем» сводит на нет все попытки внедрения бережливого производства. Менеджер должен искать свой путь, приспособляя японские идеи к российским реалиям и менталитету.

Сегодня кайдзен по-русски – отдел инноваций сам в себе, совершенно не интересующийся, нужны ли такие новации коллективу. Во всяком случае, вопрос отношения персонала к вводимым сверху изменениям не изучается.

Нам необходимо понять, что если мы действительно хотим перенять опыт успешных японских компаний, использующих кайдзен, нам необходимы особые исследования и процессы по технологии его внедрения. Внедрить бережливое производство в России вполне возможно и очень нужно. Однако только в том случае, если на фундаменте прекрасных идей компаний Японии выстроить свое, уникальное здание системного подхода к устранению ошибок [4].

Библиографические ссылки

1. Масааки Имаи. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний // Масааки Имаи, 2009.

2. Майорова Е. Зачем нужны fan-развлечения для персонала // *Управление персоналом*. 2009. № 19.

3. Кайдзен по-русски, или Бережливое производство: рецепт создания команды [Электронный ресурс]. URL: www.bizentropy.biz.

4. *Метаморфозы технологии кайдзен в России* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.top-personal.ru>.

© Галицкая Д. А., 2012

УДК 332.024.2

М. Е. Герасимов
Научный руководитель – О. В. Гостева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ

Рассмотрено понятие интеллектуального капитала, а также факторы, оказывающие влияния на него.

В условиях инновационной экономики происходят коренные изменения технологического базиса общественного производства. Особое значение на современном этапе приобретает интеллектуальный капитал, который в значительной степени определяют структуру национальной экономики, качество производимой продукции и услуг, а также эффективность функционирования хозяйства на всех его организационных уровнях. Степень развития интеллектуального труда и его участия в производственных процессах становятся важнейшими факторами, определяющими конкурентоспособность страны в мировой экономике, ее экспортные возможности и долю в мировом денежном доходе [2].

Интеллектуальный капитал – знания, навыки и производственный опыт конкретных людей (человеческие авуары) и нематериальные активы, включающие патенты, базы данных, программное обеспечение, товарные знаки и др., которые производитель используют в целях максимизации прибыли и других экономических и технических результатов [3].

Интеллектуальная деятельность осуществляется на каждом предприятии, и ее результаты занимают особое место в имуществе предприятия. Интеллектуальная деятельность приносит определенные результаты, которые называют объектами интеллектуальной собственности.

Объекты интеллектуальной собственности – охраноспособные результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации в том числе.

Среди факторов прямо влияющих на стоимость объектов интеллектуальной собственности следует выделять [1]:

- 1) затраты на разработку и регистрацию объектов интеллектуальной собственности;
- 2) затраты на организацию использования объектов интеллектуальной собственности, включая затраты на маркетинг;
- 3) затраты на страхование рисков;
- 4) время разработки и освоения нового изделия;
- 5) жизненный цикл товара на рынке;
- 6) срок полезного использования объекта интеллектуальной собственности;
- 7) инфляционный фактор;
- 8) фактор морального старения объекта интеллектуальной собственности.

Интеллектуальный потенциал работников наукоемкого предприятия, как подсистема общего творческого потенциала сотрудников, представляющая собой органическое единство индивидуальных интеллектуальных способностей, отражающих, в первую очередь, способности к воспроизводству знаний, а также реализованные и нереализованные креативные возможности индивидуальных интеллектов. Интеллектуальный потенциал существует как реализованный и нереализованный, структура каждого из которых представлена системой знаний и способностей.

Среди факторов, влияющих на интеллектуальный потенциал коллектива, выделяются факторы внутренней среды – микрофакторы и факторы внешней среды – макрофакторы, а также эгофакторы.

Основными внутренними факторами являются: экономический, технический уровни производства, степень удовлетворенности трудом, внутриколлективные отношения, а также степень развития интеллектуальной среды на предприятии.

Среди макрофакторов выделяются: положение предприятия на рынке, социальное положение граждан в стране и состояние общественного мнения относительно деятельности коллектива. Эгофакторы формируются под воздействием и тех, и других, но представляют собой эмоционально-психологическое состояние личности, то есть ту среду, в которой реализуются креативные способности.

Одним из важнейших элементов и факторов формирования интеллектуального капитала выступает корпоративная культура, существование и развитие которой является основой для стимулирования инновационной активности [4].

Корпоративная культура является неотъемлемым элементом интеллектуального капитала и играет значительную роль в его структуре и управлении им, что проявляется:

– в интеллектуальном капитале, в частности, в социальном капитале корпоративная культура выступает одним из элементов его формирующих, в структурном капитале, наряду с другими составляющими, выступают и отдельные элементы корпоративной культуры;

– в рыночном капитале корпоративная культура выступает в виде факторов, его определяющих, и среды для развития интеллектуального капитала;

– с точки зрения ресурсного подхода, корпоративная культура как отдельный внутренний фактор выступает в составе интеллектуальных ресурсов организации, которые формируют конкурентные преимущества фирмы и обеспечивают ее конкурентоспособность на рынке.

Таким образом, корпоративная культура является системообразующим фактором, способствующим реализации инноваций и росту интеллектуального капитала, созданию новых компетенций и повышению конкурентоспособности организации и ее стоимости на рынке.

Библиографические ссылки

1. Блинов С. С. *Факторы, определяющие выбор подхода к оценке интеллектуального капитала.* Пермь : Высш. шк. экономики. 2011. 34с.

2. Быкова А. А., Молодчик М. А. *Влияние интеллектуального капитала на результаты деятельности компании.* СПб. : Санкт-Петербург. ун-т. 2011. С. 27–55. Сер. Менеджмент.

3. Руус Й., Пайк С., Фернстрём Л. *Интеллектуальный капитал: практика управления.* СПб. : Высшая школа менеджмента. 2008. 436 с.

4. Седова Т. В. *Интеллектуальный капитал как основа формирования организации в экономике знаний // Креативная экономика.* 2012. № 2 (62). С. 4–9.

© Герасимов М. Е., 2012

УДК 338.2

Э. С. Головина

Научный руководитель – Ю. В. Данильченко

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО СЕГМЕНТА РКТ ОАО «КРАСМАШ»

Рассматриваются вопросы использования стратегий маркетинга в управленческой деятельности промышленного предприятия.

Современным инструментом управления развитием организации в условиях нарастающих изменений во внешней среде и связанной с этим неопределенности является методология стратегического управления.

Стратегия – это конкретный долгосрочный план достижения некоторой цели. Под стратегией понимается долгосрочное качественно определенное направление развития предприятия, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы внутри-производственных отношений, а также позиций предприятия в окружающей среде.

В общем случае, на предприятии может быть разработано и реализовано четыре основных типа стратегий [2]:

1. Стратегии концентрированного роста – стратегия усиления позиций на рынке, стратегия развития рынка, стратегия развития продукта.

2. Стратегии интегрированного роста – стратегия обратной вертикальной интеграции, стратегия вперед идущей вертикальной интеграции.

3. Стратегии диверсификационного роста – стратегия централизованной диверсификации, стратегия горизонтальной диверсификации.

4. Стратегии сокращения – стратегия ликвидации, стратегия «сбора урожая», стратегия сокращения, стратегия сокращения расходов.

Классификация стратегий предприятия согласно уровню принятия решений имеет следующий вид: корпоративная; деловая; функциональная; оперативная (последняя может быть включена в функциональную). Выбор стратегии предполагает изучение альтернативных направлений развития организации, их оценку и выбор лучшей стратегической альтернативы

для реализации. При этом используется специальный инструментарий, включающий количественные методы прогнозирования, разработку сценариев будущего развития, портфельный анализ. В настоящее время существует большое число методик, позволяющих осуществлять диагностику конкурентной среды и служащих инструментами выбора стратегии: SWOT-анализ, метод анализа стратегического положения организации и привлекательности рынков (модель Мак-Кинси 7S), модель М. Портера, анализ конкурентных преимуществ на основе идей Ж. Ж. Ламбена, методика Бостонской консалтинговой группы, матрица И. Ансоффа.

Определение стратегий управления должно происходить с учетом стратегических перспектив. Поэтому, как правило, процесс разработки конкурентной стратегии предполагает прохождение определенных этапов.

Вначале это исследование внешней среды (конкурентов, поставщиков, потребителей, PEST-анализ и пр.), затем анализ существующей позиции и возможностей самого предприятия (технических, технологических, финансовых, сырьевых и пр.). Следующий этап – применение SWOT-анализа, который иначе называют еще матрицей первичного стратегического анализа. Это наиболее простой и доступный метод, позволяющий проинтегрировать различные аспекты внешней и внутренней среды и способный реально помочь в выборе оптимальной маркетинговой стратегии.

Практическое задание рассматривалось на предприятии ОАО «КрасМаш». Государственное предприятие «Красноярский машиностроительный завод», созданное в 1932 г, в настоящее время является одним

из крупнейших предприятий не только в Красноярском крае, но и в России. Сегодня это один из крупнейших в России производителей ракетно-космической техники, баллистических ракет для подводных лодок и базовых модулей разгонных блоков для ракет-носителей среднего и тяжелого класса «Протон» и «Зенит».

Миссия ОАО «КрасМаш» – укрепление обороноспособности страны через опережающее кадровое и научно-инновационное обеспечение, создания нового поколения космических аппаратов и систем. Для анализа влияния внешних факторов на деятельность компании были отобраны три сферы, оказывающие наибольшее влияние на организацию: экономическая, технологическая, политико-правовая.

Проанализировав факторы, самой нестабильной компонентой является политическая. Так же, высокие показатели представляет и технологическая компонента. Поэтому, необходимо уделять особое внимание анализу деятельности налоговых органов, и отслеживанию изменений в законодательстве Российской Федерации. Это необходимо для того, чтобы какие либо изменения в политической сфере не оказывали отрицательного воздействия на деятельность предприятия, или просто для того, чтобы руководство организации сумело вовремя отреагировать на изменение самой непредсказуемой сферы.

Главным конкурентом ОАО «КрасМаш» является ОАО «Ракетно-космическая корпорация «Энергия» имени С. П. Королёва» – стратегическое предприятие России, головное по пилотируемым космическим системам. Проявляет активность на зарубежном рынке ракетных и космических услуг. Является лидером по внедрению наукоемких космических технологий для производства продукции некосмического профиля [1].

Проведенный SWOT-анализ показал, что для сохранения лидерства ОАО «КрасМаш» следует опираться на стратегию захвата новых рынков, предпола-

гающую создание таких условий, при которых конкурентам было бы сложно увеличивать свою рыночную долю за счет позиций предприятия-лидера. Необходимо организовать Технопарк на базе предприятия, появится больше возможностей для сотрудничества с зарубежными компаниями. Появятся новые рабочие места, следовательно, увеличится мощность завода. Откроется больше перспектив выхода ОАО «КрасМаш» на новый технологический уровень. Так же нужно придерживаться стратегии, которую использует завод на данном этапе развития. Стратегия конгломеративной диверсификации, то есть здесь каждый бизнес самостоятелен и не связан с другими, компания расширяется за счет производства технологически не связанных с уже производимыми новых продуктов, которые реализуются на новых рынках (например, производство ракетно-космической техники и производство массового бытового холодильника марки «Бирюса»).

Также можно отметить, что данное предприятие выбрала стратегию неродственной диверсификации, дав понять тем самым готовность диверсифицировать в любую отрасль с хорошими перспективами получения прибыли. Завод «Красмаш» диверсифицируется в неродственный бизнес (очевидны существенные различия, например при производстве ракетно-космической техники и образцов медицинской техники).

Библиографические ссылки

1. Томпсон А. А., Стрикленд Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации : учебник для вузов. М. : Инфра-М, 2000. 412 с.
2. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг : пер. с франц. СПб. : Питер, 2008. 720 с.

© Головина Э. С., 2012

УДК 658.5

С. В. Дорофеева

Научный руководитель – А. В. Кукарцев

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖЕРА НА ПРЕДПРИЯТИИ РКП

Статья посвящена проблеме управления на предприятии РКП. Рассматриваются ключевые компетенции, необходимы эффективному менеджеру. В качестве примера приведен руководитель Научно-производственного объединения прикладной механики М. Ф. Решетнёв.

Одной из основных проблем современной российской экономики, является острейший дефицит грамотных, владеющих необходимыми умениями и навыками менеджеров.

Многолетний практический опыт и современные научные исследования в области менеджмента говорят о том, что успешность руководителя определяется целым комплексом характеристик, которыми он должен обладать помимо знаний.

Лучшие руководители, независимо от специфики деятельности и уровня управления всегда имеют практически единый профиль компетенций, влияющих на конкурентоспособность компании.

Компетенция – это измеримая характеристику человека, которая позволяет ему быть эффективным в определенном виде деятельности.

Существуют две группы компетенций, необходимых руководителю:

Специальные компетенции – те умения и навыки, которые связаны с областью профессиональной деятельности.

Базовые компетенции – группа компетенций, которая основывается на интеллектуальных, коммуникативных, эмоциональных и волевых качествах человека [1].

К специальным компетенциям относятся: способность оказывать влияние и воздействовать на людей, ориентация на достижения, мотивирование и развитие сотрудников, организация собственной деятельности, командная работа и сотрудничество, управление изменениями.

Личностными качествами являются: мудрость, интуиция, интеллект, ответственность, предприимчивость, бесстрашие, невероятная целеустремленность и коммуникабельность.

Михаил Федорович Решетнев – выдающийся ученый, конструктор, организатор, создатель и руководитель одной из ведущих фирм нашей страны в области разработки и создания космических систем связи, телевидения, навигации и геодезии, является ярким представителем эффективного менеджера.

Главная заслуга М. Ф. Решетнева заключается в том, что он правильно определил профиль предприятия. Занялся не боевыми ракетами, а направлением, которое необходимо людям. Он знал, каким образом будет развиваться технический прогресс, и шел впереди него. Для решения сложных космических задач Михаил Федорович организовывал творческие взаимодействия всех подразделений научно-производственного коллектива. Он умел поддерживать научно-техническую инициативу своих коллег, что давало положительные результаты в деятельности всего объединения и способствовало воспитанию целого ряда талантливых ученых-конструкторов в области космической техники. Михаил Федорович не боялся доверять своим сотрудникам и умел мобилизовать людей в нужный момент. Он проявлял себя настоящим главным конструктором, принимавшим ре-

шения по самым сложным вопросам и несшим за них ответственность. Подчинив все силы главной цели, он создал коллектив, ставший российским лидером в создании космических аппаратов и систем связи.

Стилем и принципом руководства М. Ф. Решетнева были полное доверие, самостоятельность в принятии решений при соответствующем контроле и жестком спросе за дело. Блестящая интуиция позволяла ему быстро войти в круг актуальных проблем ракетно-космической техники и заняться их решением. Михаил Федорович любил общаться с подчиненными и дорожил сведениями, полученными от конструкторов и инженеров, не принимал в штыки их высказываний и предложений, а стремился найти истину и как можно быстрее устранить ошибки и просчеты. Среди многих качеств Михаила Федоровича выделяло одно: стремление к новому без боязни риска – качество предполагающее смелость, а также «холодную» голову и научно обоснованный расчет. Михаил Федорович заряжал свое окружение преданностью порученному делу и учил нестандартно мыслить. Его рассудительность и аргументированность вселяли уверенность в успехе порученной работы [2].

Таким образом, менеджеру предприятия РКП необходимо уметь видеть ситуацию в целом и прогнозировать ее развитие, рисковать и нести ответственность за риски, собирать вокруг себя талантливых специалистов и подчинять все силы главной цели. Служить космосу не просто: нужна самоотверженность, творчество, упорство, высокая ответственность и вера в мечту.

Библиографические ссылки

1. *Вещиков С. Базовые компетенции руководителя // Люди дела. 2005. № 10.*
2. *Козлов А. Г., Смирнов-Васильев К. Г. Академик Михаил Федорович Решетнев, 2006. 304.*

© Дорофеева С. В., 2012

УДК 658.5

И. В. Есиков

Научный руководитель – О. В. Гостева

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЯМИ В ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РКП

Энергосберегающие технологии – как повышение эффективности использования энергоресурсов. Дан анализ понятий и обоснование определения стратегического управления инвестициями в энергосберегающие технологии на предприятиях РКП.

В мире все более актуальной становится проблема энергосбережения. В развитых странах последнее десятилетие наблюдался экономический рост при снижении энергоёмкости ВВП. Прирост ВВП на 1 % потребовал прироста потребления энергоносителей на 0,4 %. В связи с чем энергоёмкость ВВП в среднем по миру уменьшилась на 19 %, а в развитых странах – на 21–27 %.

Для российской экономики проблема энергосбережения особенно актуальна. Состояние российской экономики характеризуется низкой энергоэффективностью производства во всех отраслях. Как нам известно, чтобы повысить эффективность использования энергоресурсов за счет освоения существующего потенциала энергосбережения невозможно без серь-

езных капиталовложений в эту сферу. При этом все более важное значение приобретают не только сами по себе инвестиции в энергосберегающие технологии, но и организационно – экономические методы их реализации в условиях современной экономики России и, особенно, в промышленном производстве, что обусловлено продолжающейся структурной перестройкой экономики, прогрессирующей степенью физической изношенности, морального старения оборудования и, как следствие, резким снижением эффективности и надежности его работы, ограниченностью финансовых ресурсов и т. д. Несмотря на то, что инвестиции в освоение имеющегося потенциала энергосбережения являются весьма привлекательными и быстрокупаемыми, остаются без внимания многие проблемы связанные, главным образом, с несовершенством экономического механизма стратегического управления инвестициями в энергосберегающие технологии [4].

Особое внимание эффективности использования энергоресурсов уделяется и предприятиям РКП.

Что касается отраслей предприятий РКП, то темпы снижения энергоёмкости существенно отличаются по отраслям, что объясняется их технологическими особенностями, разной эффективностью электрификации, разным характером изменения внутриотраслевой структуры.

Важнейшей причиной внедрения стратегического управления инвестициями в энергосберегающие технологии на предприятиях РКП является интенсивность изменений факторов внутренней инвестиционной среды [2]. Государственная инвестиционная политика и самостоятельная коммерческая деятельность не позволяют эффективно управлять инвестициями предприятия на основе лишь ранее накопленного опыта и традиционных методов финансового менеджмента. В этих условиях отсутствие разработанной стратегии управления инвестициями, адаптированной к возможным изменениям факторов внешней инвестиционной среды, может привести к тому, что инвестиционные решения отдельных структурных подразделений организации будут носить разнонаправленный характер, что приводит к возникновению противоречий и снижению эффективности инвестиционной деятельности в целом.

Следующей важной причиной определяющей разработку методов стратегического управления инве-

стициями в энергосберегающие технологии на предприятиях РКП, являются ее направления и формы инвестиционной деятельности, особенности формирования инвестиционных ресурсов внутри предприятия. Разрабатываемая инвестиционная стратегия позволяет заблаговременно адаптировать инвестиционную деятельность организации к предстоящим кардинальным изменениям возможностей ее экономического развития [3].

Проведенный анализ определений позволил сделать следующий вывод: стратегическое управление инвестициями в энергосберегающие технологии на предприятиях РКП – это разработка стратегических управленческих решений, внедрение, мониторинг и корректировка инвестиций в энергосберегающие технологии при использовании инноваций, которые способствуют экономическому, рациональному расходу различных видов энергии при сохранении соответствующего полезного эффекта от их использования с учетом технологических особенностей предприятий РКП.

Таким образом, опираясь на полученное определение есть возможность подобрать ряд методик дальнейшего развития эффективных способов и форм управления инвестициями в энергосберегающие технологии на промышленных предприятиях, разработку приоритетных направлений инвестиций в энергосберегающие технологии с учетом особенностей инвестиционной деятельности предприятий РКП, что в свою очередь позволит снизить себестоимость продукции и повысит эффективность предприятия [1].

Библиографические ссылки

1. Гольдштейн Г. Я. *Стратегический менеджмент : учеб. пособие.* Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2003.
2. *Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : федер. закон № 261-ФЗ от 23 ноября 2009 г.*
3. Бясов К. Т. *Основные аспекты разработки инвестиционной стратегии организации // Финансовый менеджмент.* 2003. № 4.
4. Арутюнова Д. В. *Стратегический менеджмент : учеб. пособие.* Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. 122 с.

© Есиков И. В., 2012

А. С. Картамышев, Ю. Н. Ивашина
Научный руководитель – Ю. В. Данильченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассматриваются пути повышения эффективности деятельности предприятий посредством модернизации процесса экономического планирования. Бюджетирование рассматривается как эффективная система управления, обосновывается необходимость применения процессного подхода для предприятий аэрокосмической отрасли.

В настоящее время в России взят курс на инновационное развитие экономики, на возрождение наукоемкого производства, на развитие высоких технологий. Аэрокосмическая отрасль всегда занимала лидирующие позиции в этом направлении, однако отсутствие эффективных систем управления, основанных на экономическом планировании, послужило причиной, не позволяющей российским предприятиям развиваться и выпускать продукцию, соответствующую мировому уровню.

Общемировой тенденцией является рост требований к повышению качества продукции, выпускаемой аэрокосмическими предприятиями, что приводит к необходимости модернизировать производственные площади, расширять научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Возрастает внутренний спрос, и диверсифицируются требования коммерческих заказчиков. Все это приводит к усилению конкуренции на рынке аэрокосмической продукции и поиску резервов эффективности производства. В этих условиях, без совершенствования системы управления проектами, своевременного грамотного стратегического и оперативного планирования с непрерывным контролем эффективно управлять предприятием невозможно. Возникает необходимость модернизации систем экономического планирования для повышения эффективности деятельности предприятия. Основным инструментом в управлении производством является бюджетирование, одновременно выступающее в роли технологии управления, которая предназначена для выработки и повышения финансовой обоснованности принимаемых управленческих решений.

Основными в экономическом планировании являются бюджет доходов и расходов (БДР), бюджет движения денежных средств (БДДС) и расчетный баланс. Основные бюджеты строятся на основе операционных (бюджет закупок, продаж, бюджеты прямых и накладных расходов и др.) и вспомогательных (инвестиционный бюджет, план капитальных затрат, кредитный план) бюджетов. Дополнительные или специальные бюджеты (налоговый план, план распределения прибыли) появляются уже после составления и оптимизации основных бюджетов.

БДР показывает структуру себестоимости продукции, отношение затрат и результатов хозяйственной деятельности. По нему можно судить о рентабельности производства, эффективности хозяйственной деятельности в определенном периоде. БДР в сжатом виде соответствует форме № 2 (отчет о финансовых

результатах) бухгалтерской отчетности установленной в России. Отличие в том, что структура себестоимости в БДР составляется для управления финансами предприятия, регулирования доходной и расходной частями, а форма № 2 для фискальных нужд. Так же БДР может составляться для отдельных проектов, что характерно для предприятий – производителей спутников. БДР позволяет установить лимиты основных расходов, нормативы прибыли, проанализировать и определить резервы формирования и увеличения прибыли, оптимизации налоговых и других отчислений.

БДДС в свою очередь представляет собой конкретный план движения расчетного счета и наличных денежных средств, отражающий все прогнозируемые поступления и списания этих средств в результате хозяйственной деятельности. БДДС призван обеспечить безусловную сбалансированность поступлений и использования денежных средств предприятия на предстоящий период. Другими словами, у предприятия всегда должны быть средства для непрерывного осуществления запланированной в расходной части БДР хозяйственной деятельности, потому как доходы от реализации продукции, в виде денежных средств, появляются, как правило, после стадии производства этой продукции. Расчетный баланс необходим для расчета большинства финансовых коэффициентов, для составления финансового плана и принятия управленческих решений по внедрению новых технологий и модернизации производства. Для повышения качества управленческих решений необходимо рассматривать все основные бюджеты в рамках единой системы управления.

На практике, на российских предприятиях, БДДС имеет более значимую роль, и в связи с этим БДР и БДДС часто составляются параллельно, одновременно и независимо друг от друга (прямой подход). В промышленно развитых странах подавляющее большинство компаний применяет косвенный подход, при котором сначала определяется структура себестоимости своей продукции, выделяются наиболее важные статьи затрат, которые предстоит сделать объектами управления издержками, определяются важные для эффективного управления контрольные показатели. Формируется структура БДР, максимально учитывающая специфику конкретного бизнеса, и только после этого разрабатывается режим финансирования определенных ранее статей расходов – составляется БДДС [1].

Для эффективного планирования с помощью системы бюджетирования необходимо разработать взаи-

мосвязь между всеми основными бюджетами для увязки себестоимости продукции и движения денежных средств. Нужно разработать инструмент составления бюджетов с использованием единой базы данных. Для этого необходимо определить стадии появления и наполнения статей доходов и затрат, центры финансовой ответственности, соблюдать регламент процесса составления бюджетов. Каждая стадия процесса бюджетирования, в свою очередь должна основываться на предыдущих расчетах и служить основанием для последующих выкладок, с использованием общей нормативной и справочной информации. Таким образом, всю систему бюджетирования необходимо представить в виде цепочки бизнес-процессов, с описанными входными и выходными параметрами, возмущающими и управляющими воздействиями. В рамках отдельных бизнес-процессов требуется применение единых классификаторов статей, что даст в

конечном итоге детализацию доходных и расходных статей по конкретным признакам. Это особенно актуально для мелкосерийных и штучных производств, где к каждому выпускаемому продукту свое особое отношение и контроль.

Применение процессного подхода к формированию бюджетов предприятия позволяет достичь выполнения главного принципа – единства и прозрачности бюджетирования на предприятии.

Библиографическая ссылка

1. Хруцкий В. Е., Гамаюнов В. В. *Внутрифирменное бюджетирование : настольная книга по постановке финансового планирования. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Финансы и статистика, 2006. 464 с.*

© Картамышев А. С., Ивашина Ю. Н., 2012

УДК 330.541/542 (075.8)

И. А. Козлова

Научный руководитель – А. В. Кукарцев
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЦЕПОЧКИ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Рассмотрена концепция цепочки создания ценности (ЦСЦ) и ее применение в управлении бизнес-процессами предприятия.

Эффективность работы любого предприятия определяется выбором инструментов управления его бизнес-процессами. Желаемый результат достигается эффективнее, когда деятельностью и соответствующими ресурсами управляют как процессом. Процесс – это множество внутренних шагов деятельности компании, начинающихся с одного и более входов и заканчивающихся созданием продукции, необходимой клиенту. Процессный подход – это применение в компании системы бизнес-процессов наряду с их идентификацией и взаимодействием, а так же менеджмент процессов.

Инструмент управления бизнес-процессами на предприятии, который рассматривается в данной статье, это концепция цепочек создания ценности (added value chain). Автором этой концепции является профессор Майкл Портер, который считал, что при проведении стратегического анализа и выборе стратегии компании целесообразно обратиться именно к цепочке создания ценностей (ЦСЦ). М. Портер выделяет пять первичных и четыре вторичных действия (процесса), составляющих такую цепочку в любой фирме [1].

В число первичных процессов он включает: материально-техническое обеспечение деятельности компании; производственные процессы; материально-техническое обеспечение сбыта, маркетинг и продажи, обслуживание.

К вторичным, или поддерживающим, процессам М. Портер относит: закупки; развитие технологии; управление человеческими ресурсами; поддержание

инфраструктуры компании.

Набор процессов, входящих в стандартную цепочку ценности согласно М. Портеру, может служить лишь отправной точкой для выделения уникальных цепочек ценностей, свойственных для конкретной компании. Следует отметить, что подходы практически всех ведущих международных консалтинговых компаний к выделению и анализу бизнес-процессов базируются на концепции М. Портера.

При анализе уникальных цепочек ценностей конкретной организации следует учитывать следующие особенности ее бизнеса и методов выделения цепочек:

- у одной компании может быть выделено столько цепочек ценностей, сколько групп (видов) продуктов и услуг она поставляет внешним потребителям;
- на верхнем уровне цепочки ценности, выделяемые для различных компаний, а также для различных групп продуктов и услуг одной и той же организации, могут оказаться схожими;
- деятельность конкретного предприятия будет охватывать только часть цепочки ценности, в рамках которой создается продукт или услуга для конечного потребителя;

Ценность продукта процесса является относительной категорией. Для ее определения всегда важно понять, кто является потребителем продуктов или услуг, создаваемых в рамках процесса.

Как правильно выделить и проанализировать цепочки ценностей компании и тех процессов, которые входят в их состав? Основываясь на последних идеях

М. Портера и консультационной практике, можно предложить следующий подход:

1. Выделить границы, в рамках которых компания планирует выстраивать ЦСЦ, в том числе:

– составить список всех существующих и перспективных товаров (услуг), предлагаемых в отрасли, в которой работает компания;

– сгруппировать эти товары (услуги) по категориям, позволяющим провести их однозначную идентификацию;

– сгруппировать клиентов на основе их потребностей в указанных товарах (услугах);

– составить список потребителей, с которыми компания работает в настоящее время и хотела бы сотрудничать в перспективе;

– определить номенклатуру продуктов (услуг) компании, которые смогут удовлетворить потребности указанного круга клиентов [2].

2. Выделить и описать ЦСЦ на уровне процессов верхнего уровня.

3. Провести анализ ЦСЦ по отношению к цепочкам основных конкурентов.

4. Исключить из портфеля бизнесов компании продукты (услуги) и цепочки, не имеющие конкурентоспособных перспектив. Оптимизировать те цепочки, по которым предприятие имеет сильные позиции в настоящем либо привлекательные перспективы.

Путем анализа может быть обосновано формирование новых, дополнительных цепочек создания ценности (процессов).

В результате реорганизации цепочек создания ценности и процессов в соответствии с потребностями имеющихся и перспективных клиентов компания сможет усилить свою конкурентную позицию на рынке и заложить основу для развития бизнеса на долгосрочную перспективу.

Как показывает опыт, метод построения и анализа цепочек создания ценности может быть эффективно использован для структурирования бизнесов компа-

ний. Как правило, руководителям организаций требуется четкое представление о состоянии своего бизнеса для осуществления дальнейшего развития.

Понять, как устроен бизнес, можно, получив и проанализировав информацию о том, какие внутри него выполняются процессы и кто за них отвечает. Необходимо структурировать деятельность компании в виде процессов и рассмотреть существующую организационную структуру с точки зрения распределения ответственности руководителей за процессы и участия в них подразделений. Метод построения и анализа цепочек создания ценности является одним из лучших инструментов для решения этой задачи.

Анализ и реорганизация цепочек создания ценности позволяют:

– оценить оптимальность бизнес-модели компании в целом, в том числе выделить те процессы, которые увеличивают или сокращают ее стоимость;

– увеличить доход за счет реорганизации цепочки (продажи части бизнеса, входящего в состав цепочки, или передачи части ее процессов на аутсорсинг, создания стратегического партнерства с поставщиками; и т. п.);

– максимально эффективно (с точки зрения реализации стратегии компании) использовать ресурсы для развития бизнесов компании и реализации стратегически важных проектов и т. п.

Библиографические ссылки

1. Портер М. *Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость*; пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.

2. Репин В. В., Елиферов В. Г. *Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов*. М.: РИА «Стандарты и качество», 2004. 408 с.

© Козлова И. А., 2012

УДК 658.5

А. А. Константинова
Научный руководитель – А. А. Бойко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ

Описаны тенденции развития системы инновационного управления, выделены основные проблемы, препятствующие инновационному развитию, предложены направления формирования эффективной системы управления инновациями.

Тема инновационного развития и управления инновациями России необычайно широка. В основе качественных сдвигов, происходящих в современной экономике, лежит инновационная направленность стратегии и тактики развития производства [2].

Переход России к новому этапу экономического развития предполагает учет высших мировых достижений научно-технического прогресса в соединении с национальной конкретно-исторической спецификой

страны, ее экономики и особенностями ее современных проблем. Первая проблема связана, как указано выше, с тем, что курс на модернизацию российской экономики провозглашен после 15–17-летнего перерыва в инновационном процессе. Поэтому ее ориентирами должны объективно служить новейшие результаты, которые получены мировой наукой и техникой за прошедшие годы, «перешагивая» промежуточные ступени [3].

Вторая проблема заключается в том, что перед государственной инвестиционно-инновационной политикой стоит задача полного завершения «восстановительного» периода, компенсации огромных потерь, понесенных в годы «перестройки», и особенно реформ 1990-х гг., в результате которых последовали невиданный до сих пор спад производства, гибель многих крупнейших предприятий, упадок целых отраслей промышленности и сельского хозяйства, снижение жизненного уровня огромной части населения. С большими трудностями восстанавливается сельское хозяйство, уступающее почти половину внутреннего рынка продовольствия импортной продукции, что является самой глубокой причиной роста цен на эти жизненно важные товары массового потребления [4].

Третья проблема связана с преодолением сырьевой ориентации экономики, что требует быстрого восстановления и дальнейшего роста обрабатывающей промышленности.

Четвертая проблема заключается в том, что государственные холдинги не осваивают тех средств, которые выделяются из бюджета. Выходит, что на старте принятия государственной стратегии инновационного развития отсутствует соответствующий механизм экономического стимулирования и административного воздействия на эти объединения. Также в современной смешанной экономике функции по обеспечению пропорциональности делятся между корпоративным сектором и государством. Они разделяют и ответственность за перевод воспроизводства на инновационные рельсы и за придание ему инновационного характера [3].

Для создания системы управления инновациями следует развивать следующие направления:

1. Увеличение государственного финансирования науки, укрепление ее материально-технической базы, обеспечение достойной оплаты труда научных работников, а также рационализирование структуры имеющейся сети научных учреждений и распределение государственных ресурсов, выделяемых на исследование. Должна возрасти роль университетской науки (сейчас менее 40% учреждений высшего образования фактически вовлечены в научные исследования и разработки). Среди актуальных задач – расширение практики научно-исследовательских работ в университетах на контрактной основе, формирование постоянных связей науки и бизнеса, увеличение инвестиций российских компаний в инновационное производство.

2. Для анализа закономерностей развития инновационных процессов, необходимы специалисты – инновационные менеджеры, которые занимаются различными организационно-экономическими аспектами нововведений. Поэтому непростой этап ее реформирования в современной России требует подготовки специалистов по инновационному управлению, владеющих методами управления научными коллективами, исследованиями и разработками, а также способными, активно работать на рынке нововведений. Все это предъявляет высокие требования к квалификации инновационных управленцев: они должны обладать научно-техническим и экономико-психологическим

потенциалом, качествами как традиционного менеджера, так и ученого-исследователя, быть квалифицированными экономистами, способными оценить эффективность нововведений и управления инновациями.

3. Особо следует сказать о внешнеполитических проблемах ИТР, которые не могут быть решены без государства. Инновационное развитие неизбежно требует более интенсивного включения российской экономики в мировую хозяйственную систему. Поэтому необходима система защитных мер, которые сделали бы Россию менее уязвимой перед лицом кризисных процессов в мировой экономике [1].

4. В инновационных разработках развитых стран широко участвует средний и малый бизнес. Но не он, конечно, является лидером их инновационного развития. Возглавляют этот процесс крупные корпорации, в орбиту деятельности которых включается среднее и малое предпринимательство. И в России в авангарде создания и внедрения новых технических средств должны идти не маломощные и технически слабо оснащенные предприятия, а крупнейшие государственные и частные корпорации, реализующие федеральные целевые, а также адресные инвестиционные программы.

В процессе управления инновационной деятельностью следует не только выявлять взаимосвязи различных новшеств, но и поддерживать непрерывную эволюцию инновационных систем. Это связано с расширением границ саморазвития и самоорганизации экономических систем и демонстрирует возросшие возможности совершенствования экономики и ее структурных преобразований. Поэтому под влиянием инновационной деятельности структурные преобразования экономики также вовлекаются в систему объектов инновационного менеджмента. Инновационная деятельность, основанная на рациональности и полезности не может нормально функционировать без вознаграждения индивидуальных усилий, умственной энергии и изобретательности. С этих позиций инновационная деятельность есть эффективное сочетание технологий и организации с предпринимательской этикой.

Библиографические ссылки

1. *Возможности и перспективы инновационного развития России в глобализирующемся мире. Инновационная модернизация России. Политологические очерки [Электронный ресурс]. URL: <http://www.etnograf.ru/node/272>.*

2. *Инновационное управление: инновационное управление [Электронный ресурс]. URL: <http://innovation-management.ru/>.*

3. *Карьера БГУ: инновационная деятельность как объект управления [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mjob.by/innov-proj/136>.*

4. *Экономический портал: Особенности нового этапа инновационного развития России [Электронный ресурс]. URL: <http://institutiones.com/innovations/895-osobennosti-novogo-jetapa-innovacionnogo-razvitija-rossii.html>.*

УДК 338.3.001.76

А. А. Косякова
Научный руководитель – А. А. Бойко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ

Рассмотрено состояние малых инновационных предприятий, их количественные характеристики, тенденции развития, а также приведены факторы, препятствующие становлению малого инновационного предпринимательства.

За последние два года (2009–2011 гг.) сектор малого предпринимательства России существенно был подвержен негативным последствиям разразившегося мирового финансово-экономического кризиса, проявившиеся в резком падении числа предприятий в ряде регионов, снижению спроса, а, следовательно, и выручки, а также сокращению числа рабочих мест.

В тоже время нельзя не отметить тот факт, что последствия кризиса, дадут новый толчок к продвижению новых, смелых, инновационных бизнес-проектов, столь необходимых для выполнения программы по модернизации экономики.

Успех государственной инновационной политики во многом зависит от состояния и уровня развития малого предпринимательства, который является источником инноваций, а также каналом трансферта знаний и технологий. Особая роль здесь принадлежит той части малых предприятий, которые являются инновационно-активными и занимаются созданием инновационного продукта, доведением научно-технических новшеств до возможности их коммерческого использования.

Малое инновационное предприятие (МИП) – это малое предприятие, специализирующееся на исследованиях и разработках инновационных технологий, продуктов, услуг на основе использования объектов интеллектуальной собственности и имеющее потенциал для внедрения и коммерциализации инновационных разработок, с численностью рабочих до 100 человек.

Малые предприятия выполняют особую роль в экономике; они служат связующим элементом, начиная от идеи и ее развития, и заканчивая готовой продукцией. Однако научные разработки далеко не в каждом случае становятся инновационным продуктом, а открытие новых инновационных технологий не всегда применимо в производстве. Поэтому именно малые организации чаще других рискуют в процессе превращения знаний в товар. Вследствие повышенного риска происходит процесс исчезновения одних фирм и возникновение других. Благодаря этому возникает некий баланс функционирующих малых инновационных предприятий, обеспечивающий их «критическую массу» в реальном секторе экономики. Следует отметить, что малые фирмы часто создают среду, в которой инициатива и личная заинтересованность работников играют ключевую роль в функционировании организации.

Доля наукоемкого, инновационного предпринимательства в общей структуре малого бизнеса России незначительна и составляет, по разным оценкам, от

1,4 до 3,5 %. В Европе данный показатель значительно больше, доля инновационных предприятий в малом бизнесе составляет 60 %, а в Японии – 80 %. Из всех малых наукоемких предприятий России не более 15 % можно назвать по-настоящему инновационными. Они проводят научные исследования, занимаются охраной интеллектуальной собственности и коммерциализацией нововведений на рынке. Доминирующая же масса предприятий лишь эксплуатирует научный и инновационный потенциал, накопленный еще в советское время [2].

Качественные показатели деятельности малого инновационного бизнеса в России также невелики. Доля МИП в производстве ВВП страны, по примерным оценкам, находится на уровне 0,8–1 %, а доля налоговых поступлений в доходы бюджетной системы не превышает 0,05 % [1]. В развитых странах на долю новых или усовершенствованных технологий, оборудования или услуг приходится от 70 до 85 % прироста валового внутреннего продукта. [3].

При анализе факторов, препятствующих развитию малых инновационных предприятий, на первый план выходят следующие: отсутствие комплексной правовой базы, учитывающей интересы малых фирм; нехватка оборотного капитала, а именно доступа к кредитам на приемлемых условиях; недостаточная экономическая и юридическая грамотность руководства малых предприятий; невысокая активность со стороны крупных предприятий в процессе сотрудничества.

К негативным факторам относятся также высокие административные барьеры и проблемы с контрольно-надзорными органами, затрудненный доступ к производственным площадям, высокое налоговое бремя и недостаток мощностей, отвечающих современным требованиям, отсутствие реальной государственной помощи, наличие устаревшей системы организации производства и неразвитой информационно-консалтинговой инфраструктуры. В последние годы существенно обострил ситуацию дефицит квалифицированных кадров, в связи с отсутствием программ подготовки научных работников.

Современный этап развития мирового хозяйства характеризуется непрерывностью и масштабностью инновационного процесса, поэтому важно исследовать теоретические основы функционирования малых инновационных предприятий промышленности, которые в своей деятельности ориентированы на разработку новых знаний, широкомасштабное внедрение наукоемкой продукции в промышленное производст-

во, а также быструю коммерциализацию результатов научных открытий.

Подводя итог, можно сказать о том, что Россия обладает большим инновационным потенциалом, заложенным еще в советское время, значительными интеллектуальными и природными ресурсами, всё это просто необходимо использовать для создания масштабного научного сектора с использованием опыта малых инновационных предприятий в коммерциализации научных разработок. Увеличение количества малых инновационных предприятий, путем всесторонней государственной поддержки, массовая разработка, внедрение и использование новых технологий сможет помочь России преодолеть технологическое отставание от ведущих мировых стран.

Библиографические ссылки

1. Александрова А. Кризис и малый бизнес, ориентированный на науку: социально экономические условия функционирования малого бизнеса, ориентированного на наукоемкие технологии // *Российское предпринимательство*. 2009. № 5. Вып. 1. С. 4–11.

2. Опалева О. И., Черенкова Ю. В. Инновационный потенциал российского предпринимательства // *Финансы и кредит*. 2009. № 4. С. 57–66.

3. *Наука и технологии в России: Россия должна стать научной сверхдержавой* [Электронный ресурс]. URL: http://www.strf.ru/material.aspx?d_no=28654&CatalogId=221&print=1.

© Косякова А. А., 2012

УДК 338.2

А. М. Кривошеина

Научный руководитель – Ю. В. Данильченко

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ДЛЯ БИЗНЕС-АКСЕЛЕРАТОРА ООО «IT-INVEST GROUP»

Рассматриваются вопросы разработки стратегии развития предприятия в современных условиях.

На сегодняшний день сеть-интернет стала неотъемлемой частью нашей жизни. Компьютеризация и «интернетизация» российского общества ежегодно возрастает на 35–40 %. В 2006 году количество интернет-пользователей составляло приблизительно 27 млн, а в 2010 – 50 млн. К 2010 году эта цифра возросла до 50 млн.

Не секрет, что особенно на развивающемся рынке можно найти нишу для реализации нового проекта и интернет дает такую возможность.

На столь быстро развивающемся рынке все происходит очень динамично, и всегда можно что-то упустить из вида. Чаще всего это касается процессов оптимизации и рационализации. Пока рынок позволяет работать с прибылью в 100 %, и конкуренция невысока – относительно безболезненно совершаются ошибки, можно не задумываться над результатами и эффективностью принимаемых решений, будь то проведенная рекламная кампания в интернете или разработанный корпоративный веб-сайт или электронный магазин. Однако такое положение не может сохраняться бесконечно.

Актуальность разработки данной проблематики связана с тем, что именно сейчас существуют все предпосылки для организации подобной компании: значительные объемы рынка (а значит большие бюджеты на интернет, как следствие готовность платить за эффективность); зрелость рынка (появление исследований и отчетов, профессиональных организаций); относительно сформированная структура рынка; тенденция к «обелению» компаний и «прозрачности» рынка; острая нехватка квалифицированных специалистов в отрасли; большой объем информации, множество источников, предоставляющих рынку противоречивую информацию.

С увеличением возможностей, как правило, увеличивается, и количество желающих этими возможностями воспользоваться. Большой спектр перспектив открывает нам сегодня интернет. И бизнес в этой сфере становится все популярнее.

Идеи интернет бизнеса мало чем отличаются от offline-сферы, только в первом случае мы имеем больше шансов на успех. Ведь интернет предоставляет непаханое поле возможностей, которые в свою очередь пока еще мало реализованы. Главное делать упор на уникальность и актуальность бизнеса как на сегодня, так и в будущем [1].

Объектом исследования является бизнес-акселератор ООО «IT-invest group». Это российская компания, созданная для разработки, запуска и продвижения инновационных интернет-бизнесов. Это вторая в своем роде организация в России, которая направляет свою деятельность на развитие эффективных инновационных проектов в сети интернет: захватывает стадии от возникновения идеи до выдвижения проекта «в свет», с организованной структурой управления и командой из высококвалифицированных специалистов. Эта организация выступает в роли операционного партнера, обеспечивая стартапам высокопрофессиональную поддержку на разных стадиях развития.

Цель компании заключается в обеспечении российского потребителя широким спектром онлайн сервисов международного уровня путем создания инновационных интернет-компаний. IT-invest group обеспечивает стартующие интернет-компании финансовой, организационной и управленческой поддержкой на стадии запуска и развития, выступая в роли инвестиционного и операционного партнера одновременно.

Учитывая, что сфера бизнеса в интернете очень скоротечно развивается, то для перспективной дея-

тельности компании необходима стратегия развития. Это, безусловно, касается организации в любой области, так как стратегия предприятия – интегрированная модель действий, направленных на достижение целей предприятия.

Анализ макросреды организации показал, что имеется несколько факторов внешнего окружения, обладающих наиболее высокой степенью важности для организации: появление новых технологий; новые патенты; защита интеллектуальной собственности; стиль жизни, обычаи, привычки, традиции; способность населения принимать инновации; уровень владения интернет-ресурсами.

Анализ нестабильности среды показал, что самыми нестабильными являются политическая и экономическая. Поэтому, необходимо уделять особое внимание анализу деятельности налоговых органов, и отслеживанию изменений в законодательстве Российской Федерации. Это необходимо для того, чтобы какие либо изменения в политической сфере не оказывали отрицательного воздействия на деятельность предприятия, или просто для того, чтобы руководство организации сумело вовремя отреагировать на изменение самой непредсказуемой сферы. Также необходимо отслеживать и экономические процессы. Данная сфера обладает высокими показателями нестабильности, поэтому особое внимание следует уделять экономическому анализу. Это необходимо для того, чтобы, опять же, быть готовыми к быстрому реагированию на все, или хотя бы самые значительные, изменения в экономике.

Анализ влияния движущих сил позволил определить коэффициенты важности каждого фактора. Таким образом, самой высокой важностью обладает анализ конкурентов. Удалось, так же, заключить, что конкуренция будет в дальнейшем расти, следовательно, необходимо особое внимание уделить анализу конкурентной среды организации.

В ходе работы было выяснено, что на рынке интернет-проектов конкурируют две лидирующих фир-

мы – ООО «Fast lane ventures» и «Y combinatory». Оба этих конкурента являются для IT-invest group значимыми. Они превосходят объект исследования по нескольким аспектам в силу того, что данные компании довольно давно функционируют на рынке интернет-проектов. Путем ранжирования было установлено, что ближайшим конкурентом является ООО «Fast lane ventures», слабые и сильные стороны стоит выделять сравнительно с данной организацией.

IT-invest group только начинает двигаться в этой области. В настоящее время идет разработка первого проекта.

Для того чтобы выдержать конкурентную борьбу и достигнуть лидерских позиций, компании необходимо следовать стратегии развития, которая учитывает все сильные и слабые стороны конкурентов, и предназначена для того, чтобы добиваться успешных результатов с помощью своих сильных сторон и возможностей, которые предоставляет внешняя и внутренняя среда, учитывая свои слабости.

В результате проведенной работы, была разработана стратегия развития для ООО «IT -invest group». Проведенный SWOT-анализ показал, что для достижения лидерства компании следует опираться на стратегию захвата незанятых пространств, предполагающую отказ компании от открытого вызова конкурентам в ценовой и рекламной борьбе, больших затрат на дифференциацию. Необходимо ориентировать работу предприятия на области, которые позволят занять позицию лидера в сфере развития интернет-бизнесов, учитывая все нюансы развития данного рынка и предпочтения потребителей.

Библиографическая ссылка

1. Ламбен. Ж.-Ж., Чумпигас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг : пер. с франц. СПб. : Питер, 2008. 720 с.

© Кривошеина А. М., 2012

УДК 330.142.211

Е. А. Лазарев

Научный руководитель – А. В. Кукарцев

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

Рассмотрены основные проблемы и тенденции развития на ближайшие годы предприятий ракетно-космической промышленности России

Ракетно-космическая промышленность (РКП) является одной из ведущих отраслей оборонно-промышленного комплекса (ОПК) и промышленности в целом. В настоящее время в состав РКП России входят около 100 организаций и предприятий:

- конструкторские бюро, научно-исследовательские институты и научно-производственные объединения;

- предприятия по производству ракетно-космической техники (РКТ);

- экспериментальные базы для наземной отработки РКТ;

- космодромы и центры управления полётами.

Несмотря на низкие объемы бюджетного финансирования российской космической деятельности, действующая космическая политика к настоящему

времени обеспечивает потребности страны в РКТ на минимально необходимом уровне. Российские средства выведения космических аппаратов, оставаясь самыми надежными в мире, обеспечивают до 40 % мировых потребностей в запусках, а РКП остается самой наукоемкой отраслью страны, продукция которой востребована на мировом рынке.

К сожалению, параллельно развиваются негативные процессы, которые привели к практически полному израсходованию созданных за предыдущие 40 лет научно-технических заделов, технических ресурсов основной части промышленного и технологического оборудования, отсутствию элементной базы, старению кадрового потенциала. Средний возраст персонала в отрасли превысил 45 лет, а средняя зарплата в РКП России в 2011 г. составила всего 22 тыс. рублей.

Федеральной космической программой на 2006–2015 годы, Федеральной целевой программой «Развитие ОПК Российской Федерации на период до 2020 года» и другими федеральными программами, предусмотрено создание отечественной РКТ мирового уровня, однако вследствие отмеченных причин, сроки разработки и реализации новых проектов (Глонасс, Булава и другие) увеличиваются, а затраты значительно возрастают.

В целом РКП постепенно подходит к пределу, за которым через некоторое время может последовать невозможность решения ОПК основной стоящей перед ним задачи – обеспечения оборонной и промышленной безопасности государства.

Заместитель председателя Правительства Российской Федерации Дмитрий Rogozin, курирующий военно-промышленный комплекс и гособоронзаказ, высказал мнение по этой проблеме: «Необходимы как новая индустриализация страны, восстановление позиций в потерянных отраслях производства, так и высокотехнологическая модернизация, усиление сферы hi-tech и наших информационно-коммуникационных возможностей» [1].

РКП все еще развивается в рамках индустриального технологического уклада, и лишь отдельные ее предприятия в полной мере используют информационные технологии.

Основа новой политики развития РКП заключается в том, что осуществление крупномасштабных проектов должно обеспечиваться на базе освоения технологий следующего поколения и внедрении информационных технологий с учётом опыта наиболее развитых стран, наращивании кадрового потенциала. Новые научно-технические решения, элементная база, приборы и устройства, должны найти обязательное применение при создании изделий РКТ современного технического уровня.

Капитальные вложения на реконструкцию и техническое перевооружение РКП должны предусматривать:

- внедрение современного технологического оборудования, обеспечивающего реализацию, как базовых технологий, так и технологий следующего поколения для производства изделий РКТ;
- автоматизация технологических процессов, обеспечивающих снижение трудоёмкости производства, повышение качества и надёжности изделий РКТ;

- общая информатизация отрасли – формирование единого информационного пространства (ЕИП) на основе внедрения CALS-технологий (Continuous Acquisition and Life-cycle Support – непрерывные поставки и поддержка жизненного цикла изделия) в проектно-конструкторской, производственно-технологической и других сферах деятельности [2].

Последнее обусловлено широкой внутриотраслевой и межотраслевой кооперацией, большим числом соисполнителей в процессе проектирования, изготовления и испытания изделий РКТ. В основе процессов производственного планирования и управления лежит информация, появляющаяся на стадии конструкторско-технологической подготовки производства (КТПП). Следовательно, эффективность работы всей информационной системы напрямую зависит от актуальности и полноты данных, получаемых на этой стадии.

Другими словами, КТПП служит информационной основой для решения производственных задач РКП.

Автоматизация работы конструкторов и технологов должна начинаться с внедрения САПР (системы автоматизированного проектирования) для решения инженерных задач и создания конструкторско-технологической документации (КТД). Далее необходимо внедрение системы управления электронным архивом КТД и PDM-системы (Product Data Management – управление данными проекта). Таким образом, объединяются результаты работы над проектом конструкторов и технологов – на предприятии создаётся единая среда для проектирования в условиях ЕИП, обеспечивается возможность пользования общей информацией и переход к безбумажному документообороту.

Необходимость успешного функционирования в условиях жесткой конкурентной среды диктует свои требования к эффективности бизнес-процессов предприятия. Решение задачи повышения эффективности неразрывно связано с обеспечением информационной поддержки процессов, поэтому сегодня практически ни у кого не вызывает сомнения необходимость построения ЕИП предприятий и отрасли в целом.

Таким образом, для модернизации РКП необходима целевая поддержка государства и стремление высшего руководства модернизировать свое производство. И тогда РКП России станет локомотивом, который в любой экономической кризис сможет вести за собой и другие отрасли промышленности.

Библиографические ссылки

1. Rogozin D. O. Умная армия. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.redstar.ru/index.php/newspaper/item/503-rossii-nuzhna-umnaya-oboronka>.
2. Нормативные документы Роскосмоса. Концепция информатизации Роскосмоса (2010–2015 гг.). Первая редакция. Москва, 2010 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.federalspace.ru/main.php?id=13&did=928>.

© Лазарев Е. А., 2012

УДК 338.242

М. А. Лапшина, А. С. Наприенко
Научный руководитель – Ю. В. Данильченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АНАЛИЗ НЕСТРАТЕГИЧЕСКИХ БАРЬЕРОВ ВХОДА НОВЫХ ФИРМ НА РОССИЙСКИЙ НЕФТЕГАЗОВЫЙ РЫНОК

Проведено исследование по определению барьеров входа новых фирм на российский нефтегазовый рынок. Определена структура входных барьеров в нефтегазовый сектор, а также сила и высота указанных барьеров, что позволяет оценить состояние и перспективы развития нефтегазового сектора в дальнейшем.

Разгосударствление экономики, приватизация и развитие предпринимательства призваны создать конкурентную среду, которая способствует снижению цен и повышению качества товаров и услуг. Однако, как показала российская практика, механическая смена форм собственности не порождает сама по себе конкурентную среду. Институт частной собственности может быть использован монополией как средство создания преграды от потенциальных конкурентов. Существует множество барьеров, стоящих на пути развития предпринимательства в перспективных отраслях российской экономики. Проанализируем перспективы развития предпринимательства на примере рынка нефтепродуктов.

Сложившаяся в настоящее время ситуация в России, при которой в структуре экспорта преобладают нефтепродукты, позволяет предположить, что организация новых фирм в этой отрасли будет крайне выгодна. Однако, и барьеры входа в данную отрасль экономики довольно высоки [1].

Структуру возможных барьеров, с которыми столкнется предприниматель, можно условно разделить на стратегические и нестратегические. К числу нестратегических барьеров можно отнести ограничения спроса; преимущества в уровне затрат; состояние инфраструктуры рынка; административные барьеры и степень криминализации экономики. Значение имеют и объемы первоначальных инвестиций, необходимых для входа на товарный рынок.

Стратегические барьеры в значительной мере определяются действиями работающих в отрасли компаний и включают ограничивающее вход ценообразование, объем дополнительных инвестиций в оборудование, степень дифференциации продукта и характер долгосрочных контрактов с третьими лицами.

Осуществив первоначальные инвестиции и понеся значительные необратимые издержки, предприниматель может обнаружить, что потенциальные покупатели уже нашли своих продавцов, и дополнительный товар некому продавать.

В основном компании, транспортирующие и сбывающие нефтепродукты, являются вертикально интегрированными и контролируют весь процесс работы, начиная с добычи и кончая доведением нефтепродуктов до потребителей.

Расходы компаний на нефтедобычу обычно низки, но к ним добавляются транспортные тарифы, налоги, экспортные пошлины, и другие платежи. Участие в конкурентной борьбе в области средних издержек на

разведку и добычу нефти также представляется проблематичным, поскольку создать мощный нефтяной вертикально интегрированный агрегат и претендовать на самостоятельную доставку нефти потребителям новая компания не сможет [3].

Как известно, крупнейшие нефтеносные провинции уже открыты и поделены между игроками нефтяного рынка. Таким образом, на долю вновь созданных компаний изначально приходится меньшие по территории и менее нефтеносные районы. Основной стратегией становится перенесение геологоразведочных работ в новые регионы с перспективой дальнейшего освоения и разработки открываемых там месторождений, на которых они могут в полной мере реализовать свои преимущества. Естественные необратимые изменения сырьевой базы в рамках отдельных нефтеносных провинций определяют объективную неизбежность эволюции организационной структуры нефтяного сектора в направлении постепенного ослабления роли и значения крупных вертикально-интегрированных компаний. Эта тенденция постепенного перехода к конкурентному рынку характерна для всех нефтедобывающих стран.

Важной проблемой является концентрация инфраструктуры в руках государства. Почти все магистральные нефтепроводы в России принадлежат государственным акционерным компаниям. Это означает, что любая перевозка должна быть согласована и стоит немалых денег. Начиная компания просто не может предложить государству выгодный проект экспорта нефтепродуктов, а это значит, что предпочтение будет отдано государственным или крупным нефтяным компаниям [4].

Это барьеры, создаваемые органами власти на всех уровнях. Естественно, что таких барьеров множество. Прежде чем разрабатывать месторождение, нужно получить на это право и заключить договор между Российской Федерацией и компанией.

В настоящее время хорошо освоенные месторождения, где нефть добывать легко, поделены между крупными нефтяными компаниями, поэтому открытиями для конкуренции остались в основном только слабо освоенные территории, где преобладают мелкие месторождения с трудноизвлекаемыми запасами и неразвитой инфраструктурой. Освоение такого класса месторождений и нефтеносных площадей связано с крупными затратами и высоким финансовым риском.

Кроме того, нефтяной комплекс создавался во времена централизованной системы управления, по-

этому все сервисные работы и услуги были подчинены цели обслуживания добываемой нефти в рамках одной системы. Так, в состав вертикально-интегрированных компаний входят до ста и более обслуживающих подразделений и структурных единиц, напрямую не связанных с основным видом деятельности – добычей нефти.

Криминализация – это барьер, связанный с необходимостью нелегально платить лицам или организациям за возможность функционирования фирмы на рынке. Возможность возникновения такой ситуации возникает на этапах получения лицензии, выдачи разрешения от экологической службы и получения доступа к сети трубопроводов и нефтеперерабатывающих заводам [2].

Нельзя также забывать о недобросовестной конкуренции: уже существующие фирмы могут сопротивляться появлению нового игрока на рынке, используя в том числе, и нерыночные методы борьбы.

Приведенный выше обзор нестратегических барьеров для входа новой компании в нефтяную отрасль дает не только приблизительные оценки капиталовложений и трудностей, стоящих на пути развития предпринимательства в данной сфере экономики, но показывает в целом состояние отрасли и перспективы ее развития в будущем.

Библиографические ссылки

1. О недрах : Закон РФ от 21.02.1992 N 2395-1.
2. Ашихман О. Рынок все отрегулирует сам // *Топливный рынок : аналитический журнал*. 2008. Март.
3. *Коммерсант*. 2008. 28 июня.
4. Силкин В. Ю. *Формирование конкурентной среды в российском нефтяном секторе: нерешенные проблемы и основные тенденции. Сектор экономических проблем развития ЗСНГК, ИЭ и ОПП*.

© Лапшина М. А., Наприенко А. С., 2012

УДК 651.4/.8(075.8)

Е. Е. Максимов, К. В. Бурс
Научный руководитель – Л. А. Жереб
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АКТУАЛЬНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ ЭЛЕКТРОННЫХ АРХИВОВ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассмотрен важный этап документооборота – архивное хранение документов. Приведены данные об электронных архивах и проблемах, возникающих при их организации, на современных российских предприятиях.

Проблема возрастания объемов управленческих документов сегодня актуальна для множества организаций и учреждений. Архивы предприятий накапливаются годами, десятками лет, за которые собираются колоссальные объемы архивных документов. Это приводит к значительным трудностям при организации современных архивохранилищ.

Современным и эффективным решением этой проблемы является создание электронного архива (ЭА). Более того, развитие современных технологий позволяет говорить о постепенном, возрастающем значении электронных архивных систем.

Электронный архив – это база документов, хранящаяся на электронных носителях, а также программное обеспечение, позволяющее осуществлять поиск необходимой информации [1].

Основой ЭА является электронный документ, поэтому основными задачами и проблемами, возникающими при разработке программного обеспечения электронных архивов, являются хранение, обработка информационных ресурсов, хранение документов в различных форматах, наличие определенных реквизитов, обеспечивающих подлинность и юридическую силу электронного документа, защита доступа к базам данных.

Процесс внедрения автоматизированных архивных технологий (ААТ) развивается по двум направлениям [2]:

1. Централизованная разработка и внедрение типовых баз данных по основным направлениям работы

государственных архивов (от комплектования до использования).

2. «Стихийная» компьютеризация, осуществляемая самими архивами предприятий.

Основные преимущества ЭА:

- связь электронного документа с бумажным источником;
- снижение затрат на хранение;
- значительное сокращение потери и повреждения архивных документов за счёт уменьшения потребности в подлинниках;
- снижение объемов копировальных работ благодаря доступу к электронным образам документов;
- значительное упрощение переноса документов из оперативного хранения в архивное;
- контроль запросов и получения информации;
- распределение прав и процедур доступа согласно корпоративным регламентам.

Важной проблемой при организации ЭА является применение современных информационных технологий, в частности, технологий оцифровки различного вида документов [3].

Потребности общества в ретроспективной информации не ограничиваются узкими потребностями предприятий, они имеют и межгосударственное значение, так как в архивах России хранится информация, интересная для целого ряда стран.

Например, можно отметить опыт работы Российского государственного архива научно-технической

документации (РГАНТД) по созданию полнотекстовых страховых копий на оптическом диске, выбору формата архивной информации на оптическом диске, принципам построения системы поиска в массиве оцифрованных документов.

Эти работы были использованы, например, в области международного сотрудничества по освоению космического пространства и космической техники, в частности по программе «ЭПАС» (экспериментальный полет кораблей Союз – Аполлон).

В 1996 г. там же был создан электронный архив «Фотографии Ю. А. Гагарина».

Было отсканировано 850 фотографий (цветных и серно-белых). В качестве носителя был выбран оптический диск WORM фирмы «Plasmap» (как и в первом проекте), в 1997 г. массив оцифрованных фотографий был записан на CD-R.

Связь между базой данных и массивом отсканированных документов организовывалась специальными программно-технологическими средствами:

- программа воспроизведения оцифрованных документов или их частей;
- имена оцифрованных документов (как часть рабочего листа ввода);
- программа организации доступа к оцифрованным документам;
- файл информации для программы организации доступа к оцифрованным документам.

В результате реализации этих и других проектов при тесном международном сотрудничестве были решены следующие задачи:

- разработаны технологии создания полнотекстовых страховых копий на оптическом диске;
- решены вопросы выбора формата записи архивной информации на оптическом диске;
- разработаны принципы построения системы поиска в массиве оцифрованных документов.

Проблема ЭА в последние годы широко обсуждается в рамках российских профессиональных сооб-

ществ. К сожалению, в России нет единого государственного органа, занимающегося вопросами сохранения цифрового культурного и научного наследия. Эта задача не ставилась ни в одной из федеральных программ («Электронная Россия (2002-2010 г.)»), ни в программе «Развитие единой образовательной информационной среды (2001-2005 годы)» и др.

Это можно объяснить следующими проблемами:

- колоссальный объем ретроспективной информации для оцифровки;
- надежность носителей информации;
- отсутствие профессиональных кадров по созданию ЭА.

Следует отметить, что упорядоченное ведение собственного архива, безусловно, чрезвычайно важно для любой организации, потому что от правильной работы архива зависит работа всей организации. Вместе с тем, внедрение ЭА требует определенных затрат, вложений, которые не могут окупиться в короткое время. Именно поэтому электронные архивные системы активно внедряются и используются коммерческими структурами, но на государственном уровне ЭА еще не востребованы в полной мере.

Библиографические ссылки

1. Залаев Г. З. *Современные принципы хранения и распространения архивной информации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2001/tom/sec2b/Doc12.HTML>, свободный.*
2. Зверева Н. *Автоматизация архивной службы предприятия [Электронный ресурс]. URL: http://www.e-rus.ru/site.shtml?id=7&n_id=3631.*
3. *Электронные архивы. Создание электронных архивов документов и организация хранилищ корпоративной информации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.korusectm.ru/solutions/elib/>.*

© Максимов Е. Е., Бурс К. В., 2012

УДК 331.101.3

Ю. С. Мамонова

Научный руководитель – А. В. Кукарцев

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИНТЕРИМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЗА РУБЕЖОМ И В РОССИИ.

Рассматривается новое явление интерим-менеджмент, которое появилось в Голландии в 70-х гг. прошлого века, сейчас находит развитие во всей Европе и постепенно ступает на территорию России.

Не всем людям дорого то, к чему всегда и везде стремится большинство работников вне зависимости от занимаемой должности: стабильность, солидный стаж в одной компании, даже отсутствие конфликтов с коллегами. Им, как актерам, необходимо проживать одну роль, потом браться за другую, они нуждаются в драйве, а не в «выслуге лет». Таких людей называют интерим-менеджерами, т. е. временными менеджерами, которые по договору с собственником реализуют конкретные управленческие задачи в конкретный

срок и после своего ухода из компании оставляет работающую отлаженную систему и людей, способных далее работать самостоятельно.

Интерим-менеджмент – это оперативное практическое решение бизнес-проблем путем привлечения опытных высококлассных руководителей высшего звена на короткий срок [3].

Георгий Чахидзе, директор департамента по подбору персонала Eexec Partners Group – единственной на сегодня компании в России, объявившей интерим-

менеджмент одним из основных направлений своей работы считает, что главное преимущество временно-го менеджера в том, что ему не нужно выстраивать долгосрочных отношений в коллективе, тогда как штатные менеджеры страдают излишней мягкостью, стараясь лишний раз не переходить никому дорогу [1]. Обычный менеджер считает, что на новом месте, прежде всего, нужно обжиться, закрепить за собой сферу влияния, чтобы проработать подольше. Для интерима же главное – добиться конкретного результата: срочная задача, а не бессрочный контракт.

Организации выгоден «пришлый» менеджер: он решает определенную задачу, его услуги оплачиваются по дням, и как только проблема снимается, расходы заканчиваются.

Неоспоримое преимущество приглашения интерим-менеджера – свежий, «незамысленный» взгляд на проблемы компании. Кроме того, у него нет обязательств перед коллективом и начальством, он находится вне интриг, и его цель – исключительно поиск верного решения.

Интерим-менеджмент – новое явление, тем не менее, спрос на услуги временных управляющих существовал задолго до того, как в Европе этому виду управленческих услуг присвоили собственное название. Такой спрос существует в России, Украине и других странах бывшего СССР.

Профессор Рюдигер Кабст, специалист по HR-менеджменту германского университета города Гисена, считает, что интерим-менеджмент уже положительно зарекомендовал себя, несмотря на то, что это достаточно новый инструмент. Буквально за несколько лет он получил широкое распространение и стал привычным для компаний. Об этом красноречиво свидетельствует исследование, проведенное профессором. В 2009 г. кафедра, которой он руководит, провела опрос среди 300 организаций об использовании «временных» менеджеров. Выяснилось, что только 20 % предприятий прибегали к их услугам, а 5 % вообще не понимали, зачем это нужно делать. Однако сейчас ситуация кардинально изменилась: по результатам последнего исследования в январе 2012 года

более 60 % опрошенных компаний пользуются услугами этих специалистов. Если говорить об отраслях, в которых наиболее востребован интерим-менеджмент, то, по данным Рюдигера Кабста, особенно часто менеджеров «по вызову» приглашают в автомобильной отрасли, машиностроении, строительстве и области телекоммуникаций. Всплеск активности наблюдается также в сфере финансов и здравоохранения [2].

Как любое новшество интерим-менеджмент должен пройти периоды первичного ознакомления, опробования, прежде чем станет понятным, привычным и начнет пользоваться устойчивым спросом. А пока спрос на данный вид услуги является «скрытым», т. е. потенциальные потребители не догадываются о том, что есть способ решения определенных проблем, над которыми они длительное время «ломают голову».

Сегодня основные потребители услуг интерим-менеджмента в Европе – организации с оборотом от 100 до 500 млн евро. А небольшие фирмы пока весьма сдержанны по отношению к чужакам, они опасаются, что посторонние не смогут решить их проблемы. Однако эта ситуация в связи с глобализацией экономики и сильной конкуренцией в последнее время заметно меняется, и, вероятно, совсем скоро интерим-менеджмент станет обычным явлением в жизни каждой компании.

Библиографические ссылки

1. В России растет популярность временных управленцев. Профессиональные знания о финансовых рынках. URL: http://www.finexam.ru/news/detail.php?ELEMENT_ID=781
2. Менеджер «по вызову». UBORU – Федеральный экспертный канал. URL: <http://www.ubo.ru/articles/?cat=131&pub=2733&srb=1>
3. Прогрессивный менеджмент – пропуск в высшую лигу бизнеса. HR-портал. Сообщество HR-менеджеров. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/progressivnyi-menedzhment-%E2%80%93-propusk-v-vyss-huyu-ligu-biznesa>.

© Мамонова Ю. С., 2012

УДК 658.5

Е. Р. Нурутдинова, Д. А. Черкашина
 Научный руководитель – Н. А. Рыбакова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Кратко описан способ подготовки управленческих кадров, проведен анализ причин низких результатов, предложены пути повышения качества подготовки управленцев.

В России наблюдается недостаток управленческих кадров на уровне организации, региона и государства. Эта проблема существует и в других странах. В странах с развитой рыночной экономикой создавались бизнес-школы, лидером являются США (Кембридж). Продуктом одной из таких школ является программа MBA, – это квалификационная степень в сфере

управления бизнесом, которая подразумевает способность выполнять работу руководителя среднего и высшего звена [1].

В начале 2000 года и на российский рынок был предложен этот продукт под названием MBA. На мировом рынке сложился стереотип, о том, что специалисты, имеющие диплом MBA являются компетент-

ными в вопросах управления организацией, но в школах МВА преподаются бизнес-функции, взятые вне контекста конкретных ситуаций, – другими словами в отрыве от практического опыта управления.

Всесторонний анализ провел Генри Минцберг – профессор факультета управления в Университете Мак-Гилла (Монреаль, Канада), президент общества стратегического управления и первый из преподавателей менеджмента [1]. Данный анализ он провел в книге. «Требуются управленцы, а не выпускники МВА». Причины не успеха, по мнению Генри Минцберга, заключаются в том, что приходят учиться неподходящие люди, преподают неподходящие учителя и неподходящими методами (метод «кейсов», игра в «менеджмент», «кусочек мела и разговоров»). Российские ВУЗы, готовящие менеджеров, сталкиваются с теми же проблемами, что и школы бизнеса других стран. Проследивается общее между вузовской программой и программой МВА. Эти программы не гибкие, не ориентированы на общество, имеющие к управлению весьма слабое отношение, не поддаются интегрированию.

Разумно предложить набор программ, состоящий, например, из компонентов: специализированные магистерские программы для бизнеса, более общие магистерские программы для практикующих менеджеров, развивающие программы для практикующих менеджеров без получения диплома, образовательные бакалаврские программы и докторские программы для зрелых специалистов и дать студентам фундаментальные знания, то есть хорошее образование. Если они выбрали своей карьерой бизнес и достойны учиться в университете, дайте им то, что действительно нужно в бизнесе: эрудицию и умение мыслить [2].

Библиографические ссылки

1. Генри Минцберг. *Требуются управленцы, а не выпускники МВА / пер. с англ. М. : Олимп-Бизнес, 2008. 544 с.*
2. URL: www.wikipedia.ru.

© Нурутдинова Е. Р., Черкашина Д. А., 2012

УДК 338.3.001.76

Е. О. Павлова

Научный руководитель – Ю. В. Ерыгин
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОПК

Рассмотрены основные проблемы осуществления инновационной деятельности предприятий ОПК, а также, определены факторы, влияющие на эффективность инновационного проектирования на предприятиях ОПК.

Инновационный проект – это система взаимосвязанных целей и программ их достижения, представляющих собой комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных, организационных, финансовых, коммерческих и других мероприятий, соответствующим образом организованных (увязанных по ресурсам, срокам и исполнителям), оформленных комплектом проектной документации и обеспечивающих эффективное решение конкретной научно-технической задачи, выраженной в количественных показателях и приводящей к инновации [2]. К основным элементам инновационного проекта относятся:

- сформулированные цели и задачи, отражающие основное назначение проекта;
- комплекс проектных мероприятий по решению инновационной проблемы и реализации поставленных целей;
- организация выполнения проектных мероприятий, то есть увязка их по ресурсам и исполнителям для достижения целей проекта в ограниченный период времени и в рамках заданных стоимости и качества;
- основные показатели проекта (от целевых – по проекту в целом до частных – по отдельным заданиям, темам, этапам, мероприятиям, исполнителям), в том числе показатели, характеризующие его эффективность.

Процесс управления инновационным проектом связан с определением целей, организационной структуры, планированием мероприятий и четким контролем за ходом его выполнения.

Одной из основных причин препятствующей развитию теории управления инновационными проектами являлось отсутствие моделей инновационного проекта в понятии наук сильного типа, а также инструментария для исследования и анализа модели. Так как инновации долгое время являлись разделом экономической науки, которая примерно до 60-х годов XX века относилась к наукам слабого типа, а в России до сих пор остается гуманитарной наукой, позволяющей изменить глубину понимания проблемы, тип мышления, но не описывать закономерности, существующие в мире [3].

В последнее время ситуация начала меняться и стали появляться модели инновационных проектов. Сначала структурные, а сейчас математические и имитационные с использованием которых делаются первые попытки разработки информационных систем поддерживающих процессы управления инновационными процессами. Таким образом, к инновационным проектам начинают применяться методы, традиционно применяемые в моделировании технических систем, а именно инновационный проект рассматривает-

ся с точки зрения уравнений, реакции, воздействия и параметров.

Другой не менее важной проблемой отечественных предприятий является недостаток финансирования проектов, а также их высокая стоимость и низкая инвестиционная привлекательность для инновационных проектов, практически полное игнорирование маркетинговых затрат и недоучет технологических затрат, что ведет к ухудшению положения предприятий на рынке. Экономия денежных средств на маркетинговые расходы в современной (конкурентной) экономике недопустима, т. к. значительная часть маркетинговых расходов, особенно подготовка (создание) каналов сбыта, рекламная деятельность и подготовка (переобучение) персонала по сбыту производят движение наличности. Расходы подобного рода необходимо рассматривать как инвестиции, которые в будущем приведут к поступлению доходов [1].

С учетом специфики работы предприятий ОПК особенностью функционирования системы инновационного проектирования является зависимость от внешних и внутренних факторов.

К числу факторов внешней среды относят:

- технологические (уровень существующих, наличие новых технологий);
- ресурсообеспеченность (наличие, доступ);
- экономические (инфляция, процентные ставки, курсы валют, налоги);
- ограничения государственного сектора (лицензирование, законодательство);
- социальные (уровень безработицы, традиции, вкусы, пол, возраст);
- политические (внешняя, внутренняя, экономическая);
- экологические (уровень загрязнения, мероприятия);
- конкуренты (количество, размеры, сила).

Внутренняя среда включает:

- целевые рынки (ниша, в которой работает фирма, круг ее потребителей);
- маркетинговые исследования (наличие специалистов, бюджет маркетинга);
- сбыт (объема продаж, скидки);
- каналы распределения (как, через кого продается);
- производство (оборудование, технология, площади);

- персонал (квалификация, численность, мотивация, корпоративная культура);
- снабжение (поставщики, условия и системы поставки);
- исследование и разработка НИОКР (уровень, бюджет);
- финансы (структура капитала, оборачиваемость, ликвидность, финансовое состояние);
- номенклатура продукции (степень диверсификации) [2].

Для анализа перспектив развития рынка промышленной продукции важна информация об инвестиционной активности, НТП в отраслях, динамике производственных мощностей в этих отраслях. В результате необходимо оценить потенциальную емкость рынка, потенциальный объем продаж. Реальный объем продаж.

Недостаточный учет всех вышеизложенных факторов приводит к внеплановому росту издержек на заключительных стадиях инновационного проекта, снижению эффективности и возможному провалу проекта.

Для эффективного управления инновационными проектами необходим комплексный подход, включающий в себя: современные методы управления, основанные на рыночных отношениях, детальное планирование работ, оптимизацию всех расходов и ресурсов, тщательный отбор участников, аргументированную мотивацию на конечный результат работ всех участников проекта, заинтересованность в завершении работ в кратчайшие сроки, формирование кооперации на конкурсной основе и привлечение к участию в проекте ведущих в своей области деятельности специалистов, ориентация всех участников на высокое качество выполнения работ по проекту, все выплаты производить только за выполненный объем работ.

Библиографические ссылки

1. Ильенкова С. Д., Гужов В. В Ягудин С. Ю. *Управление инновационным проектом : учеб.-метод. комплекс / под ред. С. Ю. Ягудина. М. : Изд. центр ЕАОИ, 2009. 182 с.*
2. Локир К., Гордон Дж. *Управление проектами: Ступени высшего мастерства ; пер. с англ. А. Г. Петкевич. Минск : Гревцов Паблицер, 2008. 352 с.*
3. URL: [shumpeter.ru>article.php](http://shumpeter.ru/article.php).

© Павлова Е. О., 2012

УДК 658.5:629.78

Е. Н. Пазников

Научный руководитель – А. А. Бойко

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЛИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Рассматривается развитие понятия «контроллинг» и подходы к его определению. Формулируется мнение автора о контроллинге – как системе управления. Раскрываются цели, задачи, функции контроллинга и способы его организации на предприятии.

В современных условиях рынка на предприятиях любой отрасли все большую актуальность приобретают вопросы оценки эффективности применяемых

методов управления. Многие руководители предприятий задумываются о разработке и внедрении новых более качественных методов и инструментов

управления. Одним из таких методов является контроллинг.

Анализ статей и литературы зарубежных и отечественных авторов показал, что понятие «контроллинг» имеет различные трактовки. В зависимости от подходов к определению, контроллинг может рассматриваться в качестве:

- объединяющего понятия некоторых функций управления уже существующих концепций управления (планирование, контроль, анализ и т. д.);

- вспомогательной системы (подсистемы) менеджмента, как один из инструментов достижения целей, например выступающий в качестве информационной поддержки управления;

- отдельной философии управления, концепции управления, как системы управления предприятием.

Многочисленность трактовок обусловлена постоянным развитием идеи контроллинга, и как следствие расширением его понятия, целей, задач, и функций. Если изначально контроллинг рассматривался как учет финансов, основной функцией которого контроль за финансовыми ресурсами, то в последствии область контроллинга охватывала производственный учет и оперативное планирование. С развитием идеи и требований к стратегическому управлению предприятия, контроллинг стал рассматриваться как один из методов стратегического планирования.

Находясь на пересечении учета, информационного обеспечения, контроля и координации, контроллинг занимает особое место в управлении предприятием: он связывает воедино все эти функции, интегрирует и координирует их, причем не подменяет собой управление предприятием, а лишь переводит его на качественно новый уровень. Контроллинг (управление управлением) является своеобразным механизмом саморегулирования на предприятии, обеспечивающим обратную связь в контуре управления [2].

С учетом выше изложенного автор придерживается следующего определения. Контроллинг – это система управления предприятием направленная на достижение всех поставленных целей (краткосрочных, долгосрочных), основанная на получении всей необходимой и достаточной информации для принятия управленческих решений.

Основная цель контроллинга – ориентация управленческого процесса на достижение всех целей, стоящих перед предприятием [3].

Цель стратегического контроллинга – обеспечение выживаемости предприятия и «отслеживание» движения предприятия к намеченной стратегической цели развития [1].

Цель оперативного контроллинга – создание системы управления достижением текущих целей предприятия, а также принятие своевременных решений по оптимизации соотношения затраты – прибыль [2].

Функции и задачи контроллинга определяются теми задачами, которые стоят перед предприятием или организацией и к ним относятся: поддержка процесса планирования; учет для целей управления; контроль за реализацией планов, в том числе выявление и анализ отклонений; оценка протекающих процессов и представление отчетности руководству; выработка рекомендаций по возможным решениям и оценка последствий их реализации.

При внедрении контроллинга, перед руководством встает задача его организации. Необходимо определить в какой форме он будет осуществляться. Возникает вопрос, создавать ли самостоятельное структурное подразделение в организации или распределить функции контроллинга среди уже имеющихся подразделений, таких как плановый отдел, бухгалтерия, подразделения исполнители или среди руководства.

Важнейшими факторами влияния на организацию контроллинга являются величина организации и динамика внешнего окружения. В небольших и средних организациях отдельные функции контроллинга выполняют руководство в лице управляющего или руководители отделов, либо подразделения планирования и учета. В крупных организациях для этого создаются отдельные структурные подразделения контроллинга, решающие широкий круг задач по координации планирования, сопровождения, поддержки и контроля.

При отсутствии отдельной структуры – подразделения контроллинга, как уже было сказано выше, возможен вариант передачи функций контроллера в подразделения учета, так как такое подразделение участвует в формировании информационного обеспечения организации. При таком подходе существенным недостатком является сильная ориентация на показатели прошлого, с ограниченными возможностями прогноза на будущее. Как вариант создания контроллинга без выделения специализированного подразделения, является распределение задач контроллинга между всеми подразделениями выполняющими руководящие функции. Узким местом при такой организации является скоординированный обмен информацией между подразделениями.

В случае организации в виде отдельного подразделения, контроллинг может выполняться подразделениями как линейного так и штабного типа.

В крупных организациях для эффективности выполнения задач имеет место децентрализация контроллинга, путем создания отделов контроллинга в различных сферах деятельности организации.

В отдельных случаях в организациях нет необходимости в жесткой линейно-штабной организации контроллинга, так как отдельные задачи затрагивают все сферы деятельности организации и их выполнение может координироваться головным подразделением. В таких случаях целесообразно выделять отдельные проектные группы.

В организациях с матричным типом управления контроллер участвует в проектах в качестве поддержки менеджеров проектов. Осуществление задач контроллинга проектов может осуществляться либо центральным подразделением, либо децентрализованным контроллером проекта.

Библиографические ссылки

1. Карминский А. М., Фалько С. Г., Жевага А. А., Иванова Н. Ю. *Контроллинг : учебник. М. : Финансы и статистика, 2006. 336 с.*
2. Ананькина Е. А., Данилочкин С. В., Данилочкина Н. Г. и др. *Контроллинг как инструмент управления предприятием. М. : Юнити, 2002. 279 с.*
3. Попова Л. В., Исакова Р. Е., Головина Т. А. *Контроллинг : учеб. пособие. М. : Дело и Сервис, 2003. 192 с.*

© Пазников Е. Н., 2012

В. В. Пьянкова
Научный руководитель – А. В. Кукарцев
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО МЕНТАЛИТЕТА

Раскрывается суть понятия менталитет, а также представляются основные особенности российского менталитета.

Особенности менталитета той или иной народности всегда играли значимую роль во всех сферах жизни общества. Говоря о затрагивании ими управленческой стороны жизни, можно сказать, что здесь особенности менталитета являются, пожалуй, основополагающими факторами ее становления и развития.

Менталитет – это совокупность стереотипов мировосприятия, мышления, деятельности и поведения как отдельных личностей, так и различных общностей людей, которые основываются на системе ценностей, проявляющихся в культуре, определяющихся природно-географическими и историко-генетическими факторами развития. Другими словами, это то, что побуждает нас вести себя определенным образом, а не как-либо иначе.

В формировании менталитета можно выделить два основных фактора, влияющих на него: внутренний и внешний. Рассмотрим подробнее каждый из них [1].

Большинство особенностей российского менталитета сформировано посредством различного рода внутренних влияний. Особенностей истории, эволюции, географического положения. Так, например, крепостничество, существовавшее в XV–XVIII веках, которое разделило жизнь крестьянина между «работой на себя» и «работой на хозяина» (помещика), отсюда и отношение работников к участию в том или ином проекте. Если он считает свое участие в проекте работой на себя, то его отношение к средствам производства, к организации проекта и результатам проекта становится позитивным. В противном случае его мотивация и ответственность резко снижается, а все эффекты отчуждения в его случае становятся явными. Фактически, эту об этом, в свое время, говорил известный немецкий философ Карл Маркс, который ввел понятие отчуждения от средств и результатов труда.

Сельское хозяйство, с которым Россия всегда была тесно связана, также наложило свой отпечаток на некоторые особенности. Склонность искать и находить причины неудач во внешнем мире, а не в себе (большая зависимость результатов посева от погодных условий), способность в сжатые сроки выполнять немалый объем работ (крестьянам было необходимо работать день и ночь в посевное время), постоянное откладывание работы «на завтра» (ожидание лучших условия для начала посева) и так далее.

Разнообразие народностей российского государства, их постоянная конкуренция и, в некоем роде, противостояние также отразились на российском менталитете. Стремление к нахождению общего врага препятствующего исполнению основных работ, стремле-

ние рассматривать мелкие внутренние неприятности и неточности как результат действия внутреннего врага, повышение активности и инициативы персонала в ситуации, когда возникает внешняя или внутренняя угроза процессу реализации проекта.

Также нельзя не упомянуть и о временах СССР, которые разучили людей быть свободными. К примеру, после перестройки экономики на рыночный тип многим владельцам крупных фирм было тяжело налаживать ответственность за выполнение даже небольших оперативных дел, в то время как их исполнительным директорам было не под силу взять на себя эту ответственность [2].

Говоря о внешних факторах, необходимо отметить те черты российского менталитета, которые сформировались в результате заимствования у соседей по географическому положению. К примеру так же, как и у азиатов клановитость и родственные связи играют у русских людей далеко не последнюю, а порой основную роль, при принятии решения об утверждении того или иного человека на должность.

Что касается молодого поколения, то его сознательная жизнь пришлась на эпоху переосмысления ценностей и ломки старых поведенческих алгоритмов.

С одной стороны, основные основы уже заданы родителями, с другой – ситуация открывает массу возможностей, для которых нет аппарата оценки. В поисках новых ориентиров происходит обращение к западной культуре. Как всегда в таких случаях, первой усваивается атрибутика, а не суть. Формируется стереотип, что основной целью в жизни должно быть получение достатка внушительных размеров, но тот факт, что 75 % американских миллионеров заработали состояние ценой 20–30 лет труда по 12 часов в сутки без выходных, по меньшей мере, не вдохновляет, а потому игнорируется.

В результате мы имеем молодежь, ориентированную на быстрый успех, который измеряется лишь в затратах на предметы роскоши [3].

Что касается основных отличий российского менталитета, то здесь можно отметить отсутствие прогноза на долгосрочное развитие себя в компании и самого предприятия в целом. На западе, к примеру, относительно распространены идеи социально ответственного предпринимательства и социально этичного маркетинга. Считается, что организация должна достигать своих целей таким образом, чтобы это шло на пользу обществу. Подобную ситуацию можно наблюдать и в азиатских странах, где фирма воспринимается, в первую очередь, как семья и дом, в котором каждый должен прожить жизнь с максимальной отдачей.

Иными словами, в первую очередь российский человек думает о нахождении места для получения заработка, добиться максимально удовлетворяющего результата и покинуть его.

Но если отстраниться от всех сказанных выше негативных сторон, и направить потенциал подрастающего поколения в должное русло, грамотно применить мотивационные факторы, а также четко отслеживать настрой души русского человека, то все отрицательные стороны российского менталитета могут превратиться в его сильные стороны.

Библиографические ссылки

1. Особенности российского управленческого менталитета. URL: http://www.usurt.ru/ru/data/index5/files/8_11/006_5_8_11.pdf.
2. Elitarium – Центр дистанционного образования. URL: http://www.elitarium.ru/2004/05/27/tri_osobennosti_rossijskogo_mentaliteta.html.
3. Деловой мир. URL: <http://delovoymir.biz/ru/articles/view/?did=10452>.

© Пьянкова В. В., 2012

УДК 331.101.3

Д. Е. Смолякова

Научный руководитель – А. В. Кукарцев
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Рассматривается актуальная на сегодняшний день проблема формирования в организации устойчивой и комплексной системы мотивирования работников. Особое внимание уделено принципам рационального внедрения инструментов нематериальной мотивации.

Мотивация является одной из важнейших функций управления, а в настоящее время еще и значимым инструментом экономического развития бизнеса. С развитием рыночных отношений и усилением конкуренции между организациями, где создается необходимый продукт, а его качество и своевременность появления зависит от мотивированности работников, становится ясно, что хорошо организованный и мотивированный персонал реально определяет судьбу предприятия.

Осознавая всю значимость урегулирования вопросов мотивации, менеджеры по персоналу в последнее время сбились с ног в поисках новых эффективных схем стимулирования сотрудников. Однако не для всех менеджеров такая задача поддается решению. Зачастую встречаются случаи, когда мотивация персонала не работает вообще, либо работает не так, как нужно компании. В результате чего труд работников не отличается достаточной эффективностью, а сам персонал лишен лояльности и инициативности.

Экспертами, занимающимися проблемами данного рода, был установлен ряд фундаментальных причин, а так же причин более прикладного характера, которые позволяют разобраться в сущности основных ошибок управленцев, касающихся вопросов мотивирования работников. Так, к истокам недостаточной мотивации относят:

- отсутствие системного подхода к мотивации персонала;
- использование исключительно инструментов материальной мотивации;
- отсутствие анализа ситуации и прогнозирования;
- чрезмерный уклон на коллективные подходы, команды и прочее;
- слабую связь или ее отсутствие между вознаграждениями и результатами;

- направление всей системы мотивации в сторону наказаний;
- непрозрачность, субъективность и непонятность системы для самих работников;
- отношение к персоналу как к противоборствующей стороне;
- слишком быструю смену «правил игры» и др. [1].

Одной из важнейших составляющих мотивационного процесса является нематериальная мотивация – она, наряду с материальной, является одним из видов мотивации по способу воздействия.

Нематериальная мотивация включает в себя системы поощрения, не предполагающие выдачу сотрудникам материальных и безличных средств. В качестве таких поощрений менеджерами наиболее часто используется обучение, консультации, членство в клубах, лечение, медицинское страхование, отгулы, доски почета, публичная похвала, организация спортивных мероприятий и др.

Для России проблема нематериального стимулирования персонала особенно актуальна, поскольку многим компаниям приходится действовать в условиях ограниченных бюджетов.

Каждая компания создает свою программу нематериальной мотивации исходя из особенностей бизнеса, стратегических целей и существующей корпоративной культуры. Эксперты установили, что результативность программы будет определено выше, если при разработке менеджеры будут основываться на следующих правилах:

1. Мотивационная программа должна решать тактические задачи бизнеса при ориентации на стратегию компании. Так используемые стимулы должны быть направлены на решение самых важных на данный момент задач компании. Например, если нужно стимулировать сотрудников на выполнение и перевыполнение плана, проявление инициативы, эффективна

будет организация соревнований, конкурсов между подразделениями; создание рабочих групп для реализации новых проектов; налаживание эффективной обратной связи; обучение в виде деловых игр, решение практических кейсов и т. д. [2].

2. Нематериальная мотивация должна охватывать все категории сотрудников. Часто упор делается лишь на производственных и коммерческих подразделениях, которые приносят прибыль. Однако для бухгалтеров, секретарей и других сотрудников офиса так же необходимо предусматривать нематериальные стимулы. Это могут быть не специальные мотивационные программы, как для специалистов по продажам, а просто признание результатов труда, похвала и пр. [2].

3. Мотивация должна учитывать этап развития компании, а так же состояние в отрасли в целом [3].

4. Выбор мотиваторов должен быть обоснованным. Необходимо собирать информацию об истинных потребностях сотрудников. Если потребности сотрудников многообразны, целесообразно использование так называемого «принципа адресности», который подразумевает индивидуальный подбор мотиваторов для конкретного специалиста [3].

5. Мотивационная программа должна быть непрерывной, постоянной, при этом каждый раз содержать в себе так называемый «эффект новизны». Нельзя допускать, чтобы поощрения становились обыденным явлением в компании, потому что нет ничего хуже одной и той же, повторяющейся из года в год мотивационной программы [3].

Мотивация – явление динамичное. Удовлетворяя или игнорируя долгое время те или иные потребности своих работников, со временем, менеджер сталкивается с ситуацией, когда на смену одним приходят другие, а прежние становятся неактуальными. При этом, квалифицированному специалисту необходимо помнить, что поощрение должно следовать непосредственно после успеха сотрудника, при большом временном разрыве оно не будет иметь мотивационный эффект или вызовет негативную реакцию.

Виды и формы нематериальной мотивации как часть единой системы мотивации, действующей в компании, необходимо постоянно развивать и совершенствовать. С давних времен хорошо известно: людей следует побуждать к определенным действиям для достижения нужного результата. Только те работники, которые заинтересованы в результатах своего труда, действительно «двигают» дело.

Библиографические ссылки

1. Барыш О. Почему мотивация персонала может не работать // *HR-менеджмент. Практика управления персоналом*. 2011. № 12. С. 34–36.

2. Искандарова В. Нематериальная мотивация сотрудников // *Проект «HR-Life.ru»*. URL: <http://www.hr-life.ru>.

3. *Управление вовлеченностью сотрудников: актуальные практики и инструменты* // *Ведущий портал о кадровом менеджменте*. URL: <http://hrm.ru>.

© Смолякова Д. Е., 2012

УДК 658.5

Е. В. Христюлова

Научный руководитель – А. В. Кукарцев
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МЕТОДЫ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ РКП

Статья посвящена проблеме применения методов мотивации на предприятии РКП. В качестве примера приведён генеральный директор и главный конструктор предприятия «Геофизика» А. С. Дегтерев.

Одной из важнейших проблем на сегодняшний день является проблема использования механизмов в трудовой деятельности на предприятии, так как в связи с прошедшим кризисом многие люди остались без работы и их надо как то мотивировать, чтобы восстановить их работоспособность и активность к трудовой деятельности. Работодателю очень важно чтобы коллектив был сплоченным, как единое целое, для этого ему нужно узнать каковы потребности того или иного работника, чтобы работник был полностью доволен работой и смог в ней раскрыться целиком, развить себя и осуществлять работу качественно, быть заинтересованной в ней и применять всевозможные усилия, чтобы сделать работу на высшем уровне. Для этого нам будет необходимо изучить существующие механизмы трудовой мотивации на предприятии.

Мотивация – это совокупность внутренних и внешних движущих сил, побуждающих человека или группы людей к деятельности, добросовестности, на-

стойчивости и придающие ей направленность, ориентацию на достижение целей организации, к продуктивному выполнению принятых решений или намеченных работ [1].

Главными рычагами мотивации являются стимулы и мотивы. Первым «полюсом» механизма мотивации является потребность. Выделяют первичные и вторичные потребности. Первичные по природе своей являются физиологическими: человек не может обойтись без еды, воды, одежды, жилища, отдыха и т. п. Вторичные вырабатываются в ходе познания и обретения жизненного опыта, т. е. являются психологическими: потребность в привязанности, уважении, успехе [2].

Вторым «полюсом» механизма мотивации выступает стимул, представляющий собой те или иные блага, способные удовлетворять потребность при осуществлении определенных действий.

Методы мотивации можно классифицировать на:

– социологические методы – это назначение и

место сотрудников в коллективе, выявление лидеров и обеспечить их поддержку, связать мотивацию людей с конечными результатами производства, обеспечить эффективные коммуникации и разрешение конфликтов в коллективе.

– психологические методы направлены на конкретную личность рабочего или служащего и, как правило, индивидуальны. Главной их особенностью является обращение к внутреннему миру человека, его личности, интеллекту, чувствам, образам и поведению с тем, чтобы направить внутренний потенциал человека на решение конкретных задач предприятия.

– административные методы являются способом осуществления управленческих воздействий на персонал и базируются на власти, дисциплине и взысканиях [3].

Таким образом, суть эффективной мотивации заключается в создании критериальных условий, которые призваны всесторонне регулировать трудовые отношения.

Механизмы трудовой деятельности на предприятии можно рассмотреть на примере федерального государственного унитарного предприятия «Центральное конструкторское бюро «Геофизика». Работодатель Дегтерев Александр Степанович – генеральный директор – главный конструктор, в своей работе использует не все категории, которые составляют стимул [4].

В данном случае он использует материальные и нематериальные стимулы, а именно заработную плату, так как зарплата играет очень важную роль в жизни человека, и так же она является формой вознаграждения за труд.

Премии, бонусы, надбавки которые стимулируют рабочих осуществлять эффективно и качественно свою работу, увеличивая свой результат. За сверхурочную работу, работодатель тоже осуществляет дополнительную оплату, так как это нагрузка кроме отработанного человеком времени.

Работодатель предоставляет оплачиваемый отдых, так как без отдыха нельзя и это противоречит трудовому кодексу РФ, а также полный социальный пакет.

Медицинское страхование осуществляется на предприятии частично, так как оно выполняется только когда работники на предприятии проходят комиссию. Я считаю, что работодателю, следует ввести дополнительное медицинское страхование, в случае бо-

лезни или производственной травмы, так как это будет стимулировать работников в более короткое время вылечиться [5].

Работодателю следует сделать следующие методы материального стимулирования:

- санаторно-курортное лечение;
- абонемент в тренажерный зал;
- переход к новой формуле зарплаты (гарантированный оклад + премия за индивидуальные и/или групповые результаты работы + ежегодная премия по результатам работы подразделения/компании/);
- по совершенствованию методов нематериального стимулирования:
 - построение карьеры работника;
 - предоставление дополнительных дней отпуска за стаж работы на предприятии;
 - выделение суммы денежных средств на приобретение подарка на день рождения (юбилей).

Ещё работодателю следует предоставлять информацию работникам о событиях, происходящих в компании, тем самым произойдет усиление эффективности системы мотивации на предприятии.

Таким образом, за счёт соблюдения всех этих методов материального стимулирования, работодатель сразу увидит изменения, происходящие на предприятии. Увеличится эффективность и качество труда, свобода творчества, отношение к труду станет улучшаться, а не будет испытывать лояльный принцип. Это создаст стимул для успешной и работы на предприятии.

Библиографические ссылки

1. Бовыкин И. В. *Новый менеджмент*. М., 2008. 368 с.
2. Бурлаков Г. Р. *Мотивационный климат организации // Управление персоналом*. № 87. 2008.
3. Галенко В. П., Страхова О. А., Файбушевич С. И. *Управление персоналом и эффективность предприятий*. М. : Финансы и статистика, 2008. 313 с.
4. Красноярск. Администрация города [Электронный ресурс]. URL: <http://www.admkrsk.ru/city/areas/okt/Pages/org.aspx>.
5. Федеральное государственное унитарное предприятие // ЦКБ «Геофизика» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.geockb.ru/data/about/structure>.

© Христолюбова Е. В., 2012

УДК 669.713.7

Н. Г. Цупель

Научный руководитель – О. Е. Подвербных
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ

Государственный аппарат формируется из государственных гражданских служащих и является материальным носителем государственной гражданской службы, государственная служба определяется как профессиональная деятельность аппарата государственных служащих по обеспечению полномочий политических должностных лиц и государственных органов управления.

Обеспечение динамичного развития современного российского общества во многом зависит от результативности деятельности государственной гражданской службы. Эффективное функционирование органов государственной власти и качество работы государственных гражданских служащих, в свою очередь, напрямую зависят от их профессионального потенциала, умения его активизировать и правильно использовать как самими служащими, так и их руководителями [1, с. 16]. Поэтому анализ уровня профессионального потенциала государственных гражданских служащих и способов его повышения и развития в современной России представляет собой новую исследовательскую задачу.

От профессионального потенциала государственных чиновников зависит эффективное функционирование органов государственной власти, реальные результаты социально-экономического реформирования в России. Согласно различным исследованиям, падает уровень доверия населения к органам государственной власти [2, с. 75].

Формирование профессионально подготовленной и динамично развивающейся социально-профессиональной группы государственных чиновников становится, в конечном счете, одним из решающих условий повышения кредита доверия населения к власти [3, с. 112].

Нужно отметить, что применительно к анализу социально-профессиональных групп исследование профессионального потенциала государственных гражданских служащих представляет самостоятельную исследовательскую проблему.

Объектом исследования является профессиональный потенциал государственных гражданских служащих.

Научная новизна исследования заключается в следующем: система государственной гражданской службы проанализирована с позиции институционального подхода, предполагающего профессионали-

зацию управленческих кадров, выполнение ими новых ролевых функций в сфере власти и управления; уточнено понятие «профессиональный потенциал государственных гражданских служащих»; определены основные показатели, характеризующие уровень профессионального потенциала государственных гражданских служащих; выявлены региональные особенности процесса формирования и развития профессионального потенциала государственных гражданских служащих в современных условиях; выработаны предложения по повышению и развитию профессионального потенциала государственных гражданских служащих, основным условием развития которого является приобретение и формирование профессиональных знаний и компетенций.

Основные положения, выводы и практические рекомендации исследования могут быть использованы в деятельности органов власти и управления для формирования кадровой политики, принятия эффективных управленческих решений по развитию профессионального потенциала государственных гражданских служащих.

Библиографические ссылки

1. Атаманчук Г. В. Государственная служба как сфера управления // *Проблемы теории и практики управления*. 2006. № 4. С. 15–21.

2. Базаров Т. Ю. *Методы оценки управленческого персонала государственных и коммерческих структур: метод. пособие*. М.: ИПК госслужбы, 2009. 112 с.

3. Охотского Е. В. *Государственная кадровая политика и механизм ее реализации*. М.: Изд-во РАГС, 2008. 468 с.

© Цупель Н. Г., 2012

УДК 300-399.35

Л. А. Черяпина

Научный руководитель – А. В. Кукарцев

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ ЖЕНЩИНСКОГО УПРАВЛЕНИЯ РОССИЙСКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Сегодня женщина все в большей степени может выбирать наиболее импонирующую ей ориентацию на семью, профессиональную или общественную деятельность. Однако если женщина выбирает профессиональную ориентацию, то она сталкивается с рядом трудно решаемых проблем унаследованных от прошлого.

Специалисты, исследующие особенности мужского и женского менеджмента, до сих пор не могут прийти к общему мнению. Одни считают, что успешное лидерство – удел мужчины, женщинам же остается лишь подстраиваться под их манеру руководства. Другие предполагают, что в процессе предпринимательской деятельности женщина вырабатывает свой стиль управления. Различные исследования показывают, что у женщин и мужчин есть отличия в психологических и деловых качествах, но различия в умст-

венных возможностях способностях к обучению, качествах характера экспериментально не подтвердились. Анализ управленческих ситуаций позволяет выделить особенности, подтверждающие, что женский стиль управления гораздо многообразнее, богаче по своим проявлениям благодаря многоликости женской натуры.

Особенности женского менеджмента заключаются в том, что женщины более эмоциональны, при принятии решений чаще руководствуются интуицией, соб-

ственными ощущениями. Они умеют сочетать и быстро переключаться с одной социальной роли – менеджер, бизнес-леди, на другую – жена, дочь, мать. В управлении коллективом женщина-руководитель реже прибегает к авторитарным методам, вместо прямого принуждения использует методы убеждения, стремится мотивировать, а не заставлять персонал выполнять поставленные задачи. В ходе переговоров женщина реже идет на конфликт, ищет компромиссные варианты, старается не прибегать к необоснованным решениям, идущим вразрез с мнением окружающих; в бизнесе придерживается сбалансированных, обдуманных решений с оправданным риском. Женщинам проще выстраивать и отлаживать рутинные бизнес-процессы, они уделяют больше внимания мелочам и даже после нескольких лет работы на одном месте не устают совершенствовать любимое дело [1].

На самом деле качество управления зависит от интеллекта, интуиции, логики, способности работать с людьми, а эти качества свойственны как мужчинам, так и женщинам. Для того чтобы человек стал хорошим руководителем, он, вне зависимости от пола, должен обладать особыми качествами. Сильный характер, личная ответственность за результат, деловое чутье, высокая трудоспособность, активность, умение воодушевлять и вести за собой коллектив – все то, что называют задатками лидера. В современном мире эти свойства присущи как мужчинам, так и женщинам, хотя и не укладываются в традиционный стереотип женщины-хозяйки, хранительницы очага.

Данные Госкомстата РФ свидетельствуют о том, что при приблизительно равном количестве мужчин и женщин в Российской экономике (35500 и 34304, соответственно), но количество руководителей-мужчин (3523) явно больше, чем руководителей-женщин (2063). При этом наибольшее количество женщин – это специалисты высшего уровня квалификации в области образования – 2163, работники сферы индивидуальных услуг и защиты граждан и собственности – 2105, и самое большое количество – это продавцы, демонстраторы товаров, натурщики и демонстраторы одежды – 4164 [3]. Это означает, что в России жен-

щины-менеджеры есть, но их еще не достаточно. Женщинам предписывают выполнять типично женские виды деятельности.

Но в настоящее время женское предпринимательство развивается динамичнее мужского (преимущественно в малом бизнесе) и превышает последнее по темпам роста в 1,3–1,5 раза, что соответствует общемировым тенденциям.

Сдерживающим фактором в завоевании женщинами высших руководящих постов на предприятиях и фирмах являются особенности российской экономической жизни и деловой культуры. Небольшое количество женщин-руководителей связано с тем, что в нашу жизнь включены стереотипы, по которым руководители не хотят нанимать женщин на работу. Существуют такие стереотипы как: они рожают, для них главное семья, они скандалят, ими сложно управлять, они неработоспособны, иногда, они чрезмерно сексуальны [2]. Эти представления и мифы формально и неформально включены во множество профессиональных структур занятости. Несмотря на то, что дискриминация по признаку пола в сфере занятости запрещена, но подобная практика и явно, и скрыто существует.

Исторический бизнес – это мужская сфера, конкурировать в которой приходится по мужским правилам. Поэтому преуспевают здесь только те женщины, которые превратили свои особенности в преимущества и развили качества хорошего руководителя. Но если менеджер талантлив и его бизнес демонстрирует хорошие результаты, то не стоит акцентировать внимание на том, какого он пола.

Библиографические ссылки

1. Резник С. Д. Гендерные особенности карьерного роста: женщины в менеджменте // ЭКО-2008.
2. Психология менеджмента : учебник для вузов / под ред. Г. С. Некифорова. СПб, 2004.
3. Официальный сайт Госкомстата РФ. URL: www.gks.ru.

© Черяпина Л. А., 2012

УДК 658.15:629.78

Н. С. Чичурина

Научный руководитель – А. В. Кукарцев

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ФИНАНСОВЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ РКП

Статья посвящена управлению финансовыми потоками предприятий ракетно-космической промышленности. Особое внимание уделено процессу формирования бюджета движения денежных средств.

Начало третьего тысячелетия знаменовало серьезный сдвиг во взглядах на будущее космической деятельности. Неуклонно усиливается значение ракетно-космической промышленности – главного источника национальной силы. Космос снова в центре национального технологического и военно-технического развития.

Масштабы предприятий и наукоемкое производство накладывают свои отпечатки на управление предприятиями ракетно-космической отрасли.

Процессный подход – пока еще новое явление в российском менеджменте. Управление рассматривается как процесс – взаимосвязанный набор управленческих функций. Каждая управленческая функция

тоже представляет собой процесс, потому что также состоит из серии взаимосвязанных действий. Процесс управления является общей суммой всех функций. Анри Файоль, которому приписывают первоначальную разработку этой концепции, считал, что существует пять исходных функций. По его словам, «управлять означает предсказывать и планировать, организовывать, распоряжаться, координировать и контролировать» [1].

Функция планирования означает выработку и принятие определенного постановления, письменного или устного, в котором перед объектом управления будет поставлена та или иная цель, задача. Это постановление – управленческое решение.

Ключевой задачей финансового планирования является параллельное и взаимосвязанное управление прибыльностью и платежеспособностью. Для этих целей используют, соответственно, два базовых инструмента БДР (бюджет доходов и расходов) и БДДС (бюджет движения денежных средств). Если тенденции развития предприятия окажутся негативными, у руководства будет время принять необходимые управленческие решения с целью урегулирования ситуации.

Бюджет движения денежных средств – это план движения денежных средств предприятия, отражающий все прогнозируемые поступления и расходы денежных средств в результате хозяйственной деятельности на период.

БДДС показывает необходимость внешнего финансирования, позволяет достаточно точно определить его объем. Основное назначение данного документа – обеспечение сбалансированного поступления денежных средств, а так же их расходования. Именно поэтому БДДС отводится ведущая роль в системе бюджетирования.

Форматы БДДС будут отличаться в зависимости от специфики деятельности предприятия. Но во всех случаях должна прослеживаться связь с бюджетом доходов и расходов. Различие заключается в том, что в БДР все статьи затрат показаны по способу их на-

числения в зависимости от объема продаж, объема производства, а в БДДС – по способу их оплаты.

Структура БДДС включает в себя денежные потоки от трех видов деятельности: операционной (основная деятельность, от которой предприятие получает доход), инвестиционной (деятельность, в результате которой предприятие вкладывает куда-либо свои денежные средства), финансовой (вложения в предприятие – получение займов и кредитов, краткосрочные финансовые вложения, расчеты с акционерами и инвесторами).

Суммируя потоки от разных видов деятельности, получается совокупное изменение денежных средств – чистый денежный поток.

Корректно описать структуру бюджета, разработать методику их ведения и запустить в эксплуатацию чрезвычайно сложно. Уровень детализации по каждому виду деятельности должен быть достаточным для принятия управленческих решений, т.е. до тех объектов, которые позволяют управлять ликвидностью (не допускать дефицита финансовых средств и наоборот следить за тем, чтобы не было избытка денежной массы).

Применение процессного подхода (построение процессной модели деятельности предприятия) при формировании БДДС позволяет получить необходимую детализацию показателей структуры. Полученная в результате детализация сугубо индивидуальна и учитывает особенности производственно-финансовой деятельности предприятия ракетно-космической отрасли [2].

Библиографические ссылки

1. Елиферов В. Г., Репин В. В. *Бизнес-процессы: Регламентация и управление* : учебник. М. : Инфра-М, 2011. 319 с.
2. Кукарцев А. В., Бойко А. А. *Методика перехода к управлению организацией на основе процессного подхода* : монография ; Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. Красноярск, 2008. 108 с.

© Чичурина Н. С., 2012

УДК 338.46.5

Е. А. Шангина

Научный руководитель – А. Г. Бревнова¹, А. В. Яковлев²
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск¹
ОАО «Информационные спутниковые системы»
имени академика М. Ф. Решетнева, Железногорск²

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

В космической отрасли существует проблема в условиях нехватки времени и неполноты информации управление проектами осуществляется неэффективно, из-за чего происходят срывы сроков запуска космического аппарата и несоответствие параметров цена-качество.

Сегодня космическая отрасль стремительно развивается. Растут потребности в космических аппаратах различного назначения: телекоммуникационных, навигационных, геодезических и дистанционного зондирования Земли [4].

В развитие отрасли вкладывают большие объемы инвестиций как государство в виде Федеральных целевых программ, так и зарубежные заказчики. Заказы поступают как на большие телекоммуникационные аппараты, так и на перспективные малые аппараты.

Пред предприятиями стоит задача в сжатые сроки, с ограниченным бюджетом изготовить качественное изделие – космический аппарат, срок службы которого должен составить не менее 15 лет.

В отрасли наряду с успешными запусками космических аппаратов, станций на орбиту как российских, так и зарубежных, случаются и «отказы» неудачные пуски, например аппарат «Фобос-Грунт» – аппарат был недостаточно проработан технически и изготовлен в условиях ограниченного бюджета и сроков реализации проекта, блок аппаратов «Глонасс-М», запущенный в конце 2009 года – избыток топлива в разгонном блоке, недосмотрели инженеры при запуске, и др. что причины неудач кроются не только в ошибке слесаря-сборщика или специалистов, обеспечивающих запуск аппарата, но и в организации процесса проектирования-изготовления космического аппарата [1].

Причины неудачных запусков – это не только ошибки слесарей-сборщиков на этапе производства или специалистов, обеспечивающих запуск аппарата, но главная причина – недостаточно проработанная концепция аппарата на этапе проектных и конструкторских проработок, отсутствует слаженная командная работа на всех этапах производства, что находит отражение в организации работ и управлении проектом в целом. Существующая система управления проектами в космической отрасли не полностью позволяет отследить ошибки на ранних стадиях жизненного цикла изделия – проектных проработках, планированию работ со смежными предприятиями, планированию работ менеджеров проектов по разным схемам

для одного класса аппаратов, что впоследствии приводит к увеличению бюджета, срывам сроков запуска и является недопустимым, т. к. накладывает большие штрафы на предприятие-изготовитель конечной продукции [2; 3].

В результате анализа существующих проблем сформулированы следующие предложения:

- выпуск стандарта, определяющий единую систему управления проектами в космической отрасли для российских и зарубежных аппаратов, регламентирующий;
- наиболее полно исключать факторы неопределенности исходных данных на ранних этапах проектирования путем более детального планирования работ.

Данные предложения позволят выработать единое понимание системы управления проектами, как для отечественных аппаратов, так и для зарубежных, и сократить условия неполноты информации при проектировании.

Библиографические ссылки

1. Ильин В. В. *По ту сторону проектов. Записки консультанта.*
2. Дитхельм Г. *Управление проектами.*
3. Цветков А. В. *Стимулирование в управлении проектами.*
4. Милошевич Д. З. *Набор инструментов для управления проектами.*

© Шангина Е. А., 2012

УДК 658.5

Н. Амирханян, Н. Бродецкая
Научный руководитель – О. В. Гостева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ВУЗАХ

Сегодня российским университетам приходится действовать во всех более неопределенных и меняющихся внешних условиях, и каждый вуз должен быть готов оперативно на них реагировать. Чтобы обеспечить успешную деятельность в будущем, вузу необходимо уже сейчас строить правильную и адекватную стратегию своего развития. Актуальность данной темы заключается в том, что многие специалисты предлагают различные пути решения проблем стратегического управления в вузах.

В современном мире образование является одним из основных факторов успешного развития страны. Вуз – средоточие сильного и разнообразного интеллектуального ресурса, характеризующее восприимчивостью ко всему новому.

Любое высшее образовательное учреждение в условиях постоянной конкуренции может успешно работать, если оно имеет долгосрочные ориентиры и цели, показывающие партнерам, конкурентам и собственным сотрудникам, к чему оно стремится. Чрезвычайно актуальным вопросом является подготовка вуза к изменению его текущего состояния и переходу к более результативному управлению деятельностью в будущем.

В результате изменений вуз должен правильно и своевременно реагировать на возникающие возможности и вызовы.

Конкурентоспособная модель управления вузом должна основываться на принципах стратегического управления, менеджмента качества, бюджетирования, информационной интеграции процессов. Переход к стратегическому планированию и стратегическому управлению деятельностью обусловлен необходимостью внедрения методов управления, повышающих адаптивные возможности вуза. Стратегическое управление предполагает: выстраивание концепции развития, анализ конкурентных преимуществ и определение стратегии, которая обеспечит устойчивое развитие вуза в условиях непредсказуемой внешней среды [1].

Проблемы стратегического управления в сфере высшего образования исследовались в работах А.Е. Балобанова, И.И. Борисова, Ю.С. Васильева, В.А. Гачко, А.М. Де Йонге, Л.Г. Ефремова, Е.Н. Заборовской, С.Л. Зарецкой, В.Н. Нуждина, Л.О. Прокопчук, Д.В. Пузанкова, А.И. Субетто.

Анализ литературных источников и методических материалов показал острую необходимость решения проблемы развития системы стратегического управления в сфере высшего образования в условиях формирования рынка образовательных услуг. На сегодняшний день недостаточно разработаны методологические и методические вопросы стратегического

планирования деятельности вузов, создания адекватных организационных структур управления высшим учебным заведением. В существующей практике управления вузом недостаточно освещены вопросы организации маркетинговой деятельности вуза и ее интеграции в систему стратегического управления. Практически не уделяется внимание технологии стратегического управления в системе высшего образования [4].

В условиях ограниченности ресурсов, нестабильности заказчиков, конкуренции жизненно необходимым становится определение стратегии деятельности вуза. Стратегия вуза представляет собой совокупность способов и приемов планирования, организации управления образовательной деятельностью, непрерывности процессов, осуществление которых обеспечивает рост качества образования и устойчивое развитие организации. Вуз – это сложная система, ориентированная на реализацию нескольких стратегических направлений и поэтому стратегия описывается функцией нескольких взаимосвязанных целей. Успешность реализации стратегии развития высшего учебного заведения во многом определяется возможностью согласования стратегического, оперативного и тактического управления.

Стратегия позволяет сформулировать потребности университета как основу действий, повышает его конкурентоспособность и делает вуз уникальным. На протяжении последних тридцати лет понимание стратегического управления в системе образования индустриально развитых стран было обогащено, сформировался ряд научных направлений [2].

Миссия (общая генеральная цель) вузов обозначена государством как подготовка специалистов соответствующего уровня, а также удовлетворение потребности личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии. Кроме того, вузы призваны развивать науку посредством научных исследований и творческой деятельности научно-педагогических работников и обучающихся.

На основе миссии вырабатываются цели вуза, которые направлены на обеспечение непрерывности его развития.

В качестве метода управления, позволяющего спроектировать стратегические цели на уровень оперативного управления, обеспечить своевременный контроль достижения стратегических целей, согласовывать между собой финансовые и нефинансовые параметры развития, чаще всего используется концепция Balanced Scorecard (BSC) – Система сбалансированных показателей (ССП). Сбалансированная система показателей довольно успешно и достаточно долго используется в коммерческой сфере. Суть этой концепции заключается в том, что формализация стратегии вуза осуществляется путем построения стратегической карты, которая представляет собой совокупность стратегических целей организации, распределенных по нескольким направлениям (перспективам), между которыми существуют четкие причинно-следственные связи. Для каждой стратегической цели разрабатываются показатели, позволяющие определить степень достижения этой цели. Для каждого показателя утверждается формализованное описание, содержащее такие основные характеристики как: данные, необходимые для расчета показателя, алгоритмы расчета; формы представления; методы сбора данных, необходимых для расчета показателя; ответственные за сбор данных и вычисления [3].

При выборе целей рекомендуется руководствоваться также принципом SMART. Суть этих критериев в следующем: цель должна быть четко и конкретно определена и сформулирована, измерима (в денежных единицах, в процентах, в баллах, в определенной периодичности и т. д.); необходимо ставить достаточно сложные цели, предполагающие усилия. Цель должна быть реалистична в рамках установленных ресурсов, знаний и заданного времени на ее выполнение и определена во времени.

Следующий шаг – анализ возможного внешнего воздействия на деятельность вуза по реализации поставленных целей. Это воздействие вышестоящих органов управления, региональной администрации, спонсоров, попечителей, родителей и т.д. Причем на этой стадии возможно внесение корректировок в намечаемые цели.

Затем желательно провести анализ сильных и слабых сторон внутренних ценностей вуза, который выявит возможности и угрозы для реализации целей. Этот метод, называемый SWOT-анализом, стал применяться в практике деятельности российских организаций [2].

Только после этого можно приступить к выработке стратегии, то есть определению оптимальных путей достижения запланированных целей. При этом должна быть создана система контроля реализации стратегии.

При рационализации стратегии развития таких сложных организационных систем, как современные вузы, необходимо прогнозировать последствия каждого из вариантов их развития. Важно также учитывать взаимовлияние основных составляющих деятельности вуза: управленческого ресурса руководства института, учебного потенциала, научно-исследовательской деятельности, административно-хозяйственной и социальной составляющих, капитального строительства и т.д. Количество подобных факторов измеряется десятками, а в ряде вузов – сотнями [2].

При прогнозировании сложных организационных систем эффективен метод качественного моделирования.

Выработанные вузом стратегические цели будут достигаться при условии успешного управления процессами и исполнителями, обеспечения ресурсами. Как показывает практика управления, в промышленности наибольших результатов добиваются фирмы, внедрившие систему менеджмента качества [3].

Несмотря на разные точки зрения в определении стратегического управления, акцент в них делается на своевременность решений, принимаемых работниками организации, ориентированными в будущее при удовлетворении запросов внешней среды и сплоченно устремленными к общей цели. Также можно с уверенностью утверждать, что стратегическому управлению отводится очень важное место в процессе функционирования вуза при осуществлении выбранной им стратегии.

Стратегическое управление в системе высшего образования на основе концепции прогрессивного маркетинга должно повысить эффективность работы вузов в рыночных условиях, укрепив их конкурентную позицию путем предложения образовательных услуг высокого качества, обеспечив устойчивое экономическое развитие [4].

Результативность вуза непосредственно зависит от актуализации потребностей, компетенций и знаний персонала в ходе как индивидуальной, так и совместной деятельности.

За последние два-три года применение стратегического управления в российских университетах получило новые импульсы. Например, наличие стратегической программы развития вуза легло в основу критериев отбора инновационных вузов Минобрнауки РФ. Тем не менее, непосредственное применение методов стратегического управления к университетам осложняется рядом проблем как технологических, так и методологических. Стратегическое управление в университетах должно ориентироваться не столько на оптимизацию показателей, сколько на обеспечение гибкости реагирования и мобилизации усилий по возможности адаптации к сложным, неопределенным и не всегда предсказуемым изменениям внешней среды. То есть в основу методологии должен быть заложен принцип рассмотрения университета как открытой системы, способной не только пассивно следовать за изменениями, но и активно взаимодействовать с внешней средой, влиять на нее и приспосабливать к реализации намеченных целей [1].

Библиографические ссылки

1. Титова Н. Л. Стратегии развития российских вузов: ответы на новые вызовы. М. : МАКС Пресс, 2008. 668 с.
2. Классификация и способы стратегического управления вузом. опубликовано: 20/04/2011 Тэги.
3. Соловьев В. В. Стратегия управления вузов // Бринза, 2002.
4. Мальцева Г. И. Стратегическое управление университетом // Университетское образование: практика и анализ. 2005. № 2. С. 22, 23.

© Амирханян Н., Бродецкая Н., 2012

УДК 330.101

Н. Н. Гойдина
Научный руководитель – И. А. Мисинёва
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СБЕРБАНКОМ РОССИИ

Изучаются возможные направления развития бизнеса Сбербанка по поддержке инновационной деятельности различных организаций.

Исторически так сложилось, что Сбербанк в России является самым большим по количеству клиентов и филиалов. Увеличение этих показателей за счёт экстенсивного пути развития, то есть открытия дополнительных офисов, и реклама с целью привлечения новых клиентов не даст значительного прироста. Этому способствует развитие конкуренции в банковской сфере. Повышение качества обслуживания и доступность банковских услуг позволит удержать уже имеющихся клиентов. Для того чтобы значительно увеличить получение прибыли от банковских операций необходимо осваивать новые сферы деятельности. Наиболее перспективным, в смысле увеличения денежных потоков, можно считать внедрение инноваций. Но инновации – это всегда большой риск при неопределённости конечного результата. Однако прорывные идеи дают возможность получить сверхприбыли, и на какое-то время захватить рынок, что в определённой степени может обеспечить стабильность высоких доходов.

Инновациями общепринято считать нововведения в области техники, технологии, организации труда или управления, основанные на использовании достижений науки и передового опыта, обеспечивающие качественное повышение эффективности производственной системы [1].

В современных условиях инновации охватывают все сферы деятельности организации. В банках наибольшая синергия зачастую достигается при взаимодействии бизнеса и информационных технологий. К инженерно-технологическим и бизнес примерам можно отнести мобильный банкинг, интернет банкинг, использование социальных сетей в банках, инновационные устройства самообслуживания. Цель формирования системы инновационной деятельности – достижение необходимых условий для устойчивого роста бизнеса Банка. Выполненное нами изучение показало, что в Сбербанке есть потенциал для поиска и развития инновационных идей, но нет системной организации всего процесса инноваций. Целевая модель корпоративной системы работы с инновациями ОАО «Сбербанк России» сформирована в соответствии с утвержденной Политикой инновационной деятельности.

Корпоративная система работы с инновациями и предложениями сотрудников призвана обеспечить генерацию и внедрение инноваций, являющихся итогом целенаправленной исследовательской деятельности и практики непрерывных улучшений. Ядром корпоративной системы работы с инновациями является

процесс непрерывных улучшений, направленный на совершенствование процессов, инфраструктуры и технологий, в котором участвуют все подразделения и сотрудники Банка. Корпоративная система работы с инновациями использует единое информационное пространство и единую технологическую платформу для поиска и отбора наиболее перспективных идей и предложений по улучшению.

В рамках корпоративной системы работы с инновациями проводятся исследования и осуществляются перспективные разработки, направленные на воплощение передовых технологий и решений в практику работы Банка. Понимание того, что Сбербанк не инвестиционный фонд и не может рисковать деньгами клиентов, не позволяет рекомендовать участвовать в финансировании проектов, отдача от которых предполагается через десятки лет. В тоже время, для Сбербанка, вполне возможным вариантом участия в инновациях может быть финансирование проектов в реальной промышленности, компьютерном программировании, медицине. Медицина, к сожалению, становится платной, и вывод её на уровень мирового качества, как по лечебным технологиям, так и по оборудованию, позволит получить весьма прибыльный и стабильный источник прибыли.

Кредитование крупных добытчиков сырьевых ресурсов, вполне доходный и стабильный бизнес. Сбербанку же следует обратить внимание на мелкого и среднего предпринимателя работающего в реальных секторах экономики. Две эти группы куда более рискованны для вложений, но значительно расширяют клиентскую базу. И сроки вложений могут быть в пределах 2–3 лет, от момента начала производства.

Мы считаем, что основной акцент в финансировании необходимо сделать на отечественных патентах. Покупка же иностранных технологий, часто устаревших, не даёт возможности зарабатывать необходимые прибыли. Прибыль банка может определяться не в процентах от кредита, а от участия в доле от прибыли предприятия. Такой подход, определённо, добавляет задач, но позволяет сделать акцент на повышении качества товара или услуги, которые часто страдают у предпринимателей из-за необходимости скорейшего возврата полученных средств. Значительные финансовые вложения в новые промышленные технологии и услуги начнут окупаться через 3–5 лет. К этому нужно быть готовым, отмечают эксперты [2]

Проведенное нами изучение позволяет заключить, что для решения задач по значительному повышению уровня дохода Сбербанку, необходимо осваивать фи-

нансирование инноваций. Основными критериями успеха в развитии инновационного направления деятельности Сбербанка должны быть:

1. Количество ежегодно выданных кредитов на инновационные проекты.
2. Общий объем финансовых ресурсов, направленных на кредитование инновационных проектов.
3. Величина годовой прибыли от кредитования инновационных проектов.

4. Суммарный ежегодный экономический эффект от внедрения инноваций в деятельность сети филиалов Сбербанка.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://www.ariz.ru>.
2. Ювченко В. А. Критерии успешности [Электронный ресурс]. URL: <http://sber.21.fom.ru/book/node/complex/2785>.

© Гойдина Н. Н., 2012

УДК 658.5:330.133

Ю. А. Головина
 Научный руководитель – И. А. Мисинева
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

УПРАВЛЕНИЕ, ОСНОВАННОЕ НА СТОИМОСТИ: ПРАКТИКА УСПЕШНОГО ПРИМЕНЕНИЯ

Представлена концепция VBM и рассмотрен опыт ее внедрения в компании Cadbury.

В настоящее время многие зарубежные компании, в том числе работающие в сфере наукоемких производств, применяют концепцию управление стоимостью бизнеса. Value based Management – это управление бизнесом, основанное на повышении его стоимости, с целью увеличения доходов акционеров корпораций, которыми в развитых странах являются широкие слои населения. Инвестируя свои накопления в ценные бумаги, граждане обеспечивают сохранность своих сбережений, в том числе пенсионных накоплений. Доходы акционеров складываются из прироста стоимости принадлежащих им акций и выплаченных дивидендов за отчетный период [1].

Основой процесса управления стоимостью бизнеса является сравнительный анализ стоимостной оценки и возможность повышения стоимости акционерного капитала за счет изменения структуры активов, аккумуляция средств на главных направлениях развития бизнеса и сохранения корпоративного контроля [2]. Выделяют набор инструментов концепции VBM: на основе модели акционерной добавленной стоимости (SVA) А. Раппапорта, экономической добавленной стоимости (EVA) Стерна-Стюарда, экономической прибыли Коупленда-Колера-Муррина и добавленной денежной стоимости (CVA) немецкого исследователя Левиса.

Каждой организации пришлось самостоятельно искать пути внедрения VBM, исходя из начальных позиций, стратегических установок и корпоративной культуры. Для выбора направлений развития отечественных предприятий, важно изучить успешный опыт компаний, применившей концепцию управление стоимостью бизнеса на практике.

Cadbury plc. – британская компания по производству кондитерских изделий, внедрив VBM превратилась из, компании, показывающей посредственные результаты, в первоклассного творца стоимости [3]. Запуск VBM состоялся в 1997 году. Первым шагом Cadbury в применении VBM стал аудит 150 высших руководителей, с целью увидеть, насколько они соот-

ветствуют «трем А» лидерства по стоимости: подотчетность, приспособляемость и агрессивность. В результате аудита многие менеджеры поменялись ролями, а часть ушла из компании. Когда новая команда заняла свои места, руководство нацелило организацию на овладение новым стилем мышления, ориентированным на результаты. Компания предложила курсы финансового обучения и основам создания стоимости. В офисах были установлены электронные табло, показывающие стоимость акций Cadbury, и кроме того, компания изо всех сил поощряла покупку акций сотрудниками. Одновременно руководство провело мониторинг активов и портфель брендов, чтобы выяснить, где создается и разрушается стоимость. Анализ выявил важные результаты. Например, в отдельных странах только четыре или пять брендов обеспечивали создание стоимости и были популярны у потребителей. С другой стороны, некоторые исторически прибыльные рынки столкнулись с неэффективной дистрибуцией, высокими издержками и низкими инвестициями в бренд, что ограничивало будущее создание стоимости. Эти выводы привели к важным изменениям в стратегии. Руководство в 1998–99 годах решило уйти с части международных рынков безалкогольных напитков, перенаправив фокус на рынки и бренды, которые могли бы обеспечить и клиентскую ценность, и акционерную стоимость. В результате Cadbury оказалась единственной крупной компанией в отрасли напитков, которая смогла нарастить долю рынка и в Европе, и в Северной Америке.

После внедрения VBM, Cadbury достигла поставленных целей: рост EPS(прибыль на акцию) в среднем составлял 10 %, а рост акционерной прибыли в среднем 20 % в год. (Для сравнения чистая прибыль на акцию за семь лет росла в среднем на 6 % в год, а совокупная акционерная прибыль – примерно на 10 % ежегодно) Таким образом, VBM для Cadbury стало конкурентным преимуществом и позволило найти лучшие возможности для инвестиций и сделать лучший стратегический выбор.

Для того чтобы успешно применить концепцию VBM в наукоемких предприятиях необходимо обратить внимание на следующие факторы.

- Должна существовать потребность в изменениях. Компании, внедряющие управление, основанное на стоимости, делают это в рамках стратегии, направленной на обеспечение необходимой концентрации усилий на том, что действительно имеет значение при создании акционерной стоимости.

- При внедрении VBM необходима поддержка высшего руководства. Высшее руководство должно не только одобрять концепцию, но и активно содействовать его использованию во всей организации.

- Организации различаются по уровню внедрения системы VBM. Некоторые компании распространяют управление, основанное на стоимости, повсеместно вплоть до сотрудников низшего звена, возлагая на них ответственность за решения, которые могут оказать влияние на акционерную стоимость, в то время как другие используют VBM только в пределах правления компании.

- VBM представляет собой нечто большее, чем финансовое упражнение, поскольку изменяется поведение. Когда компании рассматривают возможность внедрения данного инструмента, они обычно ищут способ мотивировать в компании поведение, направленное на увеличение стоимости.

- Обучение является тем, с чего необходимо начать при внедрении системы VBM в компании. Чтобы изменить свое поведение, сотрудники должны понимать собственную роль в создании стоимости, иначе увеличение стоимости будет большей частью поверхностным. Это требует разработки программы непрерывного обучения сотрудников, чтобы они никогда не

забывали о том, что от их деятельности зависит акционерная стоимость.

- Простота предпочтительнее, чем сложность. Для достижения эффекта внедрения данной концепции сотрудники должны понимать и доверять этой программе. Менеджеры упрощают схему финансовых измерений, чтобы донести до работников информацию, необходимую для определения факторов стоимости.

- Система VBM не статична. Она постоянно развивается. Внедрение системы VBM не является немедленным решением проблем компаний, но чаще всего требует изменений всей компании. И эти преобразования будут непрерывными.

Проанализировав опыт внедрения VBM можно сказать, что успешное применение управления, на основе стоимости в наукоемких предприятиях позволяет избавиться от непродуктивных активов, осуществлять точные финансовые прогнозы и анализировать источники движущей силы акционерной стоимости.

Библиографические ссылки

1. Бобошко Д. Ю. Концепция управления на основе стоимости: теория и практика применения в России // *Менеджмент в России и за рубежом*. 2010. № 5.

2. Бочаров В. В., Самонова И. Н., Макарова В. А. *Управление стоимостью бизнеса: учеб. пособие*. СПб.: СПбГУЭФ, 2009.

3. Haspeslagh P., Noda T., Boulos F. *Управление стоимостью: назад в будущее [Электронный ресурс]*. URL: <http://www.ma-na-ger.ru/2010-06-12-09-43-46/2580>.

© Головина Ю. А., 2012

УДК 621:629.7

М. Е. Дзюин, В. И. Данченко
Научный руководитель – Г. С. Михалев
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КОСМИЧЕСКОГО МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА В РОССИИ

Рассматривается современное состояние космического машиностроительного комплекса, его проблемы, негативные и положительные тенденции в развитии космического машиностроения. Определяются основные перспективы развития космического машиностроительного комплекса и факторы, обуславливающие их достижение.

Ракетно-космическая промышленность – одна из наиболее сложных и наукоемких отраслей машиностроения. В ней широко используются межотраслевые поставки, в которых участвуют почти все отрасли народного хозяйства. Сегодня перед отечественной космической отраслью стоят две фундаментальные проблемы – институциональная и технологическая [3, с. 17].

Институциональная связана с формированием существенно новой, работоспособной в условиях современной экономики системы постановки и решения прикладных и научных задач космической деятельности, основанной на взаимодействии органов государственного управления всех уровней и субъектов экономической деятельности всех секторов экономики.

Технологическая проблема – проблема воссоздания адекватной производственно-технологической базы для решения современных и перспективных задач космической деятельности, как с точки зрения производительных сил, так и с точки зрения технических решений.

Поставленная Президентом РФ весной 2008 г. задача по подготовке предложений по техническому перевооружению отрасли, с одной стороны, направлена на решение чисто технологической задачи. С другой стороны, представляется, что если при этом не будет решена соответствующая институциональная задача, затраты на техническое перевооружение, по всей видимости, не приведут к желаемым результатам.

Для космической отрасли возрастает роль государственно-частного партнерства (ГЧП) как институционально и организационно оформленного взаимодействия на взаимовыгодной основе между государством и бизнесом в целях реализации экономически и социально значимых проектов и программ.

Основными причинами необходимости оптимизации потенциала РКП и интеграции предприятий являются [1, с. 21]:

- объективные требования повышения конкурентоспособности, концентрации финансовых ресурсов, повышения финансовой устойчивости и экспортного потенциала предприятий и отрасли в целом;

- низкий уровень капитализации предприятий отрасли, препятствующий созданию лучших условий для привлечения внебюджетных инвестиций;

- восстановление на должном уровне процесса воспроизводства и инновационной активности предприятий отрасли;

- формирование многоканальной системы финансирования научных исследований и разработок, в том числе основанной на использовании механизмов инновационных и венчурных фондов, иных внебюджетных источников финансирования;

- требования повышения эффективности управления научно-техническим и технологическим потенциалом, использования государственного имущества.

Холдинговая организация бизнеса обладает значительными адаптивными свойствами в части изменения (агрегации и дезагрегации) его структуры. Это позволяет в рамках организационных возможностей концентрировать ресурсы на приоритетных направлениях. Особенностью космической деятельности также является использование уникального оборудования, дорогостоящих образцов космической техники, сложных наземных и орбитальных систем и технологий. При этом космическая техника и используемые технологии могут являться источниками опасностей, представляющих угрозу здоровью и жизни обслуживающего персонала и населения, собственнику космической техники и потребителю результатов космической деятельности [4, с. 16].

Представляется важным и необходимым сохранение за Россией возможности оставаться в ближайшие годы и в отдаленной перспективе (до 2050 года) мощной космической державой, способной исследовать и

осваивать околоземное и межпланетное пространство и обеспечить значительные экономические международные заказы (до 20–25 % от общемировых).

Первоочередной задачей производства ракетно-космической техники до 2015 года будет восстановление производства и восполнение усовершенствованных по типуажу и назначению ракет-носителей оборонного назначения с жидкостными и твердотопливными двигателями.

Создание ракет с водородными, электрическими, ионноплазменными, атомными и другими энергоустановками позволит достичь максимальной экологической чистоты, предельно высоких ресурсов (до десятков лет) и скоростей (до 80 км/с) полета.

Создание многоразовых одноступенчатых авиационно-космических летательных аппаратов существенно изменит возможности дальних перевозок пассажиров.

Ракетно-космическое машиностроение станет основой производства до 2020 года простейших одноразовых и сложнейших многоразовых систем вывода на орбиты и возвращения полезных грузов (до 100–150 т), технологических и биотехнологических установок. Россия будет способна первой в мире реализовать перспективные проекты авиакосмических комплексов с горизонтальным взлетом, обеспечивающим исключительную маневренность и экономичность вывода грузов и пассажиров на орбиту (с 2–3 кратным снижением стоимости вывода) [2, с. 19].

Библиографические ссылки

1. Бендилов М. А. Узловые проблемы развития высокотехнологического сектора российской экономики (на примере космической деятельности) // *Менеджмент в России и за рубежом*. 2010. № 6.

2. Маринин И. Итоги 2010 года. Интервью с А. Н. Перминовым // *Новости космонавтики*. 2010. № 2.

3. Пайсон Д. Б. Государственно-частное партнерство как институт развития в области космической деятельности: зарубежный опыт и российские планы // *Вопросы государственного и муниципального управления*. 2009. № 3. С. 17–34.

4. Ченцова М. Г. Космическая промышленность РФ: тенденции, перспективы, новые риски // *Менеджмент в России и за рубежом*. 2011. № 3.

© Дзюин М. Е., Данченко В. И., 2012

УДК 338.364.4

В. В. Жеребцова, Э. С. Новикова
Научный руководитель – О. В. Гостева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Рассматриваются причины и следствия внедрения автоматизированных систем класса MES на предприятиях ракетно-космической отрасли в России.

Для удержания передовых позиций в экономике высокотехнологичные производства, к числу которых, без сомнения, относится и ракетно-космическая

промышленность, должны постоянно подтверждать свою высокую эффективность и готовность соответствовать самым современным требованиям информа-

ционного общества. Целью государственной политики в области развития науки и технологий на сегодняшний день провозглашен переход к инновационному пути развития страны на основе избранных приоритетов. К утвержденным на государственном уровне приоритетным направлениям развития науки и технологий отнесены «Космические системы», а в число критических технологий страны вошли «Технологии создания новых поколений ракетно-космической техники».

Ракетно-космическая промышленность имеет важное политическое и экономическое значение, ею определяется промышленный потенциал и престиж государства. В кризисный период, когда сокращался общий объем промышленного производства, ракетно-космическая отрасль выросла на 18 %. Как военный, так и коммерческий космос является одним из национальных конкурентных преимуществ России на мировом рынке. В 2009 г. инвестиции в отрасль составили почти 82 млрд рублей. В 2011 г. финансирование увеличено примерно на 30 % [1].

Принятие эффективных управленческих решений в современном производстве требует комплексного взаимодействия финансово-экономических и производственных составляющих.

Разработка ракетно-космической техники характеризуется высокой наукоемкостью, значительной трудоемкостью, длительными сроками разработки и проведения испытаний. Кроме того, требуется постоянное поддержание функционирования и развития дорогостоящих уникальных стендов, специальных комплексов и сложнейшего оборудования.

Для поддержания качества продукции на высоком уровне необходимы не только качественное сырье и материалы, но и инновационные решения, дающие преимущества на рынке. К сожалению, простая замена устаревшего технологического оборудования новым зачастую не дает ожидаемого эффекта, так как система управления производством многих предприятий не соответствует современным требованиям. Комплексная автоматизация производства помогает снизить риски, списываемые на человеческий фактор, усовершенствовав процессы принятия решений.

Необходимость автоматизации управления производством ракетно-космической отрасли вызвана следующими факторами:

- восстановление на должном уровне процесса воспроизводства и инновационной активности предприятий отрасли;
- требования повышения эффективности управления научно-техническим и технологическим потенциалом, использования государственного имущества;
- объективные требования повышения конкурентоспособности, концентрации финансовых ресурсов, роста финансовой устойчивости и экспортного потенциала предприятий и отрасли в целом;
- низкий уровень капитализации предприятий отрасли, препятствующий созданию лучших условий для привлечения внебюджетных инвестиций [2].

В настоящий момент на зарубежном и отечественном рынках представлена масса решений для автоматизации управления производством – MES-систем

(Manufacturing Execution Systems), которые направлены на повышение эффективности управления производственными процессами, обеспечение диспетчеризации и прозрачности производства путем осуществления непрерывного автоматического контроля состояния технологического оборудования и производства в целом, анализа производительности, управление техническим обслуживанием и технологией производства.

В рамках единой информационной системы выделяются три модуля: MDA (сбор данных о состоянии оборудования и производства), DNC (администрирование программ и данных ЧПУ), TPM (управление техническим обслуживанием оборудования).

Внедрение автоматизированных систем управления характеризуется:

- уменьшением запасов годовой продукции, незавершенного производства материалов – в среднем на 28 %;
- уменьшением уровня неликвидов – на 70 %;
- увеличением среднего размера прибыли – в среднем на 5 %;
- управлением бизнесом на основе отчетности в режиме реального времени – на уровне 100 %.

Применение MES дает возможность составлять и своевременно корректировать детальные производственные расписания, что, в свою очередь, позволяет более точно определить фактическую себестоимость изготовления как каждой отдельной детали, так и всего изделия полностью. Значительным свойством MES-систем является выполнение расписаний. Вся эта система гарантирует возможность ведения подробного материального учета, учета работы оборудования и затрат на персонал, сбора, агрегирования действующих данных о состоянии производства [3].

Автоматизация рассматривается не только как способ оптимизации системы управления, нацеленный на обеспечение конкурентоспособности, но и как способ повышения эффективности предприятия.

Принятие решения о внедрении еще не является гарантией автоматического достижения поставленных целей. Требуется проявить терпение и готовность пройти этот путь до конца. Здесь важна твердая воля руководства предприятия, направленная на решительный слом сопротивления консервативных сотрудников, у которых отсутствует понимание преимуществ реализованного проекта в будущем. Истинное отношение руководства к автоматизации способно либо значительно ускорить, либо затормозить ход работ. В данном случае успешный исход зависит только от решения руководства, так как речь идет об экономии миллионов.

Библиографические ссылки

1. Официальный сайт ФКП «НИЦ РКП». URL: <http://www.nic-rkp.ru/>
2. Маринин И. Итоги 2010 года. Интервью с А. Н. Перминовым // *Новости космонавтики*. № 2. 2010. С. 4.
3. Максимов В. MES в России: проблемы и решения // *Информатизация и системы управления в промышленности*. 2010. № 1(25). С. 26–27.

Ю. В. Ковалева
Научный руководитель – С. Г. Кукушкин
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ СОВРЕМЕННЫХ НАУКОЕМКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В представленной статье рассматриваются проблемы, возникающие в сфере управления персоналом наукоемких предприятий, специфика которых требует новых подходов к разработке и реализации кадровой стратегии и кадровой политики, изменению роли службы управления персоналом на предприятии, использованию инновационных технологий управления персоналом, создающим наукоемкую продукцию.

Научная работа, ранее существовавшая как обособленный вид деятельности, все чаще объединяется с производственными процессами, а, значит, потребность обучения сотрудников наукоемких производств выходит на первый план работы с персоналом.

Вопросы роста интеллектуального потенциала, внедрения высоких технологий, развивающих научный потенциал, являются приоритетными. Функция управления персоналом становится фактором повышения конкурентоспособности организации. Наукоемкие технологии требуют от работника большей умственной мобильности, умения решать производственные задачи в новых условиях. Наукоемкое производство неразрывно связано с исследовательской инновационной деятельностью, что приводит к изменению содержания труда.

В связи с этим следует рассмотреть ряд основных проблем, возникающих в сфере управления персоналом наукоемкого производства:

- смена роли работника в производственном процессе под влиянием нового технологического уклада. Использование наукоемких технологий способствует изменению содержания и функции труда, возникновению новых профессий и специализаций, что требует от работника большей умственной мобильности, умения решать производственные задачи в новых условиях;

- усложнение профессиональной деятельности. Наукоемкое производство неразрывно связано с исследовательской инновационной деятельностью – возникновению и развитию новых производств приводит к изменению содержания труда;

- старение кадров, опасность утраты преемственности рабочих поколений. Сложность подбора специалистов, связанная с процессами, происходящими на рынке труда, в части уменьшения количества высококвалифицированных кадров, обусловлено процессами их перехода в непрофильные производства и общего старения трудоспособного населения;

- задача четырехкратного повышения производительности труда на отечественных предприятиях к 2020 году. Более полное применение накопленных знаний и опыта, личных возможностей и способностей работников – один из резервов повышения эффективности производства, снижения трудоемкости продукции, а, следовательно, и роста производительности труда»;

- постоянное изменение производственных связей и отношений. Углубление единичного разделения труда, основанного на подетальной и пооперационной

специализации в условиях использования высокотехнологичных машинных комплексов;

- несоответствие уровня подготовки выпускников профессиональных образовательных учреждений требованиям современного производства. Создаваемые рабочие места имеют ряд квалификационных характеристик и, зачастую, не соответствуют профилю профессиональной подготовки выпускников. По данным опросов фонда «Общественное мнение» и «Левада-Центр» около 38 % выпускников вузов нуждаются в переподготовке сразу после получения диплома, причем 8 % опрошенных работодателей заявили, что предпочитают не принимать на работу новых сотрудников, а обучать уже имеющихся. При этом большинство предприятий не располагает собственной базой подготовки рабочих кадров (64 %) и специалистов среднего звена (80 %);

- отсутствие методик оценки экономической эффективности обучения персонала. Многие руководители не видят прямой зависимости между обучением и ростом эффективности предприятия – недостаточная разработанность методических вопросов и отсутствие утвержденной и апробированной нормативной базы расчетов экономической эффективности;

- невозможность контроля невидимой умственной деятельности. Поскольку интеллектуальная научно-исследовательская деятельность контролируется непосредственно работником, то в традиционном понимании контроль становится несостоятельным;

- недостаток информации об интеллектуальном потенциале работников. Необходимо создание базы данных имеющегося интеллектуального потенциала и «портфеля компетенций» каждого работника. Объектом современной инновационной экономики становится человек, обладающий способностями, которые на рабочем месте он может превратить в возможности – набор компетенций, а затем и в финансовые результаты.

Подготовка персонала как одно из направлений повышения эффективности производства. Достижение паритета между уровнем подготовки и требованиями производственного (технологического) процесса требует принятия специальных мер с целью обеспечения опережающего обучения персонала всех уровней без нарушения технологий производства и отрыва от рабочего места. Данное направление повышения эффективности управления наукоемким производством является актуальным по целому ряду причин:

– влияние научно-технического прогресса. Создание и внедрение в производственную и социальную сферу современных технологий требует от специалистов дополнительных знаний, умений и навыков. Возникновение новых смежных областей приводит к необходимости подготовки специалистов широкого профиля, способных решать сложные комплексные задачи;

– для промышленной сферы важной причиной повышения требований к качеству подготовки становится, как это ни парадоксально, старение оборудования.

Производственная обстановка становится более сложной и неопределенной, требующей от специалистов нестандартных, не предусмотренных нормативами решений.

– профессионально подготовленный персонал способен обеспечить более высокие и качественные результаты;

– возможность решения проблемы непрерывного образования и изменений в социальных, экономических, производственных системах и процессах в условиях высокотехнологичного производства.

Подготовка кадров, способных эффективно руководить инновационными процессами, разрабатывать и внедрять высокотехнологичные проекты, является приоритетным направлением, как отдельного предприятия, так и государства в целом.

© Ковалева Ю. В., 2012

УДК 338.36

Ю. С. Кривелева

Научный руководитель – И. А. Мисинева

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ НАУКОЕМКИМ ПРОИЗВОДСТВОМ

В последнее время в промышленности особую значимость приобретают наукоемкие производства, которые выглядят наиболее конкурентоспособными по сравнению с другими промышленными предприятиями. Задача исследования состоит в изучении данной тенденции и выявлении основных позиций в управлении наукоемкими производствами.

В современных условиях постоянно развивающейся экономики в совокупности с нестабильной экономической ситуацией, наука может служить долговременной базой для роста и поддержания высокого уровня развития. В общем числе производственных отраслей наукоемкие отрасли выделяются как ключевая часть системы научно-технического развития. Наукоемкие производства – группа производств с высокими абсолютными и относительными (по отношению к общим издержкам производства) затратами на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Судить о том, является ли производство наукоемким, нам позволяет показатель наукоемкости, который представляет собой отношение издержек на исследования и разработки к общему объему выпуска продукции на предприятиях отрасли.

Наукоемкие отрасли, главным образом, включает аэрокосмическую промышленность, производство вычислительных машин, электроники и автоматизированных систем, а также фармацевтическую промышленность. Создание высокотехнологичной продукции, ее непрерывное совершенствование и обновление являются важнейшими результатами взаимодействия промышленных предприятий и научно-исследовательского сектора. Характер такого взаимодействия определяет ключевой способ поддержания конкурентоспособности промышленно развитых стран с высоким уровнем заработной платы в соперничестве со странами, в которых заработная плата ниже [1].

Проблемы разработки и распространения наукоемких технологий актуальны в силу их особой значимости для поступательного развития экономики и общества, поскольку они способствуют и обеспечи-

вают повышение жизненного уровня за счет интенсивных факторов: роста производительности труда, снижения относительного уровня потребления и повышения эффективности использования невосполнимых природных ресурсов [4].

Наличие взаимосвязи производства с наукой подразумевает под собой постоянное совершенствование, непрерывные исследования и внедрение инноваций в производственный процесс. Но, как отмечают специалисты, не стоит забывать о том, что система управления наукоемкими процессами также требует обновлений и решения проблем, как и продукция данного производства. Важной целью управления наукоемким производством является повышение эффективности системы менеджмента качества на основе разработки теоретических основ ее построения и функционирования, комплексного использования методов системного анализа, моделирования и оптимизации процессов менеджмента качества. В связи с этим, как считает ряд исследователей, для разработки и реализации целой системы мероприятий по поддержанию механизма научно-технического развития следует создать специальный руководящий орган, наделенный особыми полномочиями в инновационной сфере. За основу его деятельности необходимо взять комплекс законов, контролирующих международные валютные операции, внешнюю торговлю, зарубежные капиталовложения, обмен технологиями и патентами [2].

В процессе стремительного развития наукоемкой отрасли неизбежно возникновение ряда специфических проблем. Как, например, резкое увеличение расходов на науку и снижение экономической эффективности вложенного капитала. В этой ситуации, причиной дан-

ного явления можно назвать приток дополнительных средств в наукоемкое производство из различных источников, за счет предположительно высокой доходности данной отрасли. Для предотвращения подобных проблем, в первую очередь, необходимо проводить объективную оценку различных вариантов капиталовложения и непосредственного эффекта от вложений.

Для более систематизированного решения подобных задач и проблем можно использовать методы моделирования, то есть создание модели взаимодействия научно-исследовательской организации и промышленного производства наукоемкой отрасли при разработке того или иного изделия. Это взаимодействие заключается в том, что производственная фирма передает научно-исследовательской организации плановое задание на разработку изделия полностью либо технологии с минимальным расходом дефицитного ресурса в расчете на одно изделие, по сравнению с той технологией, которая используется фирмой сейчас. Другими словами, актуальной задачей научно-исследовательской организации в сотрудничестве с производством наукоемкой отрасли является разработка более эффективной с экономической точки зрения технологии [3].

Модель взаимодействия наукоемкого производства и научно-исследовательских организаций может рассматриваться с двух сторон. Во-первых, со стороны предприятия поступает определенный заказ с конкретно сформулированными требованиями, например, об ограничении затрачиваемых ресурсов. Во-вторых, со стороны научно-исследовательских организаций поступает ответ, содержащий в себе несколько вариантов разработки заказа с различной степенью выполнения указанных требований. Данная ситуация ведет к тому, что в дальнейшем двум сторонам предстоит совместная работа по выбору более значимых требований, а следовательно и выбор более подходящей технологии.

Справедливо будет заметить, что научно-исследовательские и производственные организации, инвестируя в развитие науки, то есть, вкладывая капитал в различные инновации и разработки, не только развиваются сами, но и способствуют прогрессу самого общества [1]. Наука, основанная на фундаментальных исследованиях, является основой всех создаваемых инноваций, технологий и изделий, что является лучшим средством развития производства. Следовательно, мы можем сделать вывод о том, что тесные взаимоотношения, вплоть до слияния, производственной и научной отрасли являются залогом непрерывного развития производства и общества. При качественном и однонаправленном выполнении функций обеих отраслей, научной и производственной, образуется эффективная система наукоемкого производства, которое в современной экономической ситуации является наиболее конкурентоспособным звеном промышленности.

Библиографические ссылки

1. Багриновский К. А. Проблемы управления развитием наукоемкого производства // *Менеджмент в России за рубежом*. 2002. № 5.
2. Багриновский К. А., Исаева М. К. Базовая модель механизма управления технологическим развитием // *Экономическая наука современной России*. 2002. № 3.
3. Киселев Э. В. Повышение эффективности наукоемких производств на основе системного анализа, моделирования и оптимизации процессов менеджмента качества. – 2007. 474 с.
4. Хрусталева Е. Ю. Проблемы организации и управления в наукоемких отраслях экономики России // *Менеджмент в России и за рубежом*. 2001. № 1.

© Кривелева Ю. С., 2012

УДК 331.363.4

Ю. В. Кузнецова, М. А. Полякова
 Научный руководитель – И. А. Мисинева
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Россия, Красноярск

ОБРАЗОВАНИЕ И ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ОПЕРАЦИОННЫХ МЕНЕДЖЕРОВ

Рассматриваются вопросы обучения специалистов в области операционного менеджмента. Актуальность данного исследования определяется тем, что операционный менеджмент является основой эффективного управления компанией и высококвалифицированные специалисты в данной ситуации определяют результат.

Операционный менеджмент является важной частью в любом бизнес-процессе, что порождает современный спрос на данных специалистов. Операционный менеджмент является узкоспециализированным направлением и выпуском специалистов в данном направлении занимаются учебные заведения, работающие, в основном, с программой MBA: Master of Business Administration. Некоторые вузы в России имеют партнерские соглашения и работают с программой MBA – когда наряду с обучением учебному курсу по российской методике, в частности по специальности «менедж-

мент», студентам предоставляется возможность получать знания, а в последующем диплом иностранного университета. В таком случае, в значительной степени снимается проблема признания степени MBA при желании выпускника иметь дальнейшее трудоустройство за рубежом. Во многих российских вузах операционный менеджмент преподается как дисциплина.

Выполненный анализ источников показал, что для обучения в MBA приоритетно:

1. Изучение современных и перспективных концепций экономики, планирования и производства,

структурирования, организации и управления бизнес-деятельностью компаний и предприятий.

2. Освоение современных решений построения бизнеса и менеджмента.

3. Развитие остро востребованных практических навыков и компетенций по обеспечению организации и управлению деятельностью компаний и предприятий, подразделений организации, повышению их эффективности и конкурентоспособности в условиях новейшей экономики.

Нами так же были изучены особенности организации учебного процесса курса «МВА – Операционный менеджмент», среди них:

1. Блок специальных дисциплин программы использует передовые методологии моделирования бизнес-систем и операционного менеджмента, опирается на российскую серию популярных деловых изданий и решений, подготовленных на основе новейшего опыта известных компаний – Аэрофлот, Волга-Днепр, ЕВ-РАЗ, Интурист, и др.

2. Преподавательская команда включает как высококвалифицированных профессиональных преподавателей и методологов управления, так и успешных практиков-менеджеров. Организация учебного процесса использует адаптированные под задачи управления элементы и достижения известных бизнес-школ. Активное внимание в программе уделяется развитию личных компетенций участников обучения, проведению практически ориентированных занятий, анализу новейшей практики менеджмента.

3. С учетом высокой востребованности остроактуальные специализированные курсы программы начинают проводиться на систематической основе в формате дистанционного обучения, с возможностью применения принципов накопительной системы обучения [1].

Наше исследование показало, что МВА единственная программа, которая выделяет операционный менеджмент как отдельную специальность. Все остальные преподают оперативный менеджмент как отрасль менеджмента.

Например, рассмотрим предложения по обучению в этой области на курсах и в программах в городе Красноярске. На данный момент существует 3 крупные бизнес-школы, которые преподают менеджмент: Бизнес-школа Линк, Инопроф и филиал Московской Бизнес Школы. Программы данных школ включают в себя следующие направления и дисциплины: «Управление организацией и персоналом», «Управление маркетингом и финансами», «Интеграция в менеджменте», «Понимание деятельности организаций», «Совершенствование деятельности организаций», «Управление проектами и изменениями» и т. д. В общем, программы, которые предлагают пройти данные заведения предлагают повысить уровень своей квалификации в той или иной сфере менеджмента, но отдельной программы или курса: «Операционный менеджмент» не существует [4].

Изучение других российских бизнес-школ, включая школу SRC, которая занимается подготовкой ди-

ректоров предприятий, руководителей департаментов, отделов и служб, заместителей топ-менеджеров предприятий, предпринимателей, показало, что данные организации проводят сотни семинаров, тренингов и мастер-классов по определенным направлениям, одним из которых является: «Операционное управление производственным предприятием. Максимальный результат при минимальных затратах». Где можно наиболее полно узнать и понять суть операционного менеджмента.

Программа семинара в школе SRC выглядит следующим образом: «Бизнес-характеристика производственно-технологического управления», «Общие требования к документации», «Применение принципов менеджмента качества при проведении мероприятий по совершенствованию управления производством», «Формат производственного комплекса клиентоориентированного предприятия» и т. д. [3].

Основная цель обучения операционных менеджеров заключается в ознакомлении обучающихся с фундаментальными концепциями и методами, применяемыми для достижения интенсивности производственных и сервисных операций мирового класса. Знание операционного менеджмента необходимо менеджеру любой фирмы, стремящейся обеспечить высокий уровень корпоративной конкурентоспособности.

Также исследование показало, что некоторые топ-менеджеры предлагают своим подчиненным посетить семинары и курсы по повышению квалификации в области операционного менеджмента. При этом многие курсы и семинары проходят в Москве и Санкт-Петербурге, а также за рубежом, и несмотря на то, что это связано с большими расходами для организации, они идут на этот шаг, так как понимают, что инвестиции в персонал, могут вывести компанию на новый, более высокий уровень развития.

Изучив востребованность обучения операционному менеджменту в Красноярске, мы пришли к выводу, что спрос на данных специалистов очень мал, вследствие этого мало людей обращаются с запросом изучить менеджмент именно в этой области [2]. Самая обычная практика – это исполнение функций операционного менеджмента руководителем предприятия или отдела. Мы считаем, что операционный менеджмент должны знать все специалисты в области управления, поэтому изучение этих вопросов должно входить в программы развития персонала организаций.

Библиографические ссылки

1. МВА – Операционный менеджмент // Бизнес образование России. URL: <http://www.rb-edu.ru>.
2. Вакансии в отрасли «Топ-менеджмент» // Яндекс: Работа. URL: <http://rabota.yandex.ru>.
3. Семинары «Бизнес-школы SRC». URL: <http://www.src-master.ru>.
4. Тренинги и семинары «Бизнес-школа ЛИНК». URL: <http://www.schoolink.ru>.

© Кузнецова Ю. В., Полякова М. А., 2012

УДК 316.72

К. С. Мирошникова
 Научный руководитель – Г. С. Михалев
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Рассмотрены условия развития корпоративной культуры в образовательных учреждениях.

В современных условиях функционирования высшего образования стратегическим инструментом, позволяющим ориентировать вузовские подразделения и его сотрудников на единые цели, стимулировать их инициативу и создавать условия для комфортного делового общения, является корпоративная культура образовательного учреждения.

Многочисленные исследования (А. И. Субетто, В. П. Сухинин, Ю. К. Чернова и др.) свидетельствуют о том, что в настоящее время в вузах активно внедряются системы менеджмента качества, что позволяет корректировать учебно-воспитательный процесс и деятельность преподавателей для удовлетворения запросов потребителей и тем самым достигается устойчивое положение на рынке образовательных услуг. Фундаментальные основы организации – система ценностей, стиль управления, способы выполнения сотрудниками своих обязанностей – являются предпосылками качественного функционирования вуза, а формирование корпоративной культуры преподавателей способствует повышению их социальной ответственности, добровольному принятию обязательств перед организацией и обществом по отношению к тому, что лежит вне требований, определяемых законом или иными регулирующими нормами.

Корпоративная культура – это деловая культура в ее организационном аспекте, т. е. в том виде, в каком она функционирует внутри группы людей. В этом случае она выступает аналогом индивидуальной деловой культуры, но применительно к коллективному

групповому субъекту деятельности. Корпоративная культура, влияя на поведение и отношения между преподавателями, сотрудниками и студентами, является предпосылкой успешного взаимодействия с общественной средой, определяет место организации в окружающем мире, олицетворяя собой те законы, нормы и правила, которые объединяют ее членов. Вместе с тем, в вузах формирование корпоративной культуры ограничивается подбором сотрудников необходимой квалификации, проведением корпоративных праздников и мероприятий в отрыве от значимых корпоративных ценностей.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что формирование корпоративной культуры в образовательных учреждениях является необходимым, но длительным и сложным процессом, который состоит из основных шагов: определение миссии организации; определение основных базовых ценностей; формулировка стандартов поведения членов организации исходя из базовых ценностей; описание традиций и символики, отражающих все выше перечисленное; использование в повседневной жизни организации норм корпоративной культуры.

Все эти шаги и их результаты описываются в корпоративном руководстве. Таким образом формируется система принципов, норм, правил, порядков и ритуалов, которыми пользуются все члены коллектива образовательного учреждения.

© Мирошникова К. С., 2012

УДК 001.895

А. О. Никитенко, Е. А. Мисюк
 Научный руководитель – Ю. А. Анищенко
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗВИТИЕ ТЕХНОПАРКОВ В РОССИИ КАК УСЛОВИЕ РОСТА НАУКОЕМКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Приведено краткое описание и основные задачи создания технопарков. Представлены главные причины создания технопарков в России и текущее инвестирование в данный субъект инфраструктуры.

В настоящее время идет поиск наиболее прогрессивных форм развития науки и наукоемкого производства. Одним из направлений по решению таких задач является создание и развитие Технических парков по направлениям прикладной науки и наукоемкого производства. Зарубежный опыт показывает, что такие образования, как технопарки, показали себя достаточно эффективными с точки зрения решения

научно-технических задач и оказались экономически устойчивыми. В Российской Федерации такая форма научного производства только начинает развиваться.

Технопарки – субъект научной и инновационной инфраструктуры, осуществляющий формирование условий, благоприятных для развития производства в научно-технической сфере при наличии оснащенной и экспериментальной базы и высокой концен-

трации квалифицированных кадров [2].

Технопарки располагают специальной инфраструктурой (здания, сооружения, телекоммуникации); которая наряду с определенными налоговыми льготами предоставляется новым наукоемким фирмам.

Основными задачами создания технопарков являются [2]:

- а) превращение знаний и изобретений в технологию;
- б) превращение технологий в коммерческий продукт;
- в) передача технологий в промышленность через сектор малого наукоемкого предпринимательства;
- г) формирование и рыночное становление наукоемких фирм;
- д) поддержка предприятий в сфере наукоемкого бизнеса.

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

Регион, способствуя созданию и развитию технопарков, получает возможность формирования и ускоренного развития научно-производственной и социальной инфраструктуры, привлечение в регион высококвалифицированных специалистов, поддержки и развития сектора экономики и, в связи с этим, создания новых рабочих мест.

Технопарки являются важным элементом современной экономики, позволяющим сформировать ту экономическую среду, которая обеспечивает устойчивое развитие научно-технологического и производственного предпринимательства.

Во-первых, технопарк – это особый вид свободной экономической зоны, на территории которой усиленно развивается разработка наукоемкой продукции, формируются новые кадры, технико-внедренческие зоны, с этой стороны технопарк отвечает требованиям соответствия основным процессам, происходящим в мировой экономике.

Во-вторых, наука дает стимул развитию бизнеса, главным образом малого, что позволяет говорить о технопарках, как о форме поддержки малого предпринимательства, развитие которого позволяет выйти на качественно новую ступень общественного воспроизводства.

В-третьих, именно в технопарках наука получает финансовые и прочие дополнительные возможности для ведения фундаментальных и прикладных изысканий, тем самым наука получает большую независимость от государства. В связи с этим технопарки являются привлекательной формой поддержки отечественной науки.

Таким образом, процесс зарождения и развития технопарков не должен обойти Россию с ее достаточно сложной экономической ситуацией. Одним из способов выхода из сложившегося кризиса является опора на отечественную науку и наукоемкое производство. В связи с этим технопарки могут сыграть одну из важнейших ролей в этом процессе.

Мировой опыт организации и деятельности технопарков показывает, что такая форма

• объединения технологических компаний позволяет [1]:

- накапливать научно-технический опыт и потенциал национальных разработчиков;
- добавлять в экономику страны несырьевую долю и развивать промышленность в целом;
- привлекать инвестиции.

С 2011 года в российские технопарки ежегодно инвестируется около 3,5 миллиарда рублей из федерального бюджета. Примерный объем федеральных инвестиций в 2011–2014 годах составит 13–14 млрд рублей [3].

Сейчас представляется достаточно очевидным, что повышение конкурентоспособности российской промышленности возможно только через развитие инновационной деятельности. Одним из главных направлений развития и стимулирования инновационной деятельности является создание инновационной инфраструктуры.

Библиографические ссылки

1. *Телемеханика. Технопарк* [Электронный ресурс]. URL: <http://kbr-technopark.rul/>
2. *Технопарк. Концепция создания и деятельности* [Электронный ресурс]. URL: http://www.silicon-taiga.ru/article/files/1437_2.pdf.
3. *Умное производство. Технопарки – важный элемент современной инновационной экономики / под ред. Э. Павлова* [Электронный ресурс]. URL: http://www.umpro.ru/index.php?page_id=17&art_id_1=185&group_id_4=58.

© Никитенко А. О., Мисюк Е. А., 2012

УДК 330.101.542

К. Л. Оленикова
Научный руководитель – И. А. Мисинева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В НАУКОЕМКИХ ПРОИЗВОДСТВАХ

Изучено значение использования операционного менеджмента в российских и зарубежных предприятиях, проблемы, связанные с внедрением операционного менеджмента в российских компаниях, а также основные функции операционных менеджеров.

На любых зарубежных предприятиях развитие операционной системы на производстве традиционно рассматривается как важнейшая функция управления компаний. Если говорить о нормировании, то 100 % предприятий машиностроения, 93 % текстильной, 88 % пищевой промышленности в США используют его возможности. В Германии, которая, по сути, является «двигателем» европейской индустрии, именно подготовка работ, анализ и организация бизнес-процессов стали основой для построения современного производства, ориентированного на высокое качество и быстрое выполнение заказов. Немецкое качество и скорость обработки и осуществления заказов являются результатом полувекковой практики оптимизации производства на базе эффективной системы управления данными [2].

Последнее время экономика России, по наблюдениям специалистов, характеризуется развитием производственной эры. К таким надеждам и прогнозам привел ряд объективных факторов: успехи производственных компаний с западными инвестициями в пищевой и текстильной промышленности; отдельные успехи производственных программ с крупным российским капиталом; концентрация интересов отечественных финансовых групп на производствах и превращение их в ФПП. Первыми на оптимизацию производственных процессов и структуры обращают внимание компании с западным стилем менеджмента и западными собственниками. У всех отечественных предприятий, которые затевают определенные преобразования в операционной стратегии, есть первая и совершенно конкретная цель – приближение к мировым стандартам, способность и возможность работать с западными партнерами.

Операционный инструментарий, который используется российскими предприятиями, продиктован необходимостью:

- 1) получения сертификации ISO 9000;
- 2) высвобождением оборотных средств, замораживающихся неэффективно организованными производством и логистическими процессами;
- 3) решительных мер вызванных давлением рыночных изменений на конкурентоспособность выпускаемой продукции;
- 4) реакции на подорожание сырьевых и квалифицированных трудовых ресурсов.

Однако встает вопрос о том, насколько результативно применение этих инструментов. К сожалению, сертификация ISO 9000 в ряде случаев оказывается лишь простой формальностью, и не сполна реализуется в производственном процессе. Организационные действия, касающиеся уменьшения затрат и себестоимости продукции чаще всего начинаются либо заканчиваются увольнением работников или покупкой нового и продажей старого оборудования. В результате этого страдает производство, и всё объясняется проблемами рынка и плохой работой отдела сбыта. Можно предположить, что ряд этих проблем вызван тем, что в экономической системе и ее институтах на протяжении последних 10 лет не было предусмотрено понятие операционный менеджер. Не инженер-экономист или бухгалтер, а именно операцион-

ный менеджер – человек, принимающий управленческие и организационные решения на производстве. Отсутствие адекватного восприятия и понимания роли менеджеров-производственников перед руководством как класса и отсутствие их самоощущения как ведущих менеджеров компании также ставит целый ряд проблем на пути развития отечественных производств, включая наукоемкие [1].

Операционный менеджер выполняет ряд специфических важных функций, необходимых для развития наукоемкого производства. К числу таких функций относят: разработка плана производства участка на следующий год (для разработки плана производства участка и определения объема выпуска продукции на следующий год операционному менеджеру необходимо оценить производственную мощность участка. Достичь идеального соответствия между спросом и производственными мощностями, пожалуй, невозможно; задача операционного менеджера заключается в поддержании оптимального баланса как можно дольше); выбор структуры оперирующей системы в процессе ее проектирования либо изменение уже имеющейся структуры в процессе ее функционирования. Целью работы операционного менеджера является максимально эффективное удовлетворение запросов потребителей [3]. За этим скрывается поставка товаров или услуг в нужных количествах и в нужное время с максимальным использованием имеющихся ресурсов. Таким образом, его задачей является достижение баланса между загрузкой производственных мощностей и спросом. Эта задача не столь проста, как кажется на первый взгляд, хотя бы потому, что спрос обычно носит непрогнозируемый характер, а гибкость оборудования далеко не так велика, как хотелось бы. Слишком часто решения операционных менеджеров оказываются совершенно реактивными. Они пытаются удовлетворить запросы маркетинга – как правило, противоречащие друг другу – с помощью имеющихся мощностей. Изменения происходят либо по указанию сверху, либо частично по мере появления фондов, либо как следствие выводов консультантов, но обычно без связанного плана и реальной заинтересованности. В результате появляется нечто работающее, но не очень хорошо, и организация продолжает оставаться крайне уязвимой для конкурентов. Специалисты отмечают, что четкая корпоративная политика в отношении автоматизации и труда рабочих, подкрепленная необходимыми ресурсами, значительно упрощает работу операционного менеджера. Однако операционные менеджеры обычно недооценивают возможности, которые открывают эффективные связи с общественностью. Отдел по связям с общественностью должен убедить менеджеров в необходимости освещать в масс-медиа наиболее ценные их достижения. Менеджеры также должны сознавать последствия негативной реакции общественности на деятельность компании. Компании, умеющие устанавливать эффективные связи с общественностью, знают, что отношения с ведущими журналистами и политиками должны основываться на взаимном интересе. Представители компании обязаны иметь репутацию надежного и привлекательного источника информации. На по-

строение таких отношений необходимо время. Сами же работники СМИ предпочитают общаться с операционными менеджерами, а не с представителями агентств по связям с общественностью, ибо желают иметь дело с теми, кто реально делает новости, а не с теми, кому платят за их распространение. Поэтому наукоёмким производственным компаниям, в числе других направлений развития, необходимо проведение тренингов для руководителей по технике ведения брифингов и интервью для масс-медиа.

Библиографические ссылки

1. Зинченко С. *Операционный менеджмент – миф или реальность?* URL: www.up-pro.ru.
2. Чейз Р. Б., Эквилайн Н. Дж., Якобс Р. Ф. *Производственный и операционный менеджмент*. 8-е изд.; пер. с англ. М.: Вильямс, 2004. 704 с.
3. Стерлигова А. Н., Фель А. В. *Операционный (производственный) менеджмент: учеб. пособие*. М.: Инфра-М, 2009. 187 с.

© Оленикова К. Л., 2012

УДК 669.713.7

Е. В. Плывч, М. М. Наботова
Научный руководитель – Ю. А. Анищенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КОСМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Рассматриваются различные взгляды на развитие космических исследований в России и на мировом уровне, а также перспективы применения достижений в области космических исследований в различных сферах человеческой деятельности.

1. Тенденция коммерциализации космоса [1].

Первым официальным стартом коммерциализации освоения космоса стало появление программы COTS (Commercial Orbital Transportation Services) 18 января 2006 года- предоставлении тендера на самостоятельную разработку собственных ракет, космических кораблей и предоставления НАСА услуги «такси» в снабжении и обеспечении нужд МКС. По тендеру фирма SpaceX испытала в космическом полете свою собственную ракету Фалькон-9 и грузопассажирский корабль Dragon, Орбитал создал носитель Taurus II и грузовой космический корабль Cygnus (Созвездие Лебедя).

Перспективы: в 2012 году в рамках проекта «Морской старт» может быть запущено до четырех ракет-носителей «Зенит-3SL» с коммерческой полезной нагрузкой; новый спутник «Ломоносов», получивший название в честь 300-летия основателя МГУ, будет изучать космические лучи, долетающих из глубин Вселенной до атмосферы Земли; первый суборбитальный полет корабля SpaceShipTwo к нижней границе космоса с пассажирами, который может состояться в 2012 году. Туристический полет будет продолжаться около 150 минут, включая пятиминутное нахождение в невесомости.

2. Новые информационные системы, гаджеты, разнообразные электронные приборы; спутники [2].

На орбите успешно работают космические аппараты нового поколения США, Италии, Германии, Канады и Японии, России, Китая, Кореи. За период космической деятельности 1957–2010 гг. Россия запустила 3 479 КА, из них успешно выведено на орбиту 3250. Надежность успешного запуска отдельного спутника в России равна 93.4%. Реальная орбитальная группировка спутников гражданского, двойного и военного назначения России по состоянию на 31.12.2010 года включала 74 КА. Средний срок активного существования (САС) российских КА в 90-е прошлого века

достиг исторического максимума. Однако в настоящее время наблюдается устойчивая тенденция снижения среднего САС спутников, соответственно и значительное сокращение орбитальной группировки (ОГ) России.

3. Освоение космического пространства Солнечной системы [2].

На 2013 год российские учёные запланировали на Луне посадку АМС «Луна-Ресурс/1». Станция должна вывести на орбиту Луны индийский спутник «Чандрайян-2» и спустить на её поверхность индийский луноход. В США в 2013 году планируется запуск зонда, который будет исследовать атмосферу Луны, а также высадка на Луне человекоподобных роботов. Япония заявила о планах к 2020 году обзавестись собственной лунной базой.

На поверхности Марса продолжает успешно работать американский марсоход Opportunity. В 2013 году США планируют запуск зонда MAVEN. НАСА продолжает свою программу исследований планеты Сатурн и её спутников с использованием запущенного в 1997 года КА Cassini. В 2005 года к Меркурию запущена АМС Messenger, которая движется, используя гравитационные силы Земли, Венеры, Меркурия и передает информацию о типе поверхности планеты, ее химическом составе. Россия в 2016–2018 годах намерена отправить несколько исследовательских миссий к Венере. В настоящее время на орбите Венеры трудится АМС Venus Express Евросоюза.

4. Создание новых систем жизнеобеспечения, получение энергии и добыча полезных ископаемых в космосе [1].

Наиболее перспективным в плане энергообеспечения считается изотоп гелия-3, обнаруженный на Луне в огромных количествах в 1970 году.

Еще одним важнейшим энергоресурсом, обнаруженным на Луне, является вода. Космическое скани-

рование показало наличие на Луне миллиардов тонн льда, при этом большая часть воды находится на темной стороне.

Наиболее реальным способом получения электроэнергии с помощью солнечных батарей и термоядерных реакторов, работающих на изотопе гелий-3, является размещение этих батарей на Луне. Строительство Космического лифта (проект NASA) на Земле потребует более совершенных материалов (углеродных нанотрубок).

5. Воспроизведение жизни в космосе [1].

Насекомые мухи – дрозофилы – ветераны космобиологических исследований. Космические эксперименты доказали, что мухи-дрозофилы, способны жить и размножаться вне Земли, следовательно – жизнь и космос друг другу не противопоказаны.

Космическая медицина исследует перспективы создания на низкой околоземной орбите массового производства по выращиванию человеческих тканей и органов из стволовых клеток пациентов. Международная команда Odyssey Moon и американская корпорация Paragon Space Development объявили о необычном предприятии Lunar Oasis: они намерены впервые в мире вырастить растение на другом небесном теле, а именно – цветы на Луне.

Каковы же основные причины удручающего положения с научным космосом в России? [2].

Отсутствие единой концепции развития российской космической научной деятельности, утрата Россией завоеванных СССР позиций в области создания и использования надёжных научных спутников. В этой связи, в соответствии с Целями государственной политики в ракетно-космической сфере приоритетными и являются следующие направления:

- создание космических комплексов и систем но-

вого поколения с техническими характеристиками, обеспечивающими их высокую конкурентоспособность на мировом рынке;

- завершение создания и развитие системы ГЛОНАСС;

- развитие спутниковой группировки, в том числе создание группировки спутников связи; создание группировки метеорологических спутников, способных передавать информацию в реальном масштабе времени;

- модернизация наземной космической инфраструктуры и технологического уровня ракетно-космической промышленности

Общим условием реализации благоприятного варианта технологического развития ракетно-космической отрасли является перевод всей российской экономики на инновационный путь развития и решение других задач, сформулированных в Стратегии развития России до 2020 года. В частности, необходимым условием является проведение государством глубокой реструктуризации оборонно-промышленного комплекса, обеспечение высоких темпов развития отечественной науки и образования, смежных отраслей (прежде всего, радиоэлектронной).

Библиографические ссылки

1. *Сценарий развития космической индустрии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.openkosmos.ru/component/k2/item/31-razvitie-kosmicheskoi-indystrii.html>.*

2. *Сравнительный анализ космической деятельности России, Китая и Индии [Электронный ресурс]. URL: http://mosspaceclub.ru/3part/akd_rki.pdf.*

© Плывч Е. В., Наботова М. М., 2012

УДК 330.101.542

М. А. Супрунова

Научный руководитель – И. А. Мисинёва

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ В НАУКОЕМКОМ И ИННОВАЦИОННОМ ПРОИЗВОДСТВАХ

Рассматривается специфика бизнес-процессов в наукоемких и инновационных производствах. В статье приведена классификация бизнес-процессов, а также особенности, которые необходимо учитывать при внедрении на рынок инновационных продуктов.

Деятельность наукоемкой отрасли неразрывно связана с использованием современных технологий, вклад которых в общую стоимость производимой продукции составляет обычно весьма значительную ее часть. Можно сказать, что наукоемкие отрасли выпускают главным образом высокотехнологичную продукцию.

В настоящее время в состав наукоемких отраслей обязательно включают аэрокосмическую промышленность, производство вычислительных машин, производство электроники и средств автоматизации, а также фармацевтическую промышленность и другие [4].

Согласно концепции М. Портера компания приходит на рынок, чтобы создать ценность или набор ценностей для целевой группы своих клиентов. При этом она рассчитывает на определенную финансовую компенсацию в виде прибыли. В создании ценностей для потребителей, все большую роль приобретают основные и вспомогательные бизнес-процессы [1].

К основным бизнес-процессам наукоемкого производства относятся непосредственно участвующие в создании прибавочного продукта. Вспомогательные бизнес-процессы не участвуют в создании ценностей для клиентов напрямую. К ним относятся управлен-

ческие бизнес-процессы, процессы, обеспечивающие обслуживание основной деятельности (инфраструктура), развития технологий, нормативно-правовое обеспечение деятельности наукоемкого предприятия [2].

Роль инновационных процессов, относящихся к основным бизнес-процессам в наукоемком бизнесе во многом является определяющей. Бизнес-процесс инноваций представляет собой действия управленческого персонала в хозяйственном процессе и выражается множеством видов организационно-управленческой деятельности внутри предприятия, каждый из которых имеет свой вход и выход. Ученые определяют, бизнес-процесс инноваций как упорядоченную совокупность работ во времени и пространстве с указанием их начала и конца. Специалисты выделяют:

1) бизнес-процесс заявки на инновацию. Начинается с четкой формулировки идеи создания данной инновации и заканчивается перечнем конкретных требований, которым должен соответствовать новый продукт или новая операция;

2) бизнес-процесс производства инновации. Начинается с получения заказа с указанием конкретных характеристик продукта или операции и заканчивается появлением самого продукта или операции в материализованной форме в виде вещи, готовой к продаже;

3) бизнес-процесс реализации инновации. Начинается с выставления ее на продажу и заканчивается самой продажей, а в отдельных случаях и послепродажным сервисным обслуживанием [6].

Цепочка создания ценности по основным бизнес-процессам начинается с группы операций, обеспечивающих поставки инновационного материалов и сырья наукоемким предприятиям для разработки и создания сложной продукции.

Для инновационных фирм важным является поиск и обеспечение новыми композиционными материалами и сырьем, необходимых для создания новых видов изделий.

Такие процедуры как поиск партнеров, сбор и обработка информации об их надежности, оперативности, пунктуальности, ответственности и финансовой устойчивости, качество поставляемой продукции необходимы для обоснования целесообразности взаимодействия с потенциальными партнерами и прогнозирования рисков. Их также можно отнести, по нашему мнению

До совершения сделок с потенциальными поставщиками необходимо договориться о ценах и ценовой политике с целью обеспечения эффективных финансовых результатов. Большое значение для работы в условиях свободного рынка высокотехнологичных товаров имеет ценовая политика, страхование фирмы, порядок заключения договоров с партнерами.

К бизнес-процессам, связанным с инновационными технологиями создания и освоения новой техники, относятся: конструирование, технологическая и орга-

низационная подготовка, освоение в опытном производстве и переход на серийное производство высокотехнологичной продукции, а также ее транспортировка и хранение; складирование и комплектация.

Реализация этих процессов для технологичных фирм связана с необходимостью учитывать специфику продукции, разрабатывать и внедрять новые средства и способы, обеспечивающие ее конкурентоспособность, надежность, функциональность, сохранность, безопасность, комплектацию и маркировку [5].

Особое значение приобретает выбор инновационных стратегий. К числу наиболее популярных стратегий в области инноваций относятся стратегии непрерывной инновации, стратегии формирования стратегических партнерств, оптимизированное производство, эко-инновации, кайдзен-инновация. Их основа – сокращение времени, расходуемого на операции. К ним относится хранение, накопление, перемещение, а также действия, приводящие к избытку запасов.

Инструментами реализации выбранных стратегий могут служить классические инструменты оптимизации бизнес-процессов, сетевая организация рабочих мест, визуализация производства и другие методы [3].

Реализация высокотехнологичной продукции в условиях жесткой конкуренции является одной из сложных и ответственных рыночных операций. Инновационность этих процессов может быть обеспечена путем создания новых интегрированных сетей товародвижения и современных организационных форм торговли.

Библиографические ссылки

1. Портер М. *Международная конкуренция*; пер. с англ. / под ред. В. Д. Щетинина. М.: *Международные отношения*, 1993. 896 с.
2. Короткова Т. Л., Власов А. В. *Концепция инновационного маркетинга высокотехнологичной продукции* // *Проблемы современной экономики*. № 1(33), 2010.
3. Багриновский К. А., Исаева М. К. *Базовая модель механизма управления технологическим развитием* // *Экономическая наука современной России*. 2002. № 3.
4. Багриновский К. А. *Проблемы управления развитием наукоемкого производства* // *Менеджмент в России и за рубежом*. № 2. 2003.
5. Багриновский К. А., Исаева М. К. *Базовая модель механизма управления технологическим развитием* // *Экономическая наука современной России*. 2002. № 3.
6. *Инновационная деятельность малого предприятия* // *Интернет-портал Дистанционный консалтинг*. URL: <http://www.dist-cons.ru/modules/innovation/section4.html>.

© Супрунова М. А., 2012

Т. А. Юхневич
Научный руководитель – И. А. Мисинёва
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ДЕФИЦИТА СПУТНИКОВОГО РЕСУРСА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Рассматриваются задачи и направления их решения, связанные с обеспечением спутникового ресурса.

Современные специалисты считают, что важнейшей проблемой спутниковой группировки России является дефицит спутникового ресурса, который по оценкам аналитиков к 2015 году вырастет на 524 %. Дефицит вызван скачкообразным ростом потребления интернет-трафика (особенно мобильного интернета) [2]. Дефицит спутникового ресурса приводит к тому, что арендные цены растут в геометрической прогрессии, тысячи потенциальных потребителей остаются без услуг интернет-операторов, что в итоге приводит к ухудшению ситуации со связью в стране. Для решения этих проблем, специалисты предлагают: наращивание спутниковой группировки; пересмотр концепции распределения программ (реализуемая концепция распределения ТВ-программ предусматривает многократную ретрансляцию одинакового контента через спутники. Используя новые технологии, можно не использовать многократных ретрансляций через спутник, что позволит сэкономить ресурсы; передача части трафика со спутников на оптические наземные кабели; внедрение новых технологий в сетях VSAT (применение алгоритмов адаптивного кодирования и модуляции (ACM) дает возможность повысить пропускную способность сети до 50 %. Технологии модуляции DVB-S2 с кодированием LDPC в прямом и обратном канале, могут повысить эффективность еще на 30 %) [3]. Не смотря на то, что наращивание спутниковой группировки видится наиболее простым решением проблемы, мы считаем, что это не панацея – ведь число космических запусков в год все же конечно, и большая часть запусков отдается иностранным пользователям, которые запускают свои спутники. Потому, мы считаем возможным предположить, что выходом для спутниковой группировки станет ком-

бинация передачи части трафика на оптические наземные линии (к тому же, передавая часть услуг на наземные линии, можно избавиться от последствий, связанных с внезапной потерей спутника или потери связи с ним), пересмотра концепции распределения ТВ-программ и внедрение новых технологий в сетях VSAT (что позволит не только повысить эффективность, но и снизить цены на трафик). Хотя, конечно, спутниковую группировку придется наращивать, так как даже вышеперечисленные способы оптимизации трафика не позволят избавиться от дефицита спутникового ресурса. На 2012-2013 годы российская компания «Космическая связь» планирует запустить 4 спутника тип «Экспресс», где будут впервые в РФ установлены транспондеры Ка-диапазона. Запуск этих спутников позволит нарастить объем используемых «Комической связью» транспондеров на 280 единиц [4]. До сих пор проблема дефицита спутникового ресурса решается только каждой отдельной компанией, и в РФ нет комплексной государственной программы по сокращению дефицита, подчеркивают эксперты. Существование подобной программы, безусловно, облегчило бы деятельность организаций занимающихся спутниками.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://bse.sci-lib.com/>
2. URL: <http://www.all-satcom.ru/2011/12/19/deficit-sputnikovogo-resursa-tolko-vyrastet/>
3. URL: <http://www.osp.ru/telecom/2012/03/13014191/>
4. URL: <http://www.iss-reshetnev.ru/?cid=publications&pid=11>.

© Юхневич Т. А., 2012

УДК 336.761.5

В. М. Аврамчиков
Научный руководитель – А. Н. Антамошкин
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРИМЕНЕНИЕ ГРАФИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В ОЦЕНКЕ ВЕРОЯТНОСТНОГО НАПРАВЛЕНИЯ ДВИЖЕНИЯ ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ НА ФОНДОВОМ РЫНКЕ

Рассмотрены особенности графических методов описания рыночных ситуаций, применяемых в техническом анализе. При помощи предлагаемого графического метода анализа, определяющего решающее правило классификации ценового образа, у инвестора появляется возможность принимать решение об управлении капиталом в биржевой торговле, оценивая вероятностное направление движения временных рядов фондового рынка.

В основе технического анализа лежит анализ временных рядов цен и их ценовых образов. Наиболее часто методы технического анализа используются для анализа цен, изменяющихся свободно, например, на биржах [1]. Цель технического анализа биржевого рынка состоит в прогнозе относительно краткосрочной перспективы поведения рынка, то есть рассматривается локальная ситуация на рынке без учета достаточной ретроспективы.

Графические методы являются наиболее распространенными в техническом анализе. Главное их преимущество – это наглядность. График позволяет одновременно наблюдать происходящие изменения и отслеживать динамику. На графической основе строится значительная часть всей методологии технического анализа [2].

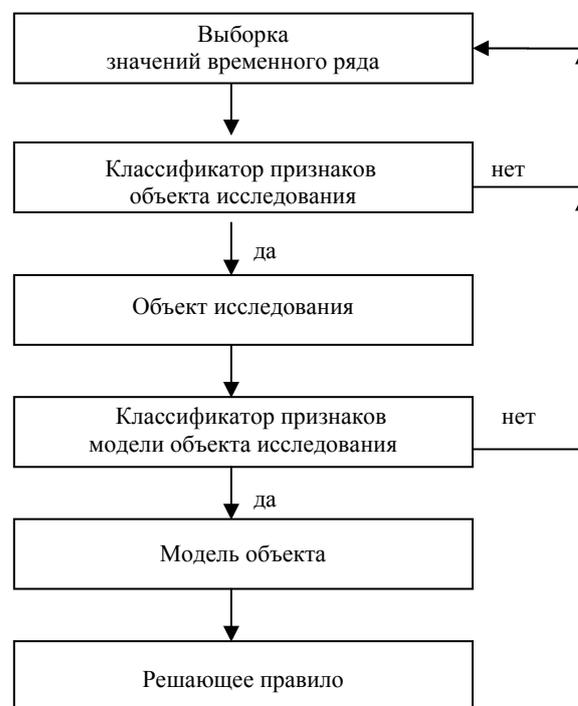
Среди графических методов самыми популярными являются конфигурационные методы, сущность которых заключается в использовании предпосылки о повторяемости рыночных ситуаций, т. е. эти методы основываются на прецедентах [3].

Применение конфигурационных методов заключается в следующем. Необходимо взять динамическую курсовую кривую за более или менее длительный временной период и в небольшом масштабе проанализировать ее динамику. Следует найти все тренды и исследовать очертания фигуры, непосредственно предшествующей тому или иному тренду. Если данная фигура похожа на запомнившуюся ранее фигуру, образованную в аналогичной ситуации, то с этой фигурой связывается последующий тренд.

Достоинством данной группы методов является прогностичность. Аналитик, нанося на график ежедневные цены, замечает очертания известной фигуры и сразу предсказывает, что будет с ценами в ближайшие дни. Конфигурационные методы имеют два существенных недостатка. Первый состоит в том, что критерии определения конфигурации довольно субъективны (один аналитик разглядит одну фигуру, а другой – другую, третий – вообще ничего не увидит). Второй недостаток, общий для всех технических методов предопределен уникальностью любой рыночной ситуации.

Таким образом, конфигурационные методы, с одной стороны весьма простые и прогностичны, с другой – субъективны и в целом обеспечивают недостаточную высокую вероятность предсказаний. Данные методы следует использовать в комбинации с другими методами анализа.

С целью оценки вероятностного направления движения временных рядов на фондовом рынке с помощью графических методов целесообразно систематизировать и упорядочить последовательность действий по их использованию в анализе с помощью методики, представленной на рисунке.



Этапы графического метода анализа

Решающее правило классификации ценовых образов состоит в следующем: при попадании текущих регистрируемых данных в выборку происходит клас-

сификация их ценовых образов, что позволяет провести вероятностную оценку движение временного ряда. Если текущее положение данных становится удовлетворительным для совершения торговой операции, согласно тенденции проявляющейся в этой выборке, то после проведенного исследования в рамках разработанной методики и составления базы данных, инвестор принимает решение об управлении капиталом в биржевой торговле по разработанной торговой стратегии.

Библиографические ссылки

1. Коттл С., Мюррей Р. Ф., Блок Ф. Е. *Анализ ценных бумаг Грэма и Додда*. М. : Олимп Бизнес, 2000.
2. Ritchie J. *Fundamental Analysis: A Back-to-the-Basics Investment Guide to Selecting Quality Stocks*. – Irwin Professional Pub., 1996.
3. Элдер А. *Как играть и выигрывать на бирже*. М. : Диаграмма, 2001.

© Аврамчиков В. М., 2012

УДК 330.322.3

В. Ю. Алексеева

Научный руководитель – Е. Ю. Алексеева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИНВЕСТИЦИИ В СОЦИАЛЬНУЮ СФЕРУ: КЛАССИФИКАЦИЯ ОБЪЕКТОВ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Для решения задачи эффективного распределения ограниченных бюджетных средств была проведена классификация объектов общественного производства, опирающаяся на научно обоснованные признаки, на основании которых и разделяются между собой отраслевые группы.

Современное состояние социальной сферы обусловлено процессами, происходящими на протяжении последних лет в России. Финансовые и экономические кризисы, приводящие к снижению темпов экономического роста, уровня объема ВВП и, как следствие, ухудшению макроэкономической стабильности не могли не сказаться на общем состоянии социальной инфраструктуры. Вместе с тем отсутствие организационно-экономического механизма, отвечающего требованиям рыночной экономики, приводит к проблемам текущего финансирования социальной сферы и к снижению уровня обеспеченности объектов социальной инфраструктуры. Все вышеизложенное подтверждает необходимость разработки инструментов, позволяющих наиболее эффективно распределять социальные инвестиции в условиях имеющегося бюджетного дефицита.

Для решения сформулированной задачи была проведена классификация объектов общественного производства, опирающаяся на научно обоснованные признаки, на основании которых и разделяются между собой отраслевые группы.

Предложенная классификация основана на признаках ОКВЭД, в которой заложен принцип распределения хозяйствующих субъектов по признаку добывающих, обрабатывающих и предоставляющих услуги. Для исследования интерес представляют виды деятельности в рамках предоставления услуг [1].

Субъекты, предоставляющие услуги можно разделить на две основные группы – социальную группу субъектов и группу субъектов не социальной сферы. При этом признаком такого деления выступает наличие государственных гарантий по обеспечению социальными услугами. Учет государственной ответственности позволяет выделить следующие классы объектов: здравоохранение, образование, социальная за-

щита, спорт и культура [2]. Для осуществления государственных обязательств в решении социальных задач федеральным органом исполнительной власти разрабатываются социальные нормативы и нормы. Распределение ограниченных бюджетных средств должно осуществляться с учетом достижения установленных нормативов, определяющих уровень обеспеченности, гарантируемый государством. Однако данные управленческие решения должны учитывать дополнительные факторы, определяющие развитие объектов социальной инфраструктуры, в частности профильность объектов. Поскольку предметом исследования являются управленческие отношения, связанные с инвестированием в социальную сферу, то возникает необходимость деления объектов социальной сферы на подотрасли, так как управленческое воздействие должно быть направлено на достижение нормативов обеспеченности, которые сегодня государством устанавливаются именно для подотраслей социальной сферы. В связи с этим возникает необходимость дальнейшей декомпозиции представленной классификации.

Существующие государственные социальные стандарты и нормативы разрабатываются с учетом профильности каждого из объектов, входящих в социальную отрасль. Возможность деления каждой социальной отрасли на подотрасли позволит выработать управленческие решения в отношении этих объектов для достижения установленных нормативов. Таким образом, предлагается ввести признак, который бы позволил учесть различные классы социальных объектов в рамках одной социальной отрасли. На основе анализа нормативно-правовых актов, регламентирующих порядок обеспеченности объектов социальной сферы, были выделены подотрасли. На сегодняшний день социальные нормативы обеспеченно-

сти социальными услугами и соответствующие обязательства государства распространяются на следующие отрасли: образование, здравоохранение, культура, социальная защита, физическая культура и спорт.

По законодательству в России принято следующее деление административно-территориальных единиц – городское и сельское поселение. Исходя из того, что одни и те же объекты социальной инфраструктуры, находящиеся на различных территориях, имеют различные возможности, потенциал развития, источники и объемы финансирования объектов социальной инфраструктуры, возникает необходимость их деления не только по профилю, но и по типу поселения объектов социальной сферы. Данный признак предполагает деление объектов социальной сферы на следующие классы:

- объекты социальной сферы находящиеся в городах федерального значения;
- объекты социальной сферы находящиеся в городах областного (краевого) подчинения;
- объекты социальной сферы находящиеся в городах районного подчинения;
- объекты социальной сферы находящиеся в деревнях;
- объекты социальной сферы находящиеся в селах и поселках.

Для обеспечения финансирования социальной сферы реализуются социально-ориентированные механизмы бюджетного выравнивания, в основе которых лежит четкое разграничение ответственности между федеральными, региональными, местными органами власти в решении задач социального развития и, как следствие, закрепление за соответствующим

уровнем бюджета. Бюджетная система Российской Федерации, в соответствии с Бюджетным кодексом РФ, включает три звена или три уровня: федеральный бюджет, региональные бюджеты субъектов РФ (89 бюджетов), местные бюджеты: городские, районные, поселковые, сельские (их число составляет 29 тыс.). Закрепление за соответствующим уровнем бюджета определяет источники финансирования, а в рыночной экономике имеет место многоканальность финансирования социальной сферы. Учитывая многовариантность источников финансирования объектов социальной сферы в диссертационной работе, был предложен признак, на основании которого объекты делятся в зависимости от уровня бюджета, за которым они закреплены.

Введение указанных признаков классификации позволит более точно решить задачу оценки уровня обеспеченности объектами социальной инфраструктуры, определить направления инвестирования и оценить эффективность социальных инвестиций.

Библиографические ссылки

1. Жирков С. Ф. Проблемы классификации объектов социальной инфраструктуры. Вестник Ассоциации выпускников КГТУ. Вып. 11. Красноярск : ИПЦ КГТУ, 2005. С. 42–44.
2. Алексеева Е. Ю., Фирсова Т. В. Классификация объектов социальной инфраструктуры // Решетневские чтения : материалы 9 междунар. науч. конф. ; СибГАУ. Красноярск, 2005. 392 с.

© Алексеева В. Ю., 2012

УДК 368.8

М. Бакулина, Я. Скворцова
 Научный руководитель – Т. В. Ващенко
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗВИТИЕ ФОРМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БАНКОВ И СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ (БАНКОСТРАХОВАНИЕ)

Статья посвящена вопросам развития форм взаимодействия банков и страховых компаний. Рассматриваются этапы кооперации банков и страховых компаний, выявленные мировым опытом.

Банкострахование (bancassurance) – это сотрудничество банков и страховых компаний по нескольким направлениям: страхование заемщиков банков, объектов залога и рисков самих банков.

Банкострахование рассматривается как одно из самых перспективных направлений. Развитие ситуации на этом рынке напрямую зависит от кредитной политики финансовых организаций и активности заемщиков [5].

Страховой и банковский рынки – это два смежных рынка, которые являются очень важными для развития всей экономики страны. Кооперация и сотрудничество между ними выгодно всем – и обществу в целом, и каждому из участников этого рынка. Развитию такой кооперации мешает то, что страховые компании

и банки находятся на разных уровнях по своим масштабам деятельности. Банк – это, примерно, сотни миллиардов рублей активов, а страховая компания – это единицы или десятки миллиардов, т.е. уровень банков на порядок выше [1].

Мировой опыт показывает, что кооперация банков и страховых компаний проходит несколько этапов. Первый этап – это взаимодействие по отдельным договорам, т. е. предоставление стандартной банковской услуги и, соответственно, страхование залога. При этом страховая компания может страховать риски банка и разместить в нем свои резервы. Второй этап – это агентские отношения. Здесь присутствует более тесное сотрудничество, и оно идет на постоянной основе. На третьем этапе кооперация достигает более

широких масштабов. Страховая компания и банк сотрудничают по всем возможным параметрам, т. е. это и продажи продуктов банка через страховые компании, и страховых продуктов через банки, это и страхование банковских рисков, и размещение резервов, и многое другое. А также и финансовый супермаркет. В теории это почти полная кооперация банка и страховой компании в рамках одного холдинга, слияние в т. ч. и по собственности. Однако на самом деле финансовый супермаркет может строиться и на базе рыночных отношений, когда страховая компания работает с несколькими банками, или банк – с несколькими страховыми компаниями, но предоставляя именно комплексные, а не на стыке банковского и страхового рынка, услуги. Финансовый супермаркет – это не обязательно взаимодействие только двух участников, одного банка и одной страховой компании, здесь могут быть именно рыночные связи [3].

Продажа страховых услуг достаточно сложна, т.е. нужен сотрудник банка, который будет продавать услуги страховой компании и хорошо разбираться именно в этих услугах, либо в банке нужен специалист из страховой компании. Поэтому возможны варианты развития взаимодействия на базе различных посредников, брокеров или других организаций, которые будут уже продавать услуги и банка, и страховой компании в рамках своей организации. Преимущества для банка – развитие взаимодействия, так как для банка сотрудничество со страховой компанией приносит такие выгоды, как возможность застраховать все свои риски, в т. ч. по комплексному договору страхования рисков. Для страховой компании, безусловно, тоже существует много плюсов: это и наращивание клиентской базы, возможность получения нового бизнеса, и использование кросс-продаж, и, соответственно, получение бизнеса в виде возможности работать с рисками банка и его клиентов. Общие выгоды от такого взаимодействия заключаются в возможности позиционирования как некой универсальной финансовой организации, которая предоставляет комплексные услуги, и возможность наращивания клиентской базы и разработка совместных методов продвижения продуктов [4].

Рост банковского страхования идет в основном за счет программ добровольного автострахования – КАСКО. На формирование данной ситуации влияют два фактора, во-первых, КАСКО является одним из самых доступных и понятных потребителю продуктов и, во-вторых, тарифы на автострахование одни из са-

мых высоких, учитывая уровень рисков, а также тот факт, что комиссия от страховщиков является частью дохода банков.

Другим важным направлением развития банко-страхования является ипотека, но в сравнении с КАСКО, она занимает относительно небольшую долю рынка. И надо полагать, что она вряд ли будет развиваться опережающими темпами, в том числе по причине наличия ограничений в законодательстве РФ, связанных, например, с процедурой изъятия заложенной квартиры у неплательщика по кредиту.

Восстановление производства в строительном секторе, улучшение условий ипотечного кредитования и определенное смягчение требований банков к потенциальным заемщикам будет способствовать росту рынка. Если рынок ипотечного кредитования будет расти, то и рынок ипотечного страхования будет двигаться в том же направлении [2].

Для увеличения масштабов кооперации и взаимодействия банков и страховых компаний наибольшие усилия необходимы со стороны банков, так как страховые компании изъявляют активное желание работать. Прежде всего, банкам необходимо понять, что страхование для них – это стратегически важная отрасль, здесь можно получить огромные выгоды от взаимодействия. Во-вторых, необходимо пересмотреть принципы аккредитации страховых компаний, перейти на более рыночные основы и более четко прописывать требования к страховым компаниям, в-третьих, необходимо получение рейтинга, чтобы соответствовать требованиям регулятора по работе с резервами страховых компаний.

Библиографические ссылки

1. *Абрамов В. Ю. Третьи лица в страховании : учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2007. 127 с.*
2. *Банковское дело : учебник. 2-е изд., перераб. и доп. / под ред. О. И. Лаврушина. М. : Финансы и статистика, 2005. 667 с.*
3. *Гварлиани Т. Е., Балакирева В. Ю. Денежные потоки в страховании : учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2008. 336 с.*
4. *Грищенко Н. Б. Основы страховой деятельности : учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2006. 352 с.*
5. *Шахов В. В. Страхование : учебник для вузов. М. : Юнити, 2005. 311 с.*

© Бакулина М., Скворцова Я., 2012

В. А. Богомолов
 Научный руководитель – Т. А. Мартынова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОЦЕНКА РИСКА ФИНАНСОВОЙ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РКП РОССИИ

В советское время основной функцией предприятий РКП в нашей стране было обеспечение обороноспособности страны. В настоящее время, помимо выполнения данной функции, государство ставит перед предприятиями задачу увеличения не только доли гражданской продукции, но и доли продукции, выпускаемой вне рамок госзаказа, то есть полностью коммерческой продукции.

До недавнего времени практически все предприятия РКП имели форму государственных унитарных предприятий, и их финансовое состояние зависело полностью от государственного финансирования. Однако сейчас почти 50 % предприятий РКП являются акционерными обществами, и государство требует от предприятий принимать меры по снижению зависимости от государственного финансирования.

В связи с этим приобретает актуальность вопрос о финансовом состоянии предприятий РКП России.

В настоящий момент в России работает 101 предприятие ракетно-космической промышленности. Они делятся на 2 группы:

- Находящиеся в ведении Федерального космического агентства – 51 предприятие;
- Акционерные общества с преобладающей долей государства – 50 предприятий.

Из 50 предприятий – акционерных обществ 48 являются открытыми акционерными обществами. Согласно Федеральному закону «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 № 39-ФЗ, все открытые акционерные общества обязаны публиковать свою годовую бухгалтерскую отчетность. Это позволило провести анализ их годовой бухгалтерской отчетности за 2010 год на предмет признаков финансовой несостоятельности.

Анализ проводился по следующим методикам:

- Двухфакторная модель Альтмана;
- Пятифакторная модель Альтмана для некотируемых компаний;
- Четырехфакторные модели Лиса и Таффлера;
- Модели прогнозирования риска финансовой несостоятельности на основе отечественных источников (двухфакторная модель (Лео Хао Суан, 1999), четырехфакторная модель (Беликов А.Д., 1998));
- Комплексный показатель Шеремета–Сайфулина;
- Оценка вероятности восстановления платежеспособности.

В качестве объектов исследования были выбраны следующие предприятия:

1. ОАО «Красноярский машиностроительный завод «Красмаш»;
2. ОАО «Протон-Пермские моторы» (ОАО «Протон-ПМ»);
3. ОАО «Ракетно-космическая корпорация «Энергия» имени С. П. Королева»;
4. ОАО «Российская корпорация ракетно-космического приборостроения и информационных систем» (ОАО «Российские космические системы»);

5. ОАО ИСС им. академика М. Ф. Решетнева;
6. ОАО «ВПК «НПО машиностроения»;
7. ОАО «Государственный ракетный центр имени В. П. Макеева» (ОАО «ГРЦ Макеева»);
8. ОАО «НПО Энергомаш имени академика В. П. Глушко».

Размер выборки исследования составил 16,7 % из числа доступных для анализа предприятий, 16 % от количества предприятий – акционерных обществ и 7,9 % от общего числа предприятий РКП России.

Каждое предприятие было проанализировано по 4 западным и 4 отечественным методикам прогнозирования риска финансовой несостоятельности.

Результаты анализа бухгалтерской отчетности на предмет вероятности финансовой несостоятельности указанных предприятий представлены в табл. 1.

Таблица 1

Результаты анализа вероятности финансовой несостоятельности предприятий РКП по всем методикам

	Риск банкротства низкий	Риск банкротства средний	Риск банкротства высокий
Сумма результатов по 8 предприятиям	27	5	32

Далее представлены результаты анализа только по российским методикам.

Таблица 2

Результаты анализа вероятности финансовой несостоятельности предприятий РКП по российским методикам

	Риск банкротства низкий	Риск банкротства средний	Риск банкротства высокий
Сумма результатов по 8 предприятиям	3	3	26

Проведенный анализ показал, что большое количество предприятий РКП России находятся в состоянии, близком к финансовой несостоятельности. В то же время, анализ по ряду методик, в особенности западных, показывает, что финансовое состояние предприятий находится в хорошем и удовлетворительном состоянии. Это говорит о том, что при выборе методик для анализа необходимо учитывать специфику страны и отрасли деятельности предприятий, и ис-

пользовать только те методики, которые зарекомендовали себя как надежные.

Риск финансовой несостоятельности предприятий необходимо учитывать в ходе разработки и реализации стратегии развития предприятий и отрасли в целом. Разработке мероприятий по минимизации риска финансовой несостоятельности должно уделяться повышенное внимание.

Наилучшим способом проверки надежности методик является использование ретроспективных данных о предприятиях-банкротах. Этот анализ будет проведен в ходе дальнейших исследований.

Библиографические ссылки

1. Годовая бухгалтерская отчетность ОАО «Российские космические системы» за 2010 год.
2. Годовая бухгалтерская отчетность ОАО «ВПК «НПО машиностроения» за 2010 год.

3. Годовая бухгалтерская отчетность ОАО «ГРЦ Макеева» за 2010 год.

4. Годовая бухгалтерская отчетность ОАО «ИСС» им. академика М.Ф. Решетнева за 2010 год.

5. Годовая бухгалтерская отчетность ОАО «Красноярский машиностроительный завод «Крас-маш» за 2010 год.

6. Годовая бухгалтерская отчетность ОАО «НПО «Энергомаш» имени академика В.П. Глушко» за 2010 год.

7. Годовая бухгалтерская отчетность ОАО «Протон-Пермские моторы» за 2010 год. Годовая бухгалтерская отчетность ОАО «Ракетно-космическая корпорация «Энергия» имени С.П. Королева» за 2010 год.

© Богомолов В. А., 2012

УДК 336.221

Т. А. Гусейнова, К. В. Турчак
Научный руководитель – Т. В. Ващенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

На сегодняшний день проблема развития малого бизнеса стоит особенно остро и потребность в финансировании предприятий с каждым годом растет. В статье рассмотрены текущее состояние и перспективы развития малого бизнеса в России.

Развитие малого предпринимательства в России имеет недолгую историю в экономическом развитии страны. Малый бизнес – это бизнес, который опирается на предпринимательскую деятельность малых предприятий и небольших фирм, не входящих в производственные и промышленные объединения и корпорации. К субъектам предпринимательской деятельности малого и бизнеса относят коммерческие организации с образованием юридического лица, также физические лица, занимающиеся коммерческой деятельностью без образования юридических лиц, но с внесением в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей, а также крестьянские и фермерские хозяйства.

Развитие любых форм предпринимательской деятельности зависит от двух условий – от экономической обстановки в стране и способности самого объекта предпринимательской деятельности использовать предоставленные ему права для дальнейшей реализации хозяйственных целей и получения прибыли. Эти факторы действуют на развитие малого бизнеса, который очень чувствителен к созданным ему условиям [2].

В настоящее время развитие малого бизнеса в России включено в программу демонополизации всех структур экономики страны. На этом этапе предусматривается разукрупнение масштабных монопольных производств, путем выделения производственных блоков в самостоятельные небольшие организации, а также создание дочерних предприятий. Государст-

венной программой также разработана инфраструктура поддержки малого предпринимательства в лице сети крупнейших российских банков, которые уже долгие годы работают на рынке кредитования, в том числе малого бизнеса [3].

На сегодняшний день группой мировых экспертов выделен ряд проблем, которые тормозят развитие малого предпринимательства в России:

1. Сложная экономическая и финансовая обстановка в стране, спад производства, слабая правовая защищенность предпринимателей, разрыв хозяйственных связей.

2. Низкий уровень правовых и экономических знаний самих предпринимателей, плохая деловая этика, как в бизнесе, так в государственном секторе.

3. Негативное отношение к предпринимателям части населения.

4. Слабые действия государственной поддержки в сфере малого бизнеса.

5. Снижение покупательной способности населения на массовую продукцию. Однако, как показывает мировой опыт, малый бизнес не знает себе равных по способности оживить экономику и вывести ее из кризиса.

На конференции «Малый бизнес и муниципальная власть» в рамках конкурса «Бизнес-Успех 2011», посвященного вопросам развития малого бизнеса в стране заместитель министра экономики и развития РФ М. Осеевский выступил с предложением оставлять «все налоговые поступления по специальным

видам налогов в муниципалитетах», подчеркнув, что, начиная с 2013 года, в стране начнется реализация проекта, в рамках которого будет работать патент на 54 вида деятельности. В рамках нового законодательства власти муниципалитетов смогут самостоятельно регулировать перечень видов деятельности попадающих, под единый патент (льготное налогообложение) [2]. В бюджете РФ на 2012 год поддержка малого бизнеса составит 20 млрд рублей, – в 2000 году было заложено всего 1,5 млн руб. [3]. В реальности в каждом муниципальном образовании финансирование малого бизнеса разное, ведь его размер зависит как от потребностей предпринимательства в регионе, так и от бюджетных возможностей: в Мошковском районе Новосибирской обл. размер среднегодового финансирования составляет 37 млн рублей, а в Корочанском районе Белгородской обл. – 7,5 тыс. рублей ежегодно. При этом численность населения в двух вышеперечисленных муниципалитетах примерно одинаковая – 40 тыс. человек. По словам замминистра, сложность развития бизнеса зависит от плотности населения муниципального образования [2].

Что касается программы государственной поддержки предпринимательства в Красноярском крае, то объем ее финансирования увеличится до 293 млн рублей в 2012 году. Правительство края внесло изменения в долгосрочную целевую программу «Развитие субъектов МСБ в Красноярском крае» на 2011–2013 годы. В неё включили новые направления государственной поддержки МСБ. Новая редакция программы предусматривает субсидирование части затрат на приобретение технологического оборудования для всех производственных и перерабатывающих организаций. Ранее этой мерой поддержки пользовались лишь предприниматели, занимающиеся лесопереработкой, переработкой сельскохозяйственной продукции. При этом увеличился и размер субсидий – с 30 % до 50 % затрат, но не более 1,5 млн руб, расширен перечень техники, при покупке которой по договорам лизинга предприниматели могут получить компенсацию части расходов на выплату первого взноса. Вводится новая мера поддержки – субсидии на возмещение части затрат, связанных с реализацией мероприятий по энергосбережению. Размер субсидии – 50 % затрат, но не более 3 млн руб. Общий объем финансирования программы увеличится в 2012 году на 20 млн руб. и составит 293 млн руб. Данные изменения позволяют также привлечь в край средства федерального бюджета на реализацию мер поддержки малого и

среднего бизнеса в размере не менее 200 млн рублей ежегодно [1].

Среди основных проблем, которые сегодня также актуальны для предпринимателей – дорогое кредитование и слабая осведомленность предпринимателей о существующих целевых программах, в рамках которых дорогое кредитование становится более доступным. Среди таких программ, которыми наиболее активно пользуются предприниматели – программа «Микрофинансирование» (кредиты до 1 млн рублей) [3].

Объемы кредитования малого и среднего бизнеса регулярно растут – только за июль-август 2011 года кредитный портфель Сбербанка в данном сегменте увеличился на 171 миллиард рублей. Это говорит о том, что в стране активизировалась банковская деятельность, и начала активно развиваться экономика в области малого бизнеса.

По данным статистики, в России за счет доходов от деятельности в области малого предпринимательства живет порядка 25 млн российских граждан. Общий вклад малого и среднего предпринимательства в национальный ВВП составляет 25 процентов. В целом по России зафиксировано около 5,7 млн предприятий малого бизнеса, из них 1,6 – предприятия и 4,1 – индивидуальные предприниматели [3].

Малый и средний бизнес – основа любой экономики. При этом главная проблема, с которой сталкиваются предприниматели, – финансирование. Зачастую они не знают о государственных программах поддержки бизнеса, и пользуются только доступными им кредитами, однако условия кредитования устраивают не всех. Потребность малого бизнеса в кредитовании велика и, несмотря на рост данного сегмента рынка кредитных услуг, ему необходимо дальнейшее развитие по ряду направлений – среди них совершенствование системы оценки предприятий, создание новых кредитных программ, снижение процентных ставок, и улучшение условий кредитования.

Библиографические ссылки

1. Колтаков Н. В. Программа господдержки предпринимательства в Красноярском крае увеличится // *Деловой квартал*. 2012. № 3. С. 9.
2. Балашиева Я. А. Развитие малого предпринимательства в России // *Финанс*. 2012. № 5. С. 11–12.
3. *Малый бизнес в России [Электронный ресурс]*. URL: www.russiansmallbusiness.com.

© Гусейнова Т. А., Турчак К. В., 2012

УДК 336.76

В. В. Жеребцова, Э. С. Новикова
 Научный руководитель – Е. Ю. Алексеева
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФОРМИРОВАНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО ПОРТФЕЛЯ ЦЕННЫХ БУМАГ КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассмотрены основные формы инвестирования средств, преимущества портфельного инвестирования, представлена структура собственного портфеля ценных бумаг ОАО «Сбербанк России» и методы формирования оптимального портфеля.

В последнее время многие коммерческие предприятия имеют достаточно большой объем свободных средств, которые целесообразно вкладывать в разные виды активов с целью извлечения дохода. При альтернативности видов инвестиций организация сталкивается с задачей выбора среди имеющихся финансовых инструментов. При принятии решения необходимо учитывать следующие условия: сумма средств, определяемая для инвестирования; вид инвестиций; норма ожидаемого дохода, для выбранного варианта инвестирования средств; риск, связанный с принятием того или иного решения.

В краткосрочной перспективе портфельное инвестирование может обеспечить получение высокой нормы доходности по сравнению с остальными формами инвестирования.

Портфель ценных бумаг представляет совокупность различных ценных бумаг инвестора с определенным уровнем риска и доходности входящих в него бумаг. Ни одна из ценных бумаг не может в равной степени отвечать требованиям инвестора, предъявляемым к доходности, надежности, прироста капитала, ликвидности. Необходимо составить сбалансированный портфель, с учетом всех перечисленных факторов. Сбалансированность достигается с помощью процесса диверсификации [1].

Основными преимуществами портфельных инвестиций в сравнении с прямыми финансовыми вложениями и предоставлением займов другим предприятиям являются:

- портфельные инвестиции более ликвидные и мобильные, чем прямые;

- портфельное инвестирование быстрее и легче организовать благодаря наличию организованного фондового рынка;

- портфельное инвестирование гибко, оно имеет дело со множеством инструментов, состав и структуру которых можно изменять соответственно изменяющимся задачам оперативного и тактического управления финансами предприятия;

- из портфельных инвестиций можно без потерь или с незначительными потерями выйти, если сроки аккумулирования финансового резерва по тем или иным причинам будут сокращены;

- портфельные вложения можно использовать в качестве залога для получения кредита в целях текущего дефицита бюджета предприятия-инвестора [2].

Состав и структура портфеля может быть представлена различными видами финансовых активов. Для анализа структуры портфеля необходимо рассмотреть инвестиционную среду. Таким образом, портфель может быть составлен из безрисковых и рискованных ценных бумаг.

Современное состояние финансового рынка заставляет быстро и адекватно реагировать на его изменения, поэтому роль управления инвестиционным портфелем актуализируется и заключается в нахождении того оптимального соотношения между показателями ликвидности, доходности и риском, которое позволило бы выбрать оптимальную структуру портфеля. Оптимальным является портфель, который включает в себя такие активы, которые позволяют достигать максимального дохода при минимальном уровне риска.

Структура вложений в ценные бумаги

	1 янв. 2011		1 янв. 2010		Изм., %
	Остаток, млн руб.	Доля, %	Остаток, млн руб.	Доля, %	
Облигации РФ	1 185 081	67,0	639 793	60,8	85
ОФЗ	684 417	38,7	339 284	32,3	102
ОБР	433 585	24,5	221 080	21	96
ОВГВЗ	16	0,0	15	0,0	1
Еврооблигации	67 063	3,8	79 414	7,5	-16
Субфедеральные облигации	144 131	8,2	100 432	9,5	44
Корпоративные облигации	350 381	19,8	295 859	28,1	18
Облигации банков	0	0,0	524	0,0	-
Облигации иностранных государств	6 580	0,4	0	0,0	-
Акции	81 358	4,6	15 364	1,5	430
Вложения в ценные бумаги, всего	1 767 531	100,0	1 051 972	100	70

Рассмотрим формирование структуры оптимального портфеля на примере собственного портфеля ценных бумаг ОАО «Сбербанк России».

При анализе портфеля ценных бумаг ОАО «Сбербанк России» было выявлено размещение избыточной рублевой ликвидности и повышение доли ликвидных активов в структуре баланса, в 2010 году Сбербанк продолжил наращивание портфеля ценных бумаг. Вложения Банка в ценные бумаги по итогам года увеличились в 1,7 раза до 1 767 млрд руб., их доля в активах возросла с 15,4 % до 21,7 %.

Структура вложений «Сбербанком» в ценные бумаги представлена в таблице. При анализе портфеля было выявлено, что наибольшие вложения были сделаны в облигации федерального займа, облигации Банка России, акции и облигации корпоративных эмитентов, при этом вложения в рублевые облигации полностью компенсировали реализацию бумаг, номинированных в иностранной валюте, проведенную в III квартале 2010 года на сумму свыше 1,5 млрд долл. США. Основной объем приобретенных Банком ценных бумаг составили облигации, входящие в Ломбардный список Банка России, что значительно повысило возможности получения Сбербанком рефинансирования в Банке России [3].

Для формирования оптимального портфеля инвестиций используют методы Шарпа и Макровица, которые заключаются в том, что общая доходность и риск инвестиционного портфеля могут изменяться путем варьирования его структурой. Главная цель формирования портфеля состоит в стремлении получить требуемый уровень ожидаемой доходности при более низком уровне ожидаемого риска. Данная цель достигается за счет распределения средств инвестора между различными активами и за счет тщательного подбора финансовых инструментов.

Библиографические ссылки

1. Галанова В. А., Басова А. И. Рынок ценных бумаг : учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Финансы и статистика, 2006. 448 с.
2. Алехин Б. Ликвидность и микроструктура рынка государственных ценных бумаг // Рынок ценных бумаг. 2010. № 20. С. 20–30.
3. Официальный сайт ОАО «Сбербанк России». URL: <http://www.sbrf.ru>.

© Жеребцова В. В., Новикова Э. С., 2012

УДК 336.6

А. Ф. Казаков

Научный руководитель – Д. Н. Суслов
Сибирский федеральный университет, Красноярск

ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРИКЛАДНОЙ НАУКИ В РОССИИ. ОПЫТ ЗАПАДНЫХ СТРАН

Экономика, ориентированная на экспорт углеводородов, не может быть конкурентоспособной в долгосрочном периоде. Внедрение инноваций в производство и развитие прикладной науки способно вывести экономику России на качественно новый уровень. Опыт западных стран в области финансирования научных разработок может быть использован в России. Тем не менее, существуют некоторые сложности и ограничения внедрения западных форм финансирования прикладной науки в Российскую систему государства.

В настоящее время промышленно-развитые страны накопили значительный опыт организации инновационной деятельности. Становление и рост наукоемких отраслей хозяйств отдельных стран происходит в острой конкурентной борьбе на мировом рынке, так как крупные масштабы производства и сбыта являются необходимым условием накопления средств для дальнейшего развития исследований и разработок.

При этом выигрывают те страны и корпорации, которые не просто обладают мощным научно-техническим потенциалом, но и умеют наиболее эффективно его использовать, то есть трансформировать новые научные идеи и открытия в коммерческую продукцию. В связи с этим возникает вопрос финансирования научных разработок с целью их последующего использования. Финансирование прикладной науки осложняется как минимум тремя факторами: крупные объемы инвестиций, длинная инвестиционная фаза вложений в научный проект, высокие риски невозврата средств.

В западных странах данная проблема решается различными методами. Рассмотрим основные из та-

ких методов, применяемых за границей, и трудности с их применением в России.

В Великобритании распространена практика создания научных и технологических парков вокруг вузов. [1] Эти структуры являются основой для инновационного процесса, соединяющего генерирование научных идей, прикладные разработки и реализацию научных результатов в производство. Но Российские вузы не спешат создавать наукоемкие предприятия. Среди основных причин – законодательные проблемы, инертность научного сообщества и отсутствие квалифицированных менеджеров, способных вывести разработку на рынок. В настоящее время получение прибыли от научной деятельности сводится к трем основным вариантам: помимо создания предприятий, это продажа лицензий и проведение исследований на заказ. При этом наиболее простой способ получения прибыли за счет научных разработок состоит в продаже лицензий и отчуждении исключительных прав на результаты инновационной деятельности. Именно так часто поступают ведущие западные вузы: Массачусетский технологический университет, в управлении которого около 3000 патентов, ежегодно зарабатывает на них порядка

50 миллионов долларов. Российские вузы вследствие законодательства вынуждены искать другие пути. В 2005 году Минфин и Федеральное казначейство исключили доходы, получаемые от продажи лицензии и уступки патентных прав, из списка разрешенных для бюджетных организаций образовательного и научного профиля. Таким образом, вуз или научная лаборатория могут заключить лицензионный договор с бизнес-структурой, но не имеют права использовать заработанные средства в своих интересах [2].

В России создано около 80 технопарков, преимущественно при вузах, но реально действующих всего порядка 30. Столь небольшое число реально работающих технопарков, объясняется тем, что при их создании не использовались рыночные подходы. Большинство из них организовывалось с единственной целью – получить дополнительные бюджетные средства под новую структуру [3; 4].

Другой формой финансирования научных разработок является венчурное финансирование – тесное сотрудничество инвесторов с научными кадрами. Венчурное финансирование предназначено, прежде всего, для компаний, у которых недостаточно средств для внутреннего финансирования своих разработок и возникает необходимость привлечения внешних источников. Это распространяется на средние и малые компании, которые работают в сегментах рынка высоких технологий и постоянно испытывают необходимость в финансировании проводимых НИОКР [5].

Инвестирование венчурных предприятий получило широкое распространение на Западе в 80–90-х годах XX в. В настоящее время объем мирового рынка наукоемкой продукции составляет более 2 трлн. дол. Из этой суммы 39 % приходится на продукцию США и только 0,3 % – России. При этом в России работает примерно 12 % всех ученых и инженеров-разработчиков мира, а в США – 25 %. В России, по данным Российской ассоциации венчурного инвестирования (РАВИ), зарегистрировано 170 венчурных фондов. Но среди них реально работающих – лишь пятая часть. Для сравнения, в Силиконовой долине насчитывается порядка 600 фондов рискованных инвестиций, в Европе – 709 [6].

Таким образом, венчурное финансирование в России весьма слабо развито. Проблема состоит в несовершенстве правового, технического и организационного обеспечения различных аспектов инвестиционной поддержки инновационной деятельности. Российское законодательство имеет ряд недостатков, не позволяющих эффективно развиваться венчурному финансированию. Речь идет о недоработках в некоторых Федеральных законах и в Налоговом кодексе РФ. Для обеспечения соответствующего налогового режима необходимо исключить проблему двойного налогообложения венчурных фондов, из-за которых многие фонды носят оффшорный характер. Более того, в России еще слаб институт защиты интеллектуальной собственности [6]. Кроме того в условиях нестабильности мировой экономики инвесторы все же предпочитают находить стабильные цели для финансирования и вкладывать в развитие компаний, которые уже не находятся на стадии организации бизнеса [7].

Для создания успешно функционирующей индустрии венчурного капитала, которая со временем могла бы стать самодостаточной, как это происходит во всем мире, совершенно необходима государственная поддержка. Причем она должна осуществляться на постоянной основе, как в Западной Европе и США.

Тем не менее, финансирование большинства научных проектов осуществляется или за счёт государства, или за счёт средств специализированных фондов в форме грантов, целевого финансирования, субсидий и субвенций. Все вышеперечисленные способы финансирования научной деятельности носят строго целевой характер, при условии соблюдения которого организации-получатели имеют налоговые льготы (в том числе в части освобождения от уплаты налога на прибыль, НДС, НДФЛ). Также выделение средств сопровождается строгой отчетностью их получателя. В большинстве случаев права на полученные результаты также сохраняются за организацией-исполнителем, но могут ограничиваться определёнными требованиями в части последующего их использования и внедрения [8].

Таким образом, наиболее популярным в России способом финансирования науки является государственное финансирование на конкурсной основе. Иные способы, описанные выше и зарекомендовавшие себя в западном мире, приживаются в России не очень хорошо из-за несовершенства законодательства и позиционирования России в мире не как «двигателя прогресса», а как мирового поставщика углеводородов. Но такая экспортно-ориентированная экономика не может быть конкурентоспособной в долгосрочной перспективе в условиях развития энергосберегающих технологий и альтернативной энергетики. Инновационная экономика для России – это возможность перейти от экспорта ресурсов к экспорту наукоемкой продукции, внедрение инноваций в производственной сфере позволит не только повышать качество продукции и снижать издержки, завоевывать новые рынки, но и производить принципиально новые виды продукции, создавать новые рынки сбыта. Но чтобы сделать это реальным, необходима поддержка со стороны государства, направленная в первую очередь на оптимизацию налогового законодательства, развитие института защиты интеллектуальной собственности. Именно эти меры позволят эффективнее использовать опыт западных стран в области финансирования прикладной науки в России.

Библиографические ссылки

1. Воронов Д. Г. *Источники финансирования технопарков (на примере научных парков Великобритании). Московский государственный университет приборостроения и информатики. Национальный центр по мониторингу инноваций инфраструктуры научных-технической деятельности и региональных инновационных систем [Электронный ресурс]. URL: <http://www.miiris.ru/library/voronov.php>.*
2. Печорин С. *Российские вузы не спешат создавать наукоемкие предприятия... Российская газета. 23.11.2010 [Электронный ресурс]. URL: <http://proektoprovod.ru/rossiyskie-vuzyi-ne-speшат-sozdavat-naukomkie-predpriyatiya.html>.*

3. Технопарки в России // Эксперт РА Рейтинговое агентство [Электронный ресурс]. URL: <http://www.raexpert.ru/researches/technopark/part3/>

4. Роскош М. В. Проблемы становления инновационной экономики в России / М. В. Роскош // Молодой ученый. 2011. № 3. Т. 1. С. 196–198 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.moluch.ru/archive/26/2754/>

5. Издательский дом Наукон [Электронный ресурс]. URL: <http://www.naukon.ru/articles/438/>

6. Зоркальцев В. Венчурное финансирование в России и за рубежом [Электронный ресурс]. URL: <http://viperson.ru/wind.php?ID=460671>.

7. В США падают объемы венчурного финансирования // CyberSecurity. 11.10.2011 [Электронный ресурс]. URL: <http://cybersecurity.ru/consulting/134716.html>.

8. Гордеева М. Целевое финансирование науки. Организация науки: наука и право // S&TRF наука и технологии РФ. 02.07.2008 [Электронный ресурс]. URL: <http://strf.ru/material.aspx?CatalogId=221&no=14762>

© Казаков А. Ф., 2012

УДК 336.767.2

Е. А. Качаева

Научный руководитель – А. В. Зиненко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПОДХОДОВ К ПРИНЯТИЮ РЕШЕНИЙ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

В предложенной работе освещаются проблемы, с которыми сталкиваются российские инвесторы в процессе принятия решений на финансовых рынках. А также рассмотрены недостатки таких общепринятых подходов к принятию финансовых решений, как MPT, CAPM, DGM.

Датой возникновения математической теории финансов принято считать 1973 г., когда была опубликована статья Блэка и Шоулза, положившая начало данному разделу экономической науки. Развитие этой теории в большинстве стран мира приходилось на 1973–2005 гг., однако в России до 1990 г отсутствовал какой-либо интерес к подобным исследованиям. Причиной тому, в первую очередь, молодой возраст российского рынка ценных бумаг. Данный рынок относится к категории развивающихся, ему присущи опереженные проблемы.

Во-первых, процесс формирования пришелся на период массовой приватизации, для которого характерно наличие множества мелких непрофессиональных инвесторов, что, в свою очередь, привело к массовым нарушениям в процессе рыночного функционирования.

Во-вторых, работа на современном российском рынке ценных бумаг осложняется малоэффективной законодательной базой в области выпуска эмиссионных ценных бумаг, лицензирования профучастников и т. д. [1].

Кроме того, в российском налоговом законодательстве отсутствуют необходимые стимулы для долгосрочного финансирования производства через систему рынка ценных бумаг. Наличие подобных стимулов характерно для множества зарубежных стран. В развитых странах рынок ценных бумаг является основным средством аккумуляции средств инвесторов и перераспределения их в пользу заемщиков, реализующих бизнес-проекты, столь необходимые для развития экономики. По выполнению данной функции зарубежные рынки ценных бумаг значительно опережают банковский сектор. Поэтому иностранные правительства так заинтересованы в либерализации процессов на фондовых рынках.

В развитых странах процесс принятия решений на финансовом рынке характеризуется значительной эффективностью благодаря низким информационным барьерам для инвесторов, а также развитой финансовой инфраструктуре – наличию и продуктивной работе множества крупных и мелких пенсионных, взаимных и других фондов. Решения принимаются, как правило, на основе таких структурированных и общепринятых подходов, как современная портфельная теория и ее различные модификации.

На развивающемся российском рынке ценных бумаг заимствование подобных методов к принятию эффективных финансовых решений является необоснованным в силу отсутствия предварительного глубокого анализа внутренних процессов, формирующих отечественный рынок. Стабильность компаний, большинство из которых принадлежит лишь к одной отрасли, быстрорастущие рискованные компании, череда кризисов, зачастую являющихся прямым отражением общемировых процессов, – всё это способствует неадекватности и обреченности на провал принимаемых большинством инвесторов решений, использующих традиционные западные подходы. Таким образом, для принятия эффективных управленческих решений на отечественном финансовом рынке необходима разработка новой концепции, учитывающей недостатки существующих подходов.

Основные проблемы современной портфельной теории касаются возможностей измерения риска. Прежде всего, важно отметить тот факт, что для адекватного расчета риска в долгосрочной перспективе требуется предварительный расчет среднеквадратического отклонения за ряд одинаковых, менее продолжительных периодов. Однако, при использовании стандартной формулы (1) погрешность будет слиш-

ком велика, поскольку в долгосрочной перспективе показатель волатильности актива следует процессу «mean reversion» (возвращение к среднему значению). Так, например, годовое среднее квадратическое отклонение для акций ОАО «Газпром» за период с 18.04.11 по 16.04.12 составляет 2,06 %, в то время как аналогичный показатель, рассчитанный на основе данных среднего отклонения за десятидневные интервалы, равен 9,77 %, что в несколько раз превышает исходное среднее значение. Дилемма в данном случае заключается в выборе наиболее подходящего показателя.

Кроме того, ретроспективный анализ данных позволяет сделать вывод о том, что вероятность получить доходность ниже среднего значения в большинстве случаев превышает показатель вероятности получения избыточной доходности. Для рассмотренного выше случая данные показатели составляют соответственно 51,8 и 48,2 %. Таким образом, статистика говорит о том, что доходность актива не подчиняется нормальному стохастическому распределению случайных величин.

Нормальное распределение возникает в том случае, когда на случайную величину оказывает влияние множество факторов, каждый из которых не имеет определяющего значения. [2] Тем не менее, основываясь на приведенных эмпирических данных, следует полагать, что определяющие факторы в данном процессе все же присутствуют.

Современная портфельная теория, начало которой положили выдающиеся экономисты Г. Марковиц и У. Шарп, носит скорее предписательный характер, нежели описательный, поскольку в данной модели существует ряд ограничений. Первое и основное гласит, что все инвесторы рациональны. Однако многие успешные трейдеры сегодня могут смело утверждать, что более 90 % при принятии решений на финансовом рынке формирует психологический, более того, иррациональный фактор. Второе существенное допущение указывает на односторонний характер оценки всеми инвесторами событий, что на практике не представляется возможным, поскольку чтобы два инвестора могли заключить сделку, их оценки должны быть противоположными: один предполагает, что

курс ценной бумаги будет повышаться, второй прогнозирует его понижение.

Помимо указанных ограничений, модель CAPM, предложенная У. Шарпом, не может дать адекватную оценку ситуации на развивающемся российском рынке, поскольку для РФ не существует понятия «безрисковая ставка» (ставка по ГКО в период их обращения принимала значения от 4 до 200 %).

Альтернативным подходом к принятию управленческих решений на рынке ценных бумаг можно считать метод DGM, основанный на модели дивидендного роста. Однако для российского рынка акций он неприемлем, т.к. далеко не все российские компании выплачивают дивиденды акционерам, и даже в случае осуществления таких выплат нельзя говорить об их регулярности и стабильном росте размера дивидендов. Кроме того, при использовании данного подхода предполагается, что рынок адекватно оценивает акции рассматриваемой компании, в то время как на практике сделка между двумя инвесторами возможна лишь в случае переоценки или недооценки курса актива [3].

Таким образом, при формировании инвестиционной стратегии следует учитывать особенности развивающихся рынков, на которых предполагается реализация проектов или покупка активов, а также индивидуальные характеристики ценных бумаг, которые, как правило, не отображены в классических подходах к принятию финансовых решений.

Библиографические ссылки

1. Иванова Л. Н. Рынок ценных бумаг: текст лекций / Институт экономики и права Ивана Кушнера. URL: <http://www.be5.biz/ekonomika/r004/07.htm>.
2. Буренин А. Н. Управление портфелем ценных бумаг. 2-е изд., испр. и доп. М. : Научно-техническое общество имени академика С. И. Вавилова, 2008. 440 с.
3. Лимитовский М. А. Инвестиционные проекты и реальные опционы на развивающихся рынках : учеб.-практич. пособие. 5-е изд., перераб. и доп. М. : Юрайт, 2011. 486 с.

© Качаева Е. А., 2012

УДК 334.012.64

Е. А. Марьина
 Научный руководитель – Н. И. Смородинова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СТИМУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ОСНОВЕ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ

Рассматриваются актуальные проблемы поддержки предприятий малого бизнеса и приводятся предложения разных авторов по их решению. Особое внимание уделено стимулированию развития малого бизнеса на основе банковских продуктов.

Успешное развитие малого бизнеса в значительной степени зависит от обеспеченности предпринимателей финансовыми ресурсами, как долгосрочного, так и краткосрочного характера и организации беспре-

ребойного финансирования малого предпринимательства. Эти вопросы могут быть решены с помощью финансово-кредитной поддержки малого предпринимательства.

Среди причин, которые сдерживают расширение кредитования малого бизнеса можно назвать следующие: недостаточное развитие механизмов поддержки малого бизнеса; низкое качество обеспечения возвратности кредитов, в том числе залога, страхования и гарантий; «непрозрачность» заемщика, выражающаяся в: особенностях бухгалтерского учета и налогообложения малого бизнеса; недостаточности достоверных источников для объективной оценки финансового состояния заемщика, его кредитоспособности, состояния имущества; недостаточная экономическая грамотность предпринимателей, проявляющаяся в низком качестве бизнес-планов, отсутствии четкого понимания целей кредитования, сути банковских продуктов; несовершенство законодательства в части защиты прав кредиторов и банковского надзора в части определения рискованности ссуд, что не позволяет коммерческим банкам финансировать сделки с повышенными рисками [5].

Все это говорит о необходимости совершенствования методов стимулирования развития предприятий малого бизнеса на основе банковских продуктов.

Заместитель председателя правления банка «Уралсиб» Илья Филатов считает задачей банков подготовить банковские продукты, ориентированные на нужды представителей малого бизнеса и помочь им выбрать подходящее для них финансовое решение: «По сути, наша задача состоит в том, чтобы подготовить банковский продукт и адаптировать его под потребности сегмента, помочь ему выбрать финансовое решение». При этом он отметил, что решение не всегда может находиться в кредитной плоскости [2].

Русавская А. В. (к.э.н., доцент, докторант Российской академии предпринимательства) отметила, что основные проблемы, связанные с развитием кредитных продуктов, лежат в плоскости банковского законодательства и политики коммерческих банков в целом. Сегодня себестоимость рассмотрения кредитной заявки для малого предприятия, аналогична себестоимости для крупного бизнеса, а доход от обслуживания крупных кредитов несоизмеримо выше. Поэтому банковские кредиты сегодня малодоступны для малого бизнеса. Она считает необходимым использование западных критериев оценки малого и среднего бизнеса, которое может не только снизить риски от предоставления кредитов малым и средним предприятиям, но и позволит коммерческим банкам пересмотреть существующие условия и продукты для малого предпринимательства. А для субъектов инновационного предпринимательства значительно расширить формы и способы финансирования их разработок [3].

Климова Г. Г. и Марченкова О. О. в своей статье: «Методы поддержки малого бизнеса: реалии сегодняшнего дня» уделяют внимание Фонду поддержки малого предпринимательства Свердловской области. Данный фонд располагает рядом инструментов финансовой поддержки малого бизнеса. Во-первых, он предоставляет обеспечение по банковским кредитам (фонд предоставляет своё поручительство или залог векселей его банков-партнёров). Во-вторых, Областной фонд предоставляет беспроцентные компенсационные займы. В-третьих, субъектам малого предпри-

нимательства, осуществляющим виды деятельности в приоритетных отраслях и планирующим осуществление расходов на основные средства, может быть предоставлен банковский льготный кредит. В-четвёртых, данный фонд предоставляет микрозаймы консультации по вопросам ведения бизнеса начинающим предпринимателям [4].

Что касается Красноярского края, в 2011 году в Красноярске был создан гарантийный фонд при МАУ «Центр поддержки малого и среднего предпринимательства», за счёт средств которого предоставляются поручительства по микрозаймам, привлекаемым в агентстве. На 2012 год в бюджете города по Программе поддержки запланировано 46,8 миллиона рублей. По-прежнему планируется активно участвовать в конкурсах на привлечение средств краевого бюджета и увеличивать сумму поддержки для субъектов малого и среднего предпринимательства [1].

По нашему мнению, малое предпринимательство формирует в стране средний класс, способствует становлению инновационной экономики, малые предприятия способны оперативно создавать новые рабочие места, стимулировать спрос и предложение, уменьшать безработицу. В настоящее время заметно активизировалась работа по формированию нормативной правовой базы антикризисного регулирования и стимулирования малого и среднего бизнеса.

Участие банков в этом процессе продолжает увеличиваться. Банки создают новые продукты, с помощью которых происходит стимулирование развития малого бизнеса, однако, эти продукты должны быть не только выгодными для банков, но и удобными для малого бизнеса, они должны учитывать все нюансы, ориентироваться на пожелания клиентов, иметь льготные условия и акции при оформлении кредитов, быстро и качественно осуществлять проверку, упростить систему получения денежных средств, снизить стоимость кредитов.

Библиографические ссылки

1. Механизм использования привлеченных банковских ресурсов для развития малого бизнеса [Электронный ресурс]. URL: <http://www.strategplann.ru/estativ/mehanizm-ispolzovaniya-privlechennyh-finansovyh-resursov-bankov-dlja-razvitiya-malogo-biznesa.html>.
2. Илья Филатов о финансировании малого бизнеса [Электронный ресурс]. URL: <http://ria.ru/company/20111021/466731214.html>.
3. Кредитные инструменты стимулирования малого предпринимательства в регионе [Электронный ресурс]. URL: <http://uecs.ru/uecs-34-342011/item/672-2011-10-03-07-06-24>.
4. Климова Г. Г., Марченкова О. О. Методы поддержки малого бизнеса: реалии сегодняшнего дня [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gosbook.ru/document/40700/40734/preview>.
5. Дмитриева И. Е. К вопросу о стимулировании малого бизнеса URL: http://www.pglu.ru/lib/publications/University_Reading/2009/X/uch_2009_X_00010.pdf.

УДК 005.21

Ю. В. Миронова, А. Г. Алдабергенова
 Научный руководитель – А. И. Осипов
 Самарский государственный аэрокосмический университет
 имени академика С. П. Королёва
 (Национальный исследовательский университет), Самара

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ УБЫТОЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОМОЩЬЮ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Рассмотрена методика управления финансовой деятельностью убыточного предприятия на основе эконометрического анализа с использованием идеологии «Шесть сигм».

Способ стратегического управления финансовой деятельностью убыточного предприятия относится к способам управления организацией производства на предприятии, его целью является долгосрочное (квартальное, годовое) управление экономикой предприятия, а также выработка стратегии, позволяющей организации добиваться поставленных долгосрочных целей и задач.

Процесс управления финансовой деятельностью предприятия с помощью стратегического менеджмента основан на изучении взаимосвязей экономических факторов баланса предприятия и идеологии «Шесть сигм» («6σ») применительно к управлению экономикой предприятия.

Стратегическое управление финансовой деятельностью убыточного предприятия осуществляется поэтапно. С целью сокращения длительности принятия решений, повышения качества управления предприятием и его эффективности на этапе формулирования выбираются целевая функция убытков или прибыли предприятия и 16 обобщенных факторов из баланса предприятия. На этапе измерения составляется база данных баланса предприятия, включающая, как минимум, пятилетний период. Этап анализа включает в себя составление корреляционной таблицы и выбор основных факторов, наиболее сильно влияющих на линейную целевую функцию баланса предприятия, а также построение многомерной линейной целевой функции с помощью регрессионного анализа и выведение уравне-

ния нелинейной регрессии. Этап совершенствования на стратегическом уровне осуществляется с помощью пошагового метода сопряженных градиентов, производится поиск оптимального управленческого решения стратегического менеджмента предприятия. Выбор стратегии на период текущего квартала осуществляется по многомерной модели целевой функции. На этапе контроля вырабатываются рекомендации по изменению выбранных факторов [1].

Использование предлагаемого способа на конкретном предприятии является необходимым условием для эффективного функционирования и требует использования современных методик в области менеджмента для создания благоприятного режима.

Предложенный способ управления экономикой предприятия с помощью стратегического менеджмента позволяет минимизировать убытки предприятия и является универсальным, так как может быть применен для организаций любых видов отраслей.

Библиографическая ссылка

1. Миронова Ю. В., Алдабергенова А. Г., Осипов А. И. Эконометрический инструмент стратегического управления убыточным предприятием // Альянс наук: вчений вченому: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., 25–26 лют. 2011 р.: у 8 т. – Д.: Біла К.О., 2011. Т. 7. С. 68–72.

© Миронова Ю. В., Алдабергенова А. Г., 2012

УДК 330.322.3

Ю. В. Русина
 Научный руководитель – Е. Ю. Алексеева
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

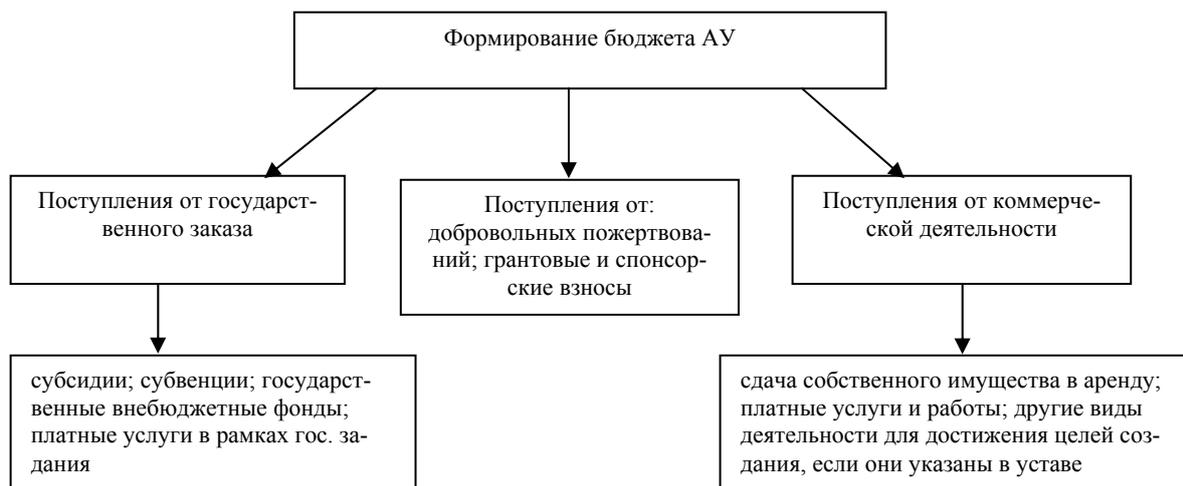
ФОРМЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ АВТОНОМНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Рассмотрена проблема учета средств и источников их образования автономных образовательных учреждений, в связи с изменением организационно-правовой формы этих учреждений.

Актуальным на сегодняшний день становится вопрос о переходе государственных учреждений, финансируемых из бюджета различных уровней, на самофинансирование: частичную или полную автономию. 11 октября 2006 года был принят соответствующий законопроект Федеральный закон «Об автономных учреждениях» № 174-ФЗ, регламентирующий переход образовательных учреждений в автономные.

Результатом введения данного законопроекта стало изменение правовой формы большинства государственных учреждений. Были выделены следующие формы: казенные; бюджетные; автономные учреждения. Но наиболее интересной и обсуждаемой является автономная форма учреждения.

Автономным учреждением признается некоммерческая организация, созданная Российской Федерацией,



Источники формирования бюджета автономного учреждения

субъектом Российской Федерации или муниципальным образованием для выполнения работ, оказания услуг в целях осуществления предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий органов государственной власти, полномочий органов местного самоуправления в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, средств массовой информации, социальной защиты, занятости населения, физической культуры и спорта, а также в иных сферах в случаях, установленных федеральными законами [2].

В автономном учреждении для осуществления деятельности формируется наблюдательный совет, который включает в себя: представителя департамента образования; представителя органов местного самоуправления; представителя трудового коллектива; представителя общественности [2].

Финансовыми источниками таких учреждений является финансовый результат, полученный от самостоятельной деятельности, при этом доходы и расходы учитываются по смете как в бюджетных учреждениях. Но наряду с автономной деятельностью, учреждение получает задание учредителя, и осуществляет деятельность по бесплатному или частично платному оказанию услуг. Финансироваться такая деятельность будет из бюджета соответствующего государственного уровня в форме субсидий, субвенций, государственных внебюджетных фондов и иных источников, не запрещенных законом. Субсидии в соответствии с законом могут предоставляться только на следующие цели: возмещение нормативных затрат на оказание услуг физическим и юридическим лицам, содержание имущества, уплату налогов, выполнение задания, сформулированного учредителем; мероприятия, направленные на развитие автономного учреждения, перечень которых определяется учредителем [3].

Основными источниками формирования бюджета автономного учреждения являются следующие виды деятельности, которые представлены на рисунке.

Для обеспечения финансовой стабильности образовательного учреждения при повышении уровня его самостоятельности предполагается ежегодная разработка трехлетнего финансового плана. Подготовку такого проекта должна осуществлять планово-финансовая служба, которая обобщает полученную

информацию и представляет в установленный срок проект финансового плана, который направляется на рассмотрение органам автономного учреждения [1].

Каждое автономное учреждение может заниматься предпринимательской деятельностью и получать прибыль от оказания платных услуг. Эти доходы АУ являются внебюджетными источниками финансирования. В соответствии с законом № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях» эти доходы могут быть использованы на следующие цели:

- 1) использоваться для достижения целей создания учреждения;
- 2) уплата налогов за имущество, находящееся в распоряжении учреждения;
- 3) производить вклады и открывать счета в кредитных организациях.

В связи с вышесказанным актуальной становится проблема разработки форм отчетности, позволяющих учесть поступление денежных средств в автономное учреждение от различных источников. По своей сути автономное учреждение интегрирует организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций, соответственно, документы, составляющие бухгалтерскую отчетность должны учитывать в форме отчетности результаты деятельности, как бюджетного учреждения, так и коммерческой организации. Таким образом, формы финансовой отчетности автономного учреждения должны быть составлены с учетом специфики деятельности этих учреждений.

Библиографические ссылки

1. Дмитрий Медведев подписал закон, касающийся деятельности автономных учреждений [Электронный ресурс] // Российская газета. 2011. URL: <http://www.rg.ru>.
2. Об автономных учреждениях : федер. закон от 27 окт. 2006. № 174-ФЗ.
3. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения автономных учреждений : федер. закон РФ от 18 июля 2011 г. № 239-ФЗ.

С. С. Семенов
 Научный руководитель – В. А. Кузнецова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ

Промышленная политика предприятия – сложный, многосоставный инструмент управления предприятием. Для обоснованного принятия решения по выбору промышленной политики необходимо принимать во внимание ее сложный состав.

Одним из наиболее известных инструментов управления является политика. Особенно ее значение проявляется на государственном уровне. В современной научной литературе можно выделить несколько концептуальных подходов к пониманию политики: институциональный, социологический, телеологический и субстанциональный [1].

Множество взглядов на политику привело к появлению функциональных разновидностей политики: государственная политика, промышленная политика, экономическая политика, бюджетная политика, социальная политика, культурная политика и др. [2].

Промышленная политика обычно рассматривает управление на государственном уровне. При этом многие ученые рассматривают в качестве объекта промышленной политики соответствующие отрасли: машиностроение, металлургия, электроэнергетика, текстильная промышленность, лесобработывающую промышленность, оборонно-промышленный сектор и др. Если до недавнего периода развития нашей страны приоритетом промышленной политики государства являлись добывающие отрасли, то в последнее время декларируется переход приоритетов на наукоемкие отрасли, развитие которых способствует инновационному развитию экономики страны.

О политике, проводимой российскими предприятиями, стали говорить не так давно. В основном это обусловлено тем, что в условиях директивной экономики руководство предприятий не могло самостоятельно принимать решения, их действия были существенно ограничены. После приватизации предприятия получили полную самостоятельность и могут

формировать политику в разных сферах деятельности. Однако стиль и методы управления на уровне предприятий меняются медленно. Возможно, причина кроется в отсутствии какой-либо методической литературы или соответствующих рекомендаций. Более того, проведенный анализ научной литературы выявил проблемы терминологического характера: нет устоявшегося понятия политики, идет дискуссия о политике предприятия, недостаточно внимания уделяется его промышленной политике.

Немногие ученые обращены к этой проблеме. Тем не менее, в широком смысле слова, промышленную политику предприятий отождествляют с корпоративной политикой [3] и рассматривают ее как систему, объединяющую инновационную, производственную и экономическую политики [4; 5]. Соответственно, подсистемы промышленной политики могут включать элементы, объединенные в направления.

В зависимости от особенностей различных предприятий, состав промышленной политики может быть различным. На некоторых предприятиях может отсутствовать инновационная политика (если предприятие не проводит собственных научных разработок и не внедряет инновации в производственный процесс), либо производственная политика (ввиду особенностей деятельности предприятия). В разработке экономической политики нуждаются все предприятия, и пренебрегать таким мощным инструментом управления становится расточительно.

В таблице представлен состав подсистем, образующих промышленную политику предприятий.

Состав подсистем промышленной политики предприятий

Подсистема	Направления	Элементы
Экономическая политика	Финансовая политика	Дивидендная политика Инвестиционная политика Налоговая политика Учетная политика Амортизационная политика Политика финансирования Политика управления оборотным капиталом
	Маркетинговая политика	Товарная политика Ценовая политика Политика сбыта Коммуникативная политика
	Кадровая политика	
Производственная политика	Техническая политика	
	Технологическая политика	
Инновационная политика	Политика НИОКР	
	Политика внедрения и адаптации разработок	

Каждая подсистема промышленной политики имеет ряд особенностей. Эти особенности связаны с теми областями хозяйствования, которые затрагивают подсистемы.

Производственная политика связана с выбором конкретных видов ресурсов; технологических способах обработки, производства и сборки изделий; организации производственного процесса и др. Для принятия производственных решений необходимо участие руководства технических служб. При выборе инновационной политики необходимо участие соответствующих специалистов.

Особенностью принятия решений по выбору экономической политики является участие наравне с топ-менеджерами экономистов всех экономических служб, ввиду того, что экономическая политика охватывает широкий спектр деятельности предприятия. Поэтому она считается наиболее сложной подсистемой промышленной политики.

Формирование научно обоснованной экономической политики позволит предприятиям проводить свою деятельность с максимальной эффективностью.

Библиографические ссылки

1. Заболотная Г. М., Криницкий А. Я. Курс политологии. URL: <http://www.ido.rudn.ru/ffec/polit/p4.html>.
2. Кузнецова В. А., Семенов С. С. Сущность и направления экономической политики предприятий // Вестник СибГАУ. Вып. 3 (29). Красноярск, 2010. 224 с.
3. Салимова Е. Ю. Приоритетные направления промышленной политики предприятия : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05.
4. Соколов А. В. Регулирование деятельности корпораций с участием государства как форма реализации промышленной политики : дис. ... докт. экон. наук: 08.00.05.
5. Электронный ресурс экспертного совета по промышленной политике. URL: prompolit.ru/files/90976/Промышленная_политика.doc.

© Семенов С. С., 2012

УДК 338.45:629.73

О. О. Сергеева

Научный руководитель – Н. И. Смородинова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АНАЛИЗ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ АВИАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РФ

Рассматриваются основные положения «Стратегии развития авиационной промышленности до 2015 года» и приводится анализ ее наиболее эффективных направлений.

В настоящее время с каждым днем по мере развития новых технологий в авиастроении все явственнее выделяется проблема отставания российской авиационной промышленности от мирового уровня в данной области. Данная проблема выражается в уменьшении количества предприятий авиационного комплекса в стране, предельно-низком уровне отечественных продаж в мире (менее 1 %), неуклонное уменьшение объема российского рынка гражданских самолетов и ряде подобных аспектов.

Все это является следствиями одной большой проблемы – недостаточность финансирования авиационной промышленности Российской Федерации. Нехватка финансовых ресурсов ведет к устареванию технической базы авиационных предприятий, снижению качества выпускаемой продукции, оттоку квалифицированных специалистов в более востребованные сферы деятельности, и, главное, рост зависимости отрасли от импортных поставок.

В сложившейся ситуации можно найти и положительный момент: представители государственной власти действительно заметили назревшую проблему и активно взялись за ее решение. Только с 2004 по 2009 год объем государственного финансирования авиапрома России увеличился в 20 раз [1]. На данный момент на развитие сектора планируется вложить около 1,7 трлн. рублей бюджетных средств. Однако стоит пони-

мать, что для поддержания и повышения уровня авиационной промышленности следует не только активно привлекать большие денежные средства со стороны государства, но и обеспечить согласованность действий существующих на рынке авиационных предприятий, которые с помощью сотрудничества смогут вложить в отрасль свои конкурентные преимущества. Следует еще раз отметить, что разумное сочетание государственного и частного капитала, а также динамичная и согласованная работа государства и частного бизнеса может сделать российское авиастроение конкурентоспособным на мировом рынке.

По мнению Александра Белоусова, председателя Комитета по развитию авиационно-космического комплекса Торгово-промышленной палаты РФ, для российского авиапрома в настоящее время характерны высокий уровень анклавности, мелкосерийности и финансовой неустойчивости. Авиапром в нашей стране – это, в основном, набор небольших, по международным меркам, разобщенных компаний, не способных ни в долгосрочной, ни в краткосрочной перспективе конкурировать с мировыми игроками [2].

На текущий период решить вопрос повышения уровня авиационной промышленности России призвана Федеральная целевая программа «Развитие гражданской авиационной техники России на 2002–2010 годы и на период до 2015 года». Под целью програм-

мы понимается создание конкурентоспособной авиационной техники для поставок на внутренний и внешний рынки, множественность включенных в нее проектов и оптимизм в отношении роста рынка сбыта отечественной авиатехники. В новую программу вошли 25 проектов создания и модернизации авиационной техники (16 самолетостроительных и 9 вертолетостроительных), 27 проектов двигателестроения и около 20 проектов создания бортового радиоэлектронного оборудования, обширный перечень мероприятий по техническому перевооружению и развитию производства, по перспективным НИОКР. В период до 2015 года планируется обеспечить продажи отечественной гражданской авиационной техники в России и на экспорт на сумму около 1 трлн рублей. Для этого, согласно Программе, российские авиакомпании должны были приобрести 1400 самолетов и 1150 вертолетов, а общий объем производства с учетом государственных нужд и поставок на экспорт составить 2800 самолетов и 2200 вертолетов [3].

Анализируя основные показатели «Стратегии развития авиационного комплекса», объем продаж гражданской авиатехники только за период с 2012 по 2015 год должен увеличиться на 225 млн долл., объем продаж военной авиатехники – на 1100 млн долл.

На данный момент в Стратегии выделяется 2 основных пути развития отрасли. В первом случае финансовые ресурсы для реализации Стратегии планируется привлекать не только из государственного бюджета, но и с помощью внебюджетных источников – собственных средств предприятий и их иностранных партнеров, коммерческих кредитов, стратегических и портфельных инвестиций. Однако следует понимать, что частные инвестиции в российскую авиационную промышленность в ее нынешнем состоянии еще длительное время будут оставаться высокорискованными и низкорентабельными, с длительным сроком окупаемости (не менее 7–12 лет), что обусловлено не только состоянием отрасли, но и объективно продолжительным циклом создания новой, конкурентоспособной авиатехники.

Во втором случае затраты на поднятие авиационного комплекса следует практически полностью пере-

ложить на плечи государства. На частный сектор возлагается ответственность за определение продуктового ряда коммерческой продукции, за успех коммерческих проектов на внутреннем и мировом рынках, за привлечение в отрасль внебюджетных инвестиций, в том числе на основе разделения рисков с зарубежными партнерами. Однако развитие отрасли по второму направлению затрудняется несовершенством российского законодательства, ограничивающего привлечение негосударственных инвестиций и международную интеграцию [4].

Невозможно не отметить оптимизм и амбициозность заявленных целей. Для поднятия комплекса и выхода на заявленный объем продаж авиатехники потребуется общий объем инвестиций из всех источников в пределах 20 млрд долл. в период до 2015 г. включительно, в том числе из бюджета порядка 12 млрд долл. на безвозвратной основе, не считая закупок военной техники в интересах Минобороны России. Обеспечение необходимого объема требуемых денежных средств ежегодно до 2015 г. может достигаться за счет активного привлечению внебюджетных финансовых ресурсов. На мой взгляд, при успешной реализации предложенной стратегии развития, авиационный комплекс России уже к 2015 году сможет занять более достойное место на мировом рынке и, в дальнейшем, вернуть свое лидирующее положение в отрасли, что благотворно скажется на экономике страны в целом.

Библиографические ссылки

1. МАКС-2009: кризисный облет [Электронный ресурс]. URL: <http://www.interfax.ru/>
2. Торгово-промышленная палата РФ: Авиационная проблема: экономика, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tpprf.ru/>
3. Федеральная целевая программа «Развитие гражданской авиационной техники России на 2002–2010 годы и на период до 2015 года» с 15 окт. 2001 г.
4. Стратегия развития авиационного комплекса с 2005 до 2015 г.

© Сергеева О. О., 2012

УДК 330.322.3

Е. С. Таушева

Научный руководитель – Н. И. Смородинова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МЕТОДИКА ВЫБОРА КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАПИТАЛЬНЫХ ВЛОЖЕНИЙ

Дается краткий обзор наиболее распространенных методов оценки эффективности капитальных вложений. Поднимается вопрос о сложности и неоднозначности выбора критериев оценки эффективности инвестиций в социальную сферу. Предлагается вариант решения этой проблемы.

Эффективность капитальных вложений представляет собой отношение эффекта (результата), получаемого от капитальных вложений, к их объему. В зависимости от направленности и результатов, достигнутых от

капитальных вложений, эффективность может быть экономической, социальной и экологической. Экономическая эффективность капитальных вложений – отношение между затратами на производство основ-

ных фондов и получаемыми результатами. Социальная эффективность капитальных вложений – отношение объема получаемых социальных благ и услуг к капиталовложениям, обеспечившим эти блага и услуги. Экологическая эффективность капитальных вложений – отношение показателей улучшения состояния внешней среды к капиталовложениям, обусловившим эти улучшения. Эффективность капитальных вложений определяется по стране, региону, отрасли, по инвестиционной программе, по группе предприятий, по отдельным предприятиям, проектам.

На уровне страны и региона рассчитывают следующие показатели эффективности капитальных вложений: прирост ВВП, национального дохода, прибыли на рубль капиталовложений в производственную сферу; срок окупаемости капиталовложений. На отраслевом уровне рассчитывают прирост выпуска продукции, прибыли на рубль капиталовложений, срок окупаемости капиталовложений.

При принятии инвестиционных решений в развитых странах применяют следующие показатели эффективности капитальных вложений: учетная норма прибыли (ARR или SRR); срок окупаемости капиталовложений (PBP); чистая текущая приведенная стоимость (NPV); внутренняя норма прибыли (IRR); чистая текущая приведенная стоимость (ANPV). В разных странах при оценке эффективности капитальных вложений предпочтение отдается тем или иным показателям.

В России, в соответствии с Методическими рекомендациями по оценке эффективности инвестиционных проектов рассчитывают: показатели коммерческой (финансовой) эффективности, учитывающие финансовые последствия реализации проекта для его непосредственных участников; показатели бюджетной эффективности, отражающие финансовые последствия осуществления проекта для федерального, регионального или местного бюджета; показатели экономической эффективности, учитывающие затраты и результаты, связанные с реализацией проекта, выходящие за пределы прямых финансовых интересов участников инвестиционного проекта и допускающие стоимостное измерение.

Сравнение различных инвестиционных проектов и выбор наиболее оптимального из них, проводят с использованием определенных показателей, таких как: чистый дисконтированный доход (ЧДД) или интегральный эффект (Эинт) – сумма текущих эффектов за весь расчетный период, приведенная к начальному шагу, или превышение интегральных результатов над интегральными затратами; индекс доходности (ИД) – отношение суммы приведенных эффектов к величине капитальных вложений; внутренняя норма доходности (ВНД) – норма дисконта, при которой величина приведенных эффектов равна приведенным капиталовложениям; Срок окупаемости – минимальный временной интервал (от начала осуществления проекта), за пределами которого интегральный эффект становится положительным.

Решение о капитальных вложениях необходимо принимать с учетом значений всех критериев и интересов всех участников инвестиционного проекта [1].

Особые сложности возникают при расчете социальной эффективности капитальных вложений. От-

сутствие четких критериев и однозначных методов их отбора, существенно усложняют задачу выбора того или иного инвестиционного проекта. Эта проблема особенно остро возникает при принятии решений об инвестировании в объекты социальной сферы. Экономическую эффективность такого рода капитальных вложений невозможно посчитать общепринятыми методами, подходящими для определения эффективности коммерческих проектов.

На сегодняшний день в экономической литературе предлагаются различные подходы к оценке эффективности инвестиций в социальную сферу. Одним из наиболее распространенных является нормативный подход, включающий в себя несколько этапов:

1. Формирование специальных требований к обеспечению определенных количественных уровней социальных характеристик объекта.

2. Разделение средств направленных на социальные и экономические цели. Выражение социальных результатов в натуральных единицах.

3. Социальная эффективность оценивается с помощью системы показателей, каждый из которых рассчитывается в своих единицах измерения [2].

В настоящее время в мировой практике так же используется затратный подход к оценке эффективности капитальных вложений в объекты социальной сферы. Суть этого подхода заключается в том, что качество услуг определяется ростом уровня обеспеченности объектов социальной сферы в зависимости от перераспределения привлеченных инвестиций.

Для использования существующих методов и разработки новых, более оптимальных, необходимо выделить четкую систему критериев, на основе которых будет отдаваться предпочтение тому или иному инвестиционному проекту. Эти критерии должны отражать бюджетные ограничения, нормативные показатели, реальный уровень обеспеченности социальными объектами, потребности населения, экономические выгоды и социальные результаты, налоговые поступления и т. д. Одним из вариантов использования этих критериев является построение имитационной модели, основанной на данных показателях и ограничениях. Имитационная модель имеет возможность просчитывать вероятность того или иного результата от реализации различных проектов. Она позволит оценить влияние многих факторов во времени и в результате получить баллы, по которым можно будет судить о приоритетности того или иного проекта.

Необходимо создать такую методику оценки эффективности инвестиций в социальную сферу, которая удовлетворяла бы интересы государства, а так же всех заинтересованных групп потребителей. Целью такой методики будет являться привлечение и эффективное использование инвестиций, как из бюджетов различных уровней, так и из внебюджетных фондов.

Библиографические ссылки

1. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования (вторая редакция). М. : Официальное издание, 2000.

2. Виленский П. Л. и др. Оценка эффективности инвестиционных проектов. М. : Дело. 2001. 298 с.

УДК 338.24

А. В. Шостак
Научный руководитель – Н. И. Смородинова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО НОРМИРОВАНИЯ РАСХОДОВ БЮДЖЕТА

Социальное нормирование является одним из основополагающих факторов развития современного государства. Финансовые нормы совершенствуются постоянно, однако до сих пор значительная часть населения Российской Федерации остается за чертой бедности. Существует объективная необходимость совершенствования финансового нормирования расходов социальной сферы.

Социальная сфера затрагивает различные слои общества, людей разных возрастов, доходов, взглядов на жизнь и т. п., так как отрасли социальной сферы весьма масштабны. Это образование, здравоохранение, культура и др. отрасли. И государство – это главный участник их существования и развития. В этой связи особое значение принимают финансовые нормы, процессы их расчета и возможности повышения эффективности их использования. Социальные стандарты являются средством обеспечения прав граждан в области социальных гарантий. Они необходимы для определения финансовых нормативов. К минимальным социальным стандартам относятся прожиточный минимум, нормативы обеспечения жильем, нормативы в области охраны здоровья, образования, культуры, условий и охраны труда и т. д.

Стандарты разрабатываются на единой правовой базе, общих методических принципах. Они используются при формировании бюджетов субъектов РФ и местных бюджетов до утверждения государственных минимальных стандартов.

Потребительские бюджеты служат основой для планирования поддержки малообеспеченных слоев населения. Также минимальный потребительский бюджет используется для расчета минимальной оплаты труда и пенсий. Прожиточный минимум включает минимально приемлемые нормы питания и расходов на непродовольственные товары (жилье, лекарства) и исчисляется на основе потребительской корзины. Прожиточным минимумом фиксируется официальная черта бедности. Он исчисляется для различных социальных групп и служит правовой основой для разработки социальных программ. Так, например, в Красноярском крае прожиточный минимум составляет 7749 руб. во втором квартале 2011 года, а в Москве в том же квартале этот показатель составляет 10737 руб., что чуть меньше, чем в республике Саха (10885 руб.). Эти показатели пересчитываются ежеквартально и наблюдается восходящая тенденция. Еще один основополагающий показатель – это МРОТ (минимальный размер оплаты труда). Таким образом, наблюдается интересный факт – если сопоставить показатель прожиточного минимума и МРОТ по Красноярскому краю то можно увидеть заметное отставание МРОТ и прожиточного минимума, а это значит что в основе планирования финансирования социальной сферы лежит невозможность помочь самым незащищенным слоям общества достигнуть прожиточного минимума. Конечно, не стоит забывать, что в случае

сравнения этих двух показателей колоссальное влияние ощущают на себе работодатели, так как платежи во все внебюджетные фонды осуществляются на основе МРОТ. Так, если сегодня на 1 работника работодатель ежемесячно уплачивает во внебюджетные фонды 1472,2 руб., то в случае роста МРОТ до прожиточного минимума, эта сумма вырастет до 2534,66 руб., что, в свою очередь, отразится на конечной стоимости товара, а это вызовет в конечном счете рост прожиточного минимума. Из этого следует, что, несмотря на несоответствие этих показателей, приравнивание их повлечет за собой рост стоимости товаров потребления, что только в лучшем случае не ухудшит положения малообеспеченных слоев населения.

Финансовая норма это выраженная в стоимостном эквиваленте та или иная стоимость социальной услуги или иного социального показателя. Таким образом, можно выделить две методологии, влияющие на финансовую норму – это методология расчета норм натуральных и методология расчета стоимости этих натуральных норм. Поэтому очевидно, что и векторов оптимизации финансовых норм будет два – разработка новых или реформирование старых методов расчета стоимости социальной услуги и пересмотр определения натуральных социальных стандартов. Хотя на сегодняшний момент при расчете такой стоимости учитываются коэффициенты-дефляторы, публикуемые ежегодно Министерством финансов и региональные коэффициенты, что говорит о достаточной адекватности дифференцированности показателя на территории России. Логично предположить, что проблема невозможности обеспечения достойного уровня жизни с помощью социальных норм и стандартов кроется в недостаточной адекватности натуральных социальных норм. Так, например, стоит отметить, что существующие до сегодняшнего момента социальные нормы стали наследием нормирования социальной сферы Советского Союза. Так, например, наследием социального нормирования в советские время является отсутствие дифференциации населения. Большая часть населения имела примерно одинаковых доход, предложение социальных услуг исходило только от государственных учреждений, а значит, население имело возможность удовлетворить свои потребности только с помощью государственных услуг. Все стандарты и нормы рассчитывались исходя из количества населения. Однако в современной России наблюдается достаточно сильная дифференциация общества.

Рассмотрим влияние дифференциации на социальные стандарты в медицине. В настоящее время есть достаточное количество людей, не только способных, но и желающих пользоваться услугами платной медицины. Однако нормы продолжают рассчитываться на все население, не учитывая людей, которые никогда не пользовались, и пользоваться не собираются такой социальной услугой как бесплатная медицина. Таким образом, многие нормы не только в сфере медицины требуют пересмотра с учетом дифференциации общества, Причем учитывая то, что количество людей, принадлежащих к тому или иному социальному слою варьируется, необходим ежегодный пересчет таких показателей. Еще одним недостатком современного финансового нормирования социальной сферы является так называемое «планирование от достигнутого», хотя любое планирование должно быть «от желаемого». Именно в этом кроется отставание потребностей людей и государственной поддержки.

Таким образом, путей нормирования финансовых расходов на социальную сферу несколько:

1) оптимизация социальных натуральных норм с точки зрения:

- дифференциации населения;
 - изменяющихся потребностей населения;
- 2) анализ адекватности основополагающих показателей современному состоянию дел в социальной сфере и приведение этих показателей к необходимому уровню;
 - 3) пересмотр подходов к планированию;
 - 4) уменьшение количества времени между выделением средств и поступлением их непосредственно получателю (возможно перераспределение ответственности по социальному обеспечению между бюджетами разных уровней).

Однако какой бы путь не был выбран, не стоит забывать, что экономика – взаимосвязанная система, осуществляемые в настоящее время расходы на социальную сферу напрямую зависят от доходов бюджетов, а также любое изменение социального нормирования может повлечь за собой неожиданные и трудно предвидимые изменения (так, например повышение уровня жизни повлекло возникновение транспортных «пробок»).

© Шостак А. В., 2012

УДК 331.2

А. С. Шумский

Научный руководитель – А. С. Данилова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА СРЕДНИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Рассматриваются системы оплаты труда действующие в образовательных учреждениях. Проводится их анализ, выявление недостатков и положительных сторон каждой системы. Рассмотрение действующей системы оплаты труда и меры ее совершенствования для стимулирования труда преподавателей.

Актуальность избранной темы определяется, с одной стороны, насущной необходимостью формирования на основе данных науки и обобщения передового опыта – действенной системы мотивации и стимулирования педагогического труда, а с другой стороны, недостаточной разработанностью этой проблемы в экономической и социологической науке. Как известно, образование – ведущая отрасль социально-культурной сферы, важнейшая сфера инвестиций в человеческий капитал, источник научно-технического и общественного прогресса.

«Российское образование всегда отличалась высоким уровнем обучения и воспитания, фундаментальностью знаний, доступностью образования, демократизмом. Однако жизнь не стоит на месте. Новые требования к образованию предъявляют условия перехода России к рыночной экономике, создание рынка образовательных услуг, бурное развитие науки, интеграция страны в мировое экономическое и образовательное пространство, постиндустриальное общество, глобальная конкуренция диктуют необходимость модернизации национального образования, основной целью которой выступает подготовка высококвалифицированных специалистов. В основу осуществляе-

мой модернизации положена качественно-результативная модель обучения студентов, ориентированная на существенные изменения в подходах к педагогическому процессу» [1].

К сожалению, низкая заработная плата преподавателей и неэффективный механизм её организация на основе применения единой тарифной сетки, не учитывающей специфику педагогического труда, не способствует повышению престижа преподавателей в обществе. Без прорыва в организации заработной платы преподавателей и улучшения их материального положения невозможно осуществить намеченную модернизацию образования. Надо отметить, что многие проблемы управления эффективностью труда преподавателей СПО пока недостаточно исследованы, в том числе такие как: недостаточная проработанность критериев оценки эффективности труда; значимость социальных отношений как фактора повышения эффективности труда; использование гибких систем оплаты труда; разработка положений о премиальной части заработной платы преподавателей.

Цель работы: выявление проблем современной системы оплаты труда в образовательных учреждениях.

Задачи работы:

- анализ существовавших систем оплаты труда образовательных учреждений, выявления преимуществ и недостатков;
- анализ новой системы оплаты труда (НСОТ);
- определение направления совершенствования НСОТ.

Объект исследования: система оплаты труда СПО.

В течение длительного времени труд работников образовательных учреждений оплачивался в соответствии с Единой тарифной сеткой (ЕТС). Размер оклада или ставки заработной платы каждого работника определялся в зависимости от должности (профессии), квалификационной категории.

Недостатком данной системы являлось отсутствие связи между размером оплаты труда работника и качеством, результативностью и эффективностью его работы. Использование ЕТС не мотивирует работника к достижению высоких результатов труда, в связи с чем назрела необходимость перехода на иную систему оплаты труда.

Новая система оплаты труда работников государственных и муниципальных образовательных учреждений устанавливается в государственных образовательных учреждениях субъектов Российской Федерации – коллективными договорами, соглашениями, локальными нормативными актами в соответствии с федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, законами и иными нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

Положением об установлении систем оплаты труда работников федеральных бюджетных учреждений, утвержденным п. 5 Постановления № 583 определяется, что структура фонда оплаты труда (далее – ФОТ) должна включать в себя три следующих элемента:

- оклад (должностной оклад) или ставку заработной платы;
- выплаты компенсационного характера;
- выплаты стимулирующего характера.

Таким образом, каждое образовательное учреждение вправе, во-первых, самостоятельно определять направляемую на оплату труда долю всех своих внебюджетных средств и, во-вторых, повышать размеры должностных окладов всех категорий работников без ограничения.

«Для педагогических работников учреждений начального и среднего профессионального образования (училищ, колледжей и др.) под размером оклада понимается установленная при тарификации на начало учебного года месячная заработная плата соответственно числу часов учебной нагрузки» [2].

Таким образом, для указанных педагогических работников размер оклада может изменяться на каждый учебный год, и эти изменения должны находить отражение в дополнительном соглашении к трудовому договору.

«Основным принципом новой системы оплаты труда (НСОТ) является разделение заработной платы работника на две части: базовую (гарантированную) часть, которая выплачивается работнику за исполнение должностных обязанностей, и премиальную (сти-

мулирующую) часть, размер которой зависит от того, насколько качественно, эффективно и результативно работал сотрудник. Размер стимулирующих выплат не ограничен» [3].

При введении НСОТ предусматривается учитывать при установлении должностного оклада все виды педагогической деятельности учителя. В настоящее время традиционно оплачивается (но лишь некоторым учителям) работа по проверке тетрадей, заведованию учебным кабинетом (мастерскими, учебно-опытными участками) и дополнительно – за классное руководство учителям, назначенным классными руководителями. НСОТ ставит задачу введения оплаты труда за выполнение всех, в т. ч. других видов трудовых обязанностей учителя.

При этом определяются показатели и размеры доплат или премирования работников, учитывая как личный вклад работника в осуществление деятельности организации, так и в результаты работы коллектива конкретного структурного подразделения или организации в целом. Принимаемая система материального стимулирования должна предусматривать выплату денежных средств определенному кругу лиц на основе заранее установленных конкретных показателей и условий. Круг лиц, подлежащих поощрению, показатели и условия поощрения, размеры и сроки выплаты денежных средств должны быть предусмотрены в определенном локальном нормативном акте который должен содержать:

- общие положения, в которых определяется круг лиц, поощряемых за основные результаты деятельности образовательного учреждения по различным группам работников;
- источники, показатели, условия, размеры, периоды и сроки поощрения для отдельных групп персонала или категорий работников;
- порядок начисления, утверждения и выплаты поощрений и другие показатели.

Таким образом, данное положение требуется разрабатывать во всех учреждениях начального и среднего профессионального образования, для повышения эффективности работы преподавателей.

Библиографические ссылки

1. Симоненко В. И. Механизм отношений по оплате труда работников и его информационное обеспечение на уровне предприятия [Электронный ресурс]: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М. : Науч.-исслед. ин-т труда и соц. страхования Министерства здравоохранения и соц. развития РФ. 2011.
2. Штанов С. Н. Управление развитием техникума в условиях компетентностного подхода [Электронный ресурс]: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08. М. : Университет Российской академии образования. 2011.
3. Кочеткова Н. Н. Управление эффективностью труда преподавателей высшей школы на основе критерияльной модели его оплаты [Электронный ресурс] : Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Астрахань : Саратовский гос. техн. ун-т им. Ю. А. Гагарина». 2012.

УДК 658.7

Д. И. Абрамович

Научный руководитель – Е. В. Белякова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КРИТЕРИИ ВЫБОРА ПОСТАВЩИКА ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Показана роль закупок в деятельности предприятия; рассмотрены основные направления и критерии выбора поставщиков для промышленных предприятий.

За последние три десятилетия значимость закупок продукции производственно-технического назначения в деятельности промышленных предприятий, особенно в промышленно развитых странах, существенно возросла. Из исключительно организационно-технической функции закупки превратились в функцию большой стратегической важности, осуществляемую преимущественно на основе долгосрочных партнерских отношений.

Для промышленных предприятий возможны два направления выбора поставщика: первое – это выбор поставщика из числа компаний, которые уже были поставщиками предприятия (или являются ими) и с которыми уже установлены деловые отношения. В этом случае предприятие уже располагает точными данными о деятельности этих компаний.

Второе – выбор нового поставщика. Данное направление предполагает поиск и анализ требуемого рынка: рынка, с которым компания уже работает, или совершенно нового рынка (в случае принятия решения о диверсификации деятельности).

Для повышения объективности оценки потенциального поставщика промышленные предприятия могут прибегнуть к услугам специализированных агентств, одной из функций которых является подготовка информации о поставщиках. Такой информацией, в частности, может быть оценка финансового положения поставщика по таким показателям, как ликвидность, чистая прибыль, оборачиваемость и др.

Как правило, выбор поставщика, в том числе и промышленными предприятиями, определяется системой критериев, основу которой составляют: цена, качество товара и надежность поставки. Формирование системы критериев отбора поставщиков зависит от корпоративной, включающей и логистическую, стратегии предприятия.

Большинство зарубежных компаний-производителей продукции при выборе поставщика ресурсов используют следующие критерии, представленные в порядке убывания их значимости:

- качество продукции;
- надежность поставщика;
- цена;
- качество обслуживания;

– условия платежа и возможность внеплановых поставок [3].

Как отмечают специалисты, менеджерами по закупкам могут применяться до 60 критериев выбора поставщика. Кроме перечисленных выше, промышленные предприятия используют такие критерии выбора поставщиков как [2; 3]:

- надежность доставки;
- производственные мощности;
- местоположение;
- технический потенциал;
- финансовое положение;
- возможность компромиссов;
- репутация и роль в своей отрасли;
- контроль деятельности;
- оформление товара (упаковка);
- трудовые отношения; и др.

По мнению ряда специалистов, все критерии, применяемые при оценке потенциальных поставщиков, классифицируются на три группы: техническую, организационно-экономическую, психологическую [4].

К первой группе относятся производственная мощность поставщика; прогрессивность технологии; соответствие общепринятым стандартам; наличие дефектов в продукции; развитость инфраструктуры и др.

Вторая группа включает в себя ряд критериев, таких как доступность продукции, условия доставки и сроки поставки продукции, условия ее оплаты, финансовое положение поставщика, его организационная структура и др.

Третья группа критериев включает трудовые отношения, уровень компетентности, договорная дисциплина, уровень взаимодействия и др.

Такая классификация условна и может быть изменена как по названию групп, так и по составу входящих в них критериев. В частности, выбор поставщика и его оценка может осуществляться по таким направлениям как: общая информация, характеризующая деятельность поставщика, данные по результатам выполнения договоров и оценка использования продукции в производственном процессе.

На одном из промышленных предприятий г. Красноярска для оценки поставщиков используют более 20 критериев. Для упрощения процедуры оценки их

разделили на 5 групп, при этом определив коэффициент влияния каждой группы на итоговую оценку выполнения заказов поставщиком [1].

В российской действительности, где политическая и экономическая нестабильность позволяет вести нечестный бизнес, машиностроительным предприятиям следует больше внимания уделять процедуре выбора поставщика, особенно при выборе новых потенциальных поставщиков, ориентируясь при этом не только на цену продукции, но и другие критерии оценки. Такой подход позволит не ошибиться в поставщике и установить долгосрочные партнерские отношения между ним и промышленным предприятием.

Библиографические ссылки

1. Белякова Е. В., Гильц Н. Е. Выбор поставщиков для предприятий ОПК // *Логистика: современные тенденции развития : материалы X Междунар. науч.-практ. конф. 14, 15 апреля 2011 г. СПб. : СПбГИЭУ, 2011. 524 с.*
2. *Логистика : учебник / В. В. Дыбская, Е. И. Зайцев, В. И. Сергеев, А. Н. Стерлигова. М. : Эксмо, 2008. 944 с.*
3. Сергеев В. И., Эльяшевич И. П. *Логистика снабжения. М. : Рид Групп, 2011. 416 с.*
4. Степанов В. И. *Материально-техническое снабжение : учеб. пособие. М. : Академия, 2009. 192 с.*

© Абрамович Д. И., 2012

УДК 658.7

Н. В. Андрияшина

Научный руководитель – Д. А. Прокопович

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЭВОЛЮЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОНЦЕПЦИЙ ПЛАНИРОВАНИЯ

Выполнен анализ эволюции логистических концепции с позиции характера синхронизационных процессов. Определены ключевые особенности различных концепций и описаны основные технологии и стандарты их инновационной поддержки. Предложена система методов интеграции и синхронизации в рамках различных концепций и динамики их эволюции.

Одним из значимых резервов повышения эффективности логистического управления является учет и использование возможности интеграции во взаимодействии множества звеньев логистической системы. Оптимальность процессов может быть достигнута путем использования механизмов синхронизации при управлении взаимодействием материальных, финансовых и информационных потоков. Это требует переосмысления принципов, показателей, критериев и методов управления этими потоками в системе заводского транспорта. Синхронизация, как ключевой методологический принцип управления в самоорганизующихся системах имеет приоритетное значение для использования в данной сфере и определяет конфигурацию логистического управления.

Важным фактором, определяющим методы синхронизации в логистике, является логистическая концепция, в рамках которой рассматриваются процессы в логистической системе. Логистическую концепцию можно трактовать как парадигму и платформу поддержки бизнеса и как инструмент оптимизации ресурсов предприятия при управлении основными и сопутствующими потоками. Возникновение и развитие логистических концепций тесно связано с эволюцией методов управления бизнеса в промышленно развитых странах. Фундаментальными концепциями в логистике являются [1]: информационная, маркетинговая, интегральная.

В современных условиях активно распространяется новая логистическая концепция, которую большинство исследователей называют интегральной парадигмой или концепцией интегрированной логистики. Она по существу развивает информационную и

маркетинговую концепцию, учитывая новые условия бизнеса на современном этапе, в частности [1]:

- новое понимание механизмов рынка и логистики как стратегического элемента в конкурентных возможностях фирмы;
 - перспективы интеграции между логистическими партнерами, новые организационные отношения;
 - новые технологические возможности, в частности, в области гибких производств и информационно-компьютерных технологий, контроля и управления во всех сферах производства и распределения продукции.
- Концепция интегрированной логистики заключается в рассмотрении логистики в качестве синтетического инструмента менеджмента, интегрированного материальным потоком для достижения конечных целей бизнеса.

Данная концепция отражает новое понимание бизнеса, где отдельные фирмы, организации, системы рассматриваются как центры логистической активности, прямо или косвенно связанные в единый интегральный процесс управления основными и сопутствующими потоками для наиболее полного и качественного удовлетворения спроса в соответствии с их специфическими потребностями и целями бизнеса.

Ключевым аспектом синхронизации в рамках интегрированной парадигмы является обеспечение эффективной интеграции отдельных звеньев за счет максимального использования возможностей информационного обмена между взаимодействующими звеньями логистической цепи на основе единого оптимизационного критерия.

Интегральная парадигма базируется на рассмотрении всей цепи создания добавленной стоимости

Эволюция логистических концепции с позиций типа синхронизационных бизнес-процессов и моделей планирования

Маркетинговая концепция	Информационная концепция	Интегрированная концепция
ОАО «Красмаш»		Цепь поставок
Миссия: повысить – качество; – прибыль; – КПД; – скорость; – ориентация на интересы клиента;	Экономическая часть ориентирована: – на качество; – на клиента; – на скорость; – на сбор информации; – на глобальность;	Приоритеты: – интеграция участников; – виртуализация предприятия; – оптимизация цепи поставок; – ориентация на компетентностный подход;
Интеграция внутренняя		Интеграция внешняя
Синхронизация внутрипроизводственных процессов		Синхронизация логистической цепи на основе единого критерия
Технологии: – планирование потребностей, ресурсов, – точно в срок, – синхронизированное поточное производство.		Технологии: – интеграция цепи создания добавленной стоимости; – управление цепями поставок; – IT-логистика

(Value Chain), всех внутрифирменных и межорганизационных участков с синхронизацией всех мест стыковки различных этапов продвижения различных видов потоков. Оптимизация цепи, а не учет только локальных функций управления собственного предприятия становится решающим фактором обеспечения конкурентоспособности и доходности бизнеса. Эффективность хозяйственной деятельности отдельного предприятия в интегрированной цепи будет зависеть от достижения управляемого резонанса логистической цепи – результата синхронизации его внутренних потоковых процессов и синхронизации потоковых процессов логистических цепей, участником которых оно является.

Одной из предпосылок возникновения интегральной парадигмы явилось исследование Bullwhip-эффекта (эффекта хлыста), Бауэрсокса в 1969 г. в области взаимодействия и кооперации, Грэйвса в области запасов, производства и дистрибуции [2]. Данный эффект можно отнести к десинхронизации. Возникновению эффекта хлыста способствует местная оптимизация, несогласованность действий участников ЛЦ и недостаточный информационный обмен в ЛЦ [2]. В целом возникает ситуация, при которой незначительные изменения спроса конечного потребителя приводят к значительным отклонениям в планах других участников ЛЦ (субподрядчиков, поставщиков и т. д.). Эффект хлыста вызывает увеличение амплитуды колебаний спроса по мере продвижения информации по ЛЦ, а при его возникновении нарушается бесперебойное движение материальных и информационных потоков в ЛЦ и увеличивается риск невыполнения заказов клиента. В качестве основополагающих причин могут выступать:

- колебания закупочных и продажных цен;
- запаздывания в получении необходимой информации о потребностях;
- отклонения от плановых сроков и объемов производства и поставок.

Интегрированная цепь поставок ориентирована на уменьшение негативных последствий эффекта хлыста. Основополагающим инструментом в этом в со-

временных условиях является концепция SCM – Supply Chain Management – управление цепями поставок. В литературе дается следующее определение: Supply Chain Management – это системный подход к интегрированному планированию и управлению всем потоком информации, материалов и услуг от поставщиков сырья через предприятия и склады до конечного потребителя [2].

Концепции SCM означает ведение бизнеса на принципах стратегического взаимодействия с поставщиками и клиентами. Отличие концепции SCM от традиционных форм организации и управления предприятием состоит в синхронизации основных бизнес-процессов и моделей планирования.

В современных условиях объединение прогрессивных логистических и информационных технологий создает единую основу для интеграции различных потоков в глобальную информационную логистическую систему, обеспечивающую высокую скорость реакции на изменения внешней среды. Это также определяет переход от внутренней интеграции к внешней, ориентированной на синхронизацию взаимодействия элементов логистической цепи на основе единого критерия.

Таким образом, эффект от управления синхронизацией применительно к логистическим системам проявляется в более полном и совершенном учете и употреблении информации в планировании и управлении, за счет использования способностей к взаимодействию различных экономических подсистем имеющих цикличность в цепи всех взаимодействующих подсистем.

Библиографические ссылки

1. Сергеев В. И. Корпоративная логистика: 300 ответов на вопросы профессионалов. М. : Инфра-М, 2005. 976 с.
2. Иванов Д. А. Логистика. Стратегическая кооперация. М. : Вершина, 2006. 176 с.

УДК 658.7

М. В. Баранова
Научный руководитель – Н. Е. Гильц
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

К ВОПРОСУ ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Статья посвящена рассмотрению двух наиболее популярных в России ERP-систем. Автор приводит характеристики «Галактики ERP» и «1С Управление производственным предприятием 8» и доказывает необходимость их применения на предприятиях разного уровня.

На современных предприятиях необходима достаточная информационная поддержка логистических процессов и их управления, необходимо решать задачи управления заказами и закупками, снабжением и сбытом, управление запасами, складами, взаимоотношениями с поставщиками и получателями продукции и услуг. Для этого на рынке информационных систем сейчас существует множество прикладных решений. Рассмотрим с точки зрения функциональности, удобства использования и эффективности для выполнения логистических задач наиболее известные и хорошо зарекомендовавшие себя системы: «1С Управление производственным предприятием 8» и «Галактика ERP» [1].

«Галактика ERP» является комплексным решением для управления предприятием, имеет компонентную структуру и состоит из функциональных модулей, которые объединяются в контуры. Это дает возможность заказчикам приобретать только нужную конфигурацию, выбирая необходимые модули. Для управления логистическими операциями в этом программном продукте есть контур «Управление логистикой и цепочками поставок». Данный контур включает в себя модули «Расчёт с поставщиками и получателями», «Складской учёт», «Управление договорами», «Управление консигнационным товаром», «Управление розничной торговлей», «Управление сбытом», «Управление снабжением», «Целевой учёт запасов». В контуре решаются такие задачи, как ведение договорной деятельности, включая обслуживание претензий и исков; управлять сбытом и снабжением (выбор поставщика, составление плана закупок, оформление документов, распределение материальных ценностей по складам, контроль состояния договоров и платежных документов на приобретение (оплачено/не оплачено/просрочено); управлять запасами и складскими операциями; контролировать взаимоотношения с поставщиками и получателями (контроль отгрузок, поставок, оплаты, штрафные санкции, взаимозачеты, уступка долга и т. д.) формировать прайс-листы; вести учёт продукции по серийным номерам; контролировать качество сырья и готовой продукции; получать исчерпывающие отчеты в различных разрезах, за любой период и с разными уровнями детализации [2].

Все модули системы Галактика ERP связаны не только использованием общей базы данных, но и тем, что операции в рамках одного бизнес-процесса выполняются с помощью функций различных модулей:

формируемые в одном модуле документы передаются для дальнейшей обработки в другой модуль, аналитические отчеты создаются в третьем.

Система «Галактика ERP» также обладает свойством масштабируемости, т. е. на одном сервере могут работать значительное количество пользователей от 200 и более (по некоторым данным, при значительной мощности сервера, до 800).

Еще одно замечание, насчёт методологии – описанная выше система является закрытой, т.е. поставляется потребителю без исходного кода и является малоизменяемой. Требования пользователей собираются в едином центре и необходимые доработки со временем реализуются в системе. Поэтому Галактика накапливает больше пользовательского опыта ее использования и может решать не только те задачи, с которыми конкретный пользователь сталкивается прямо сейчас, но и те, с которыми он столкнется в дальнейшем (поскольку кто-то когда-то уже решал такие задачи с помощью «Галактики ERP»). В последней версии пользователи также могут делать заказ на необходимые модули, используя для этого WEB-клиент.

Далее перейдем к рассмотрению системы «1С Управление производственным предприятием». В данном программном продукте реализуется управление движением материальных потоков, контроль над материальными активами предприятия, управление складскими запасами, оптимизация структуры закупок, правильный выбор поставщиков, формирование отношения с клиентами. При этом для расширения функций разработчик предлагает использовать конфигурации «1С Логистика: Управление складом» и «1С:Материально-техническое обеспечение», которые интегрируются с системой [3].

Система «1С:Управление производственным предприятием» обладает свойством масштабируемости, но не в таких размерах, как «Галактика ERP». Обычно с рассматриваемой системой может одновременно работать 150–200 человек (при сопоставимых с другими системами мощностями техники).

Что же касается методологии построения система, «1С Управление производственным предприятием» является системой-конструктором, т. е. позволяет пользователю изменять свои функции за счёт изменения исходного кода. Преимуществом конструктора (и одновременно – ее главным недостатком) является ее гибкость. Как преимущество гибкость дает возможность оперативно исправлять ошибки системы, пол-

ноценно реализовывать требования пользователей и разрабатывать необходимый функционал. Но с ростом проекта все эти преимущества обратятся недостатками. Исправление ошибок может привести к нарушению функционирования системы в совершенно неожиданных местах – ведь пользователь не знает всех особенностей построения системы и не проводит интенсивного тестирования ее измененного кода. Реализация большого количества требований пользователей задерживает ход работ. Разработка недостающего функционала приводит к появлению ошибок в работе системы, замедлению ее работы, остановке работ по внедрению.

«Галактика ERP» является оптимальным решением для крупного производственного предприятия, где необходимо решать множество логистических задач, и которое может позволить себе такую программу, т.к. она весьма недешева. В свою очередь «1С Управление производственным предприятием 8» подходит для средних и малых предприятий, с небольшой численностью персонала, где требуется решение специфических задач, под которые можно подстроить программу и потратить на это меньшую сумму, чем для «Галактики ERP» [4].

Подводя итоги, нужно сказать, что обе системы входят в тройку самых востребованных и наиболее

полно реализованных ERP-систем в России (1С, Галактика, Парус), и их существование на этом рынке позволяет сказать, что каждая из них обладает своими достоинствами, позволяющими находить своих потребителей.

Библиографические ссылки

1. «Галактика» занимает ведущие позиции по количеству внедрений ERP-системы [Электронный ресурс]. URL: <http://newsdesk.pctag.ru/node/27042> (дата обращения: 24.12.2011).
2. ERP система Галактика: официальный сайт [Электронный ресурс]. <http://erp.galaktika.ru/> (дата обращения: 23.12.2011).
3. 1С: Управление производственным предприятием 8 [Электронный ресурс] URL: http://v8.1c.ru/metod/books/files/upp_color.pdf (дата обращения: 24.12.2011).
4. Игнатов С. Сравниваем ERP по ключевым характеристикам [Электронный ресурс] // CNews: электронная версия журн. 2005. Апрель. URL: <http://www.cnews.ru/reviews/?2005/04/19/177389> (дата обращения: 24.12.2011).

© Баранова М. В., 2012

УДК 658.7

Е. С. Гасец, Н. И. Баленичева
 Научный руководитель – В. Н. Товстонощенко
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СЕТЕВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

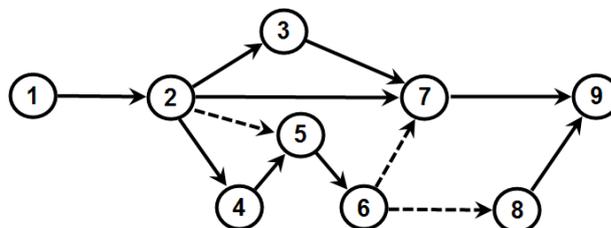
Обоснована актуальность сетевого планирования в логистических цепях. Раскрыта суть метода сетевого планирования и его особенности, недостатки и преимущества.

В настоящее время, для эффективного управления логистическими системами необходимо не только уметь быстро реагировать на изменения на рынке, иметь квалифицированный персонал и грамотное руководство, но и успешно оптимизировать планирование и управление сложными разветвленными комплексами работ, требующими участия большого числа исполнителей и затрат ограниченных ресурсов. Для решения данных задач используется сетевое планирование.

Основная цель сетевого планирования – это сокращение до минимума продолжительности всего комплекса работ, входящих в цепь поставок. Задача сетевого планирования состоит в том, чтобы графически, наглядно и системно отобразить и оптимизировать последовательность и взаимозависимость работ. Ключевыми работами, входящими в цепь поставок, являются: заключение договора на поставку материальных ресурсов, оплата за поставку, погрузка, перевозка от поставщика до предполагаемого потребителя, разгрузка и приемка, а так же поставка материальных ресурсов по рабочим объектам [1].

Основным плановым документом в системе сетевого планирования является сетевой график, представ-

ляющий собой информационно-динамическую модель, в которой отражаются взаимосвязи и результаты всех работ, необходимых для достижения конечной цели разработки. Сетевая модель изображается в виде сетевого графика (сети), состоящего из стрелок и кружков. Стрелками в сети изображаются отдельные работы, а кружками – события. Над стрелками указывается ожидаемое время выполнения работ.



Сетевой график

Важным моментом в данном методе управления является понятие «критического пути». Это та цепочка работ, для которой характерна наибольшая длительность выполнения. Особенность критического

пути состоит в том, что именно его длительность определяет минимальный срок выполнения работ в целом. Сроки выполнения работ, лежащих вне критического пути, в той или иной степени «плавают» – то есть для таких работ всегда есть возможность либо увеличить длительность, либо начать с опозданием – на общей продолжительности логистической цепи это никак не скажется. Создающийся резерв времени можно использовать на самые различные цели: уменьшения риска невыполнения работы, оптимизацию расходования ресурсов, оптимизацию денежных потоков и т. д. Любые же задержки в выполнении работ, лежащих на критическом пути, непременно вызывают отставание от сроков исполнения [2].

Идентификация критического пути позволяет, прежде всего, определить наибольшую продолжительность различного вида работ (например, маршрутизация перевозок грузов транспортом, продвижение товаров по товаропроводящей цепи) и путем перераспределения ресурсов (технических, трудовых, информационных) сократить его значение, таким образом, уменьшив общую продолжительность выполнения комплекса работ.

Подводя итоги, сформулируем, какую же конкретную пользу может принести метод сетевого планирования в управлении цепями поставок.

Первой и самой главной выгодой является возможность определить минимальное время доставки от поставщика до конечного потребителя. С помощью метода критического пути можно определить, сроки

выполнения каких работ являются наиболее важными для своевременной поставки товаров. Соответственно, для оставшихся работ определяется резерв дополнительного времени, который мы можем затратить по своему усмотрению [3].

Отображение логической последовательности работ, четкость их взаимосвязей позволяют руководителям и исполнителям анализировать состав и порядок проведения комплекса работ, уже этим оказывая управляющее воздействие на их ход. Графическое изображение сетевой модели значительно упрощает ее составление, расчет, анализ и изучение.

Благодаря сетевому графику мы можем с высокой степенью уверенности оценить, к каким последствиям приведет задержка в выполнении той или иной работы и, соответственно, направить максимальные усилия на устранение критических задержек.

Библиографические ссылки

1. Бочкарев А. А. *Планирование и моделирование цепи поставок*. М. : Альфа-Пресс, 2008. 192 с.
2. Зайцев Е. И. *Сетевое планирование [Электронный ресурс] // Сетевое планирование логистических процессов*. URL: http://www.kt-lospo.com/study/1_3_4.htm.
3. *Модели и методы теории логистики : учеб. пособие / Лукинский и др.* СПб. : Питер, 2007. 448 с.

© Гасец Е. С., Баленичева Н. И., 2012

УДК 338.47

В. С. Горошко

Научный руководитель – Я. И. Шамлицкий
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРИМЕНЕНИЕ АДАПТИВНЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ДОРОЖНЫМ ДВИЖЕНИЕМ

Приведены недостатки транспортной инфраструктуры современных российских городов. Рассмотрены основные применяемые алгоритмы адаптивного управления дорожным движением.

Бурный процесс автомобилизации с каждым годом охватывает все большее число стран, постоянно увеличивается автомобильный парк, количество вовлекаемых в сферу дорожного движения людей. Рост автомобильного парка и объема перевозок ведет к увеличению интенсивности движения, что в условиях городов с исторически сложившейся застройкой приводит к возникновению транспортной проблемы. Особенно остро она проявляется в узловых пунктах улично-дорожной сети. Здесь увеличиваются транспортные задержки, образуются очереди и заторы, что вызывает снижение скорости сообщения, неоправданный перерасход топлива, повышенное изнашивание узлов и агрегатов транспортных средств, повышается уровень загрязнения воздушного бассейна города продуктами неполного сгорания топлива, количество дорожно-транспортных происшествий.

В течение длительного времени в нашей стране приоритет в развитии транспортного обслуживания

отдавался общественному пассажирскому транспорту и в качестве расчетного значения для городов уровень автомобилизации принимался равным 60 автомобилей на 1000 жителей [3]. Именно на этот уровень автомобилизации и была создана вся транспортная инфраструктура и система управления дорожным движением современных российских городов.

Обеспечение быстрого и безопасного движения в современных городах требует применения комплекса мероприятий архитектурно-планировочного и организационного характера [2]. Механическое развитие УДС города увеличением ширины проезжей части магистральных улиц, пропускной способности пересечений не может решить проблему городского движения. Для удовлетворения спроса на поездки по городу на автомобиле только для сегодняшнего уровня автомобилизации требуется увеличение пропускной способности УДС не менее чем в 5 раз [1].

При решении проблемы организации городского движения и управления транспортными потоками в международной практике широко используется система интеллектуальной транспортной инфраструктуры, способной эффективно управлять существующей дорожно-уличной сетью дорог с учетом ее плотности и пропускной способности.

Наблюдаемое в течение суток изменение интенсивности движения требует соответствующего изменения длительности цикла и разрешающих сигналов. В противном случае задержка транспортных средств неоправданно возрастает. Многопрограммное жесткое управление способствует снижению задержки, однако не является оптимальным. Оно не способно учитывать кратковременные случайные колебания в числе автомобилей, подходящих к перекрестку.

Параметры управления должны учитывать как суточное изменение интенсивности, так и ее колебания в один и тот же период времени (случайное прибытие транспортных средств к перекрестку). Это возможно при использовании адаптивного управления, имеющего обратную связь с транспортным потоком. Она реализуется с помощью детекторов транспорта, расположенных в зоне перекрестка и обеспечивающих непрерывную информацию о параметрах потока.

По способу переработки этой информации алгоритмы адаптивного управления можно разделить на три группы.

1. Алгоритмы, предусматривающие переключение сигналов светофора по информации о состоянии перекрестка в данном цикле регулирования.

2. Алгоритмы статистической оптимизации, позволяющие по информации о состоянии перекрестка в данный момент определить параметры управления на следующий момент времени на основе вероятностного прогнозирования этого состояния.

3. Алгоритмы случайного поиска. Параметры управления изменяются случайно с одновременным анализом критерия эффективности (например, задержки). Управление считается оптимальным при достижении максимума или минимума критерия эффективности (минимума задержки).

Для локального управления получили распространение алгоритмы 1-й группы, которые отличаются сравнительной простотой. Проще и их техническая реализация. Из алгоритмов данной группы на практике широкое применение получил алгоритм поиска разрыва в потоке при фиксированных значениях

управляющих параметров. Это объясняется простотой алгоритма, для отработки которого требуется минимум информации о параметрах потока. В любой момент времени важен лишь факт наличия или отсутствия транспортных средств на подходе к перекрестку. При этом информация не накапливается: с прибытием к перекрестку очередного автомобиля информация о предыдущем автомобиле не требуется. В силу этого работа по указанному алгоритму меньше подвержена влиянию погрешности детекторов транспорта (нет накопления ошибок). Один детектор может быть использован для нескольких полос обслуживаемого направления движения. К достоинствам алгоритма относится также обеспечение необходимого уровня безопасности движения, ибо при появлении разрыва в потоке в момент выключения разрешающего сигнала есть гарантия отсутствия автомобиля в зоне перекрестка.

Алгоритм поиска разрывов в потоке по сравнению с жестким управлением обеспечивает снижение задержки на 10–60 %. Это во многом определяется загрузкой перекрестка. Высокая эффективность алгоритма наблюдается при малоинтенсивном движении, что достигается за счет снижения числа ненасыщенных направлений движения.

Однако применения одного алгоритма, как правило, оказывается недостаточно в условиях пиковых нагрузок на УДС, тем более, если речь идет об объединении перекрестков, регулируемых с помощью АСУДД, в сеть. Отсюда вытекает задача поиска оптимального алгоритма (или нескольких алгоритмов) для управления дорожным движением в рамках достаточно определенных условий работы УДС.

Библиографические ссылки

1. Клинковитейн Г. И., Афанасьев М. Б. *Организация дорожного движения : учебник для вузов. 5-е изд., перераб. и доп.* М. : Транспорт, 2001. 247 с.
2. Кременец Ю. А., Печерский М. П., Афанасьев М. Б. *Технические средства организации дорожного движения : учебник для вузов.* М. : Академкнига, 2005. 279 с. : ил.
3. Лобанов Е. М. *Транспортные проблемы современных больших городов // Транспорт Российской Федерации: журнал о науке, экономике, практике.* СПб : Т-Пресса. 2005. № 1. С. 29–31.

© Горошко В. С., 2012

УДК 669.713.7

О. А. Горских
 Научный руководитель – А. В. Селиванов
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЗАТРАТ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Предлагаются методы управления логистическими затратами, с помощью которых регулируются суммарные издержки в производственной системе предприятия.

Непродуманное и необоснованное снижение затрат может нанести ущерб предприятию: ухудшение качества продукции, снижение объемов реализации или снижение эффективности управления предприятием [1].

Прежде чем приступать к минимизации затрат, необходимо знать какие именно затраты снижать и последствия, которые эти меры могут принести. Например, экономия на транспортных расходах может привести к значительному увеличению затрат, вызванных ростом складских запасов, а экономия на упаковке грузов – к дополнительным издержкам, сопутствующим повреждению грузов при доставке, и т. д.

Один из выходов – моделирование логистических затрат, позволит формировать конкурентную и оправданную для предприятия цену реализации продукции, выбирать наиболее эффективное направление развития бизнеса. При определенных условиях возможно такое перераспределение затрат, при котором некое незначительное их увеличение в одной области может дать значительную экономию в другой, что в конечном счете приведет к снижению суммарных издержек по системе в целом [2].

Для эффективного управления затратами необходимо обеспечить: сбор данных об издержках; классификацию издержек; систему контроля затрат; оценку результатов; планирование издержек.

Для исследования причин изменения уровня затрат следует использовать факторный анализ. Он предоставляет возможность определить факторы, влияющие на уровень тех или иных затрат и количественное влияние каждого фактора на технико-экономические показатели (ТЭП) работы предприятия (например, себестоимость, цена, прибыль).

Следовательно, это позволит установить факторы, на которые необходимо воздействовать, чтобы снизить значение результирующего показателя затрат. По этим показателям планируются статьи бюджета. Да-

лее на «план» накладывается «факт» и оцениваются отклонения в полярной системе координат (см. рисунок).



Логистические факторы предприятия

Факторный анализ воздействия логистических затрат на ТЭП предприятия

Наименование фактора (З)	Доля в структуре логистических затрат, %	Соотношение логистических затрат и ТЭП предприятия		
		Снижается себестоимость продукции	Цена не изменяется	Прибыль увеличивается, %
Управление запасами	30...40	$k_1 * Z_1$	const	$k_1 * Z_1 / П$
Транспортные расходы	20...40	$k_1 * Z_2$	const	$k_1 * Z_2 / П$
Складские расходы	5...15	$k_1 * Z_3$	const	$k_1 * Z_3 / П$
Прочие расходы	5...45	$k_1 * Z_4$	const	$k_1 * Z_4 / П$

Механизм управления логистическими затратами можно записать в виде выражения (при неизменных ценах):

$$Ц = C_{\text{п}} \left(\sum_{i=1}^m \frac{k_i \cdot Z_i}{100} \right) + \left(\Pi + \sum_{i=1}^m \frac{k_i \cdot Z_i}{100} \right),$$

где Ц – цена продукции (работ, услуг); С_п – себестоимость (издержки) производства; П – прибыль; k_i – процент снижения i-х логистических затрат; Z_i – i-й вид логистических затрат; m – количество исследуемых факторов.

Приведенные данные в таблице о структуре затрат на логистику отображают возможные направления роста экономических показателей деятельности предприятий, за счет снижения логистических затрат. Рост прибыли определяется соотношениями Z_i/П, размерами снижения логистических затрат и последствиями возвратной логистики на предприятии.

Таким образом, эффективное управление затратами предполагает следующие преимущества для предприятия:

- детализация структуры себестоимости продукции;

- производство конкурентной продукции за счет более низких издержек, и как следствие, возможность реализовать ее в определенном (конкурентном) диапазоне цен;

- возможность повышения качества управленческих решений в области моделирования логистических затрат предприятия.

Библиографические ссылки

1. Дыбская В. В., Зайцев Е. И., Сергеев В. И., Стерлигова А. Н. *Логистика: интеграция и оптимизация логистических бизнес-процессов в цепях поставок* : учебник / под ред. проф. В. И. Сергеева. М. : Эксмо, 2008. 944 с. (Полный курс MBA).

2. Алешина Т. Грамотная логистика в половину уменьшает издержки бизнеса // *Советник. Грамотное управление [сайт]*. URL: <http://www.b2bis.ru/articles/biznes-praktika/logistika-vpolovinu-umenshaet-izdergki.html> (дата обращения: 10.02.2012).

© Горских О. А., 2012

УДК 338

К. И. Колесникова

Научный руководитель – В. Е. Герасимова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВВЕДЕНИЕ МОНИТОРИНГА GPS НАВИГАЦИИ КАК МЕТОДА ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ

Управление транспортом, планирование доставок, мониторинг грузов – все это задачи транспортной логистики, и со своими задачами логистика может справиться только при наличии тех или иных возможностей и технических средств, таких как GPS навигация. Внедрение такой системы контроля перевозок поможет предприятию снизить/ликвидировать потери груза, сократить расходы, приобрести большее доверие у клиента.

Актуальность курсовой работы связана с тем, что управление транспортом, планирование доставок, управление перевозками, мониторинг грузов сегодня немислимы без использования современного аппаратного и программного обеспечения. Улучшить эффективность транспортировки, поставок, сократить расходы и повысить контроль грузов (контроль перевозок) в пути следования помогают системы спутникового или GPS контроля. Спутниковый мониторинг автотранспорта на основе GPS контроля за движущимися объектами – это гарантия оперативного получения разнообразной информации о движущихся объектах в режиме реального времени. Спутниковый мониторинг на сегодняшний день является самым эффективным инструментом диспетчеризации автомобилей и контроля работы водителей.

Данная работа ставит перед собой цель рассмотреть принцип действия системы GPS мониторинга, а также исследовать внедрение системы мониторинга на предприятие «Тетра-Логистик» и проанализировать результаты.

Задачи, которые ставит перед собой работа:

1. Рассмотреть основные параметры, которые контролирует система GPS контроля.

2. Проанализировать эффективность при внедрении системы контроля на предприятие.

3. Сделать выводы по изменениям показателей после внедрения системы мониторинга.

В процессе транспортировки решаются огромное количество задач, связанных с планированием, организацией движения материальных ресурсов, а также контроль выполнения поставленных задач при наиболее эффективном использовании имеющихся ресурсов. С этими задачами транспортная логистика справиться может только при наличии технических средств, готовых проследить перемещение объекта в процессе транспортировки груза в нужное место.

Одним, из таких технических средств является система мониторинга автотранспорта СКАУТ (спутниковый контроль автотранспорта и учет топлива), которая позволяет совершенствовать транспортную логистику путём оптимизации маршрутов, уменьшения простоев и ликвидации несанкционированных отклонений от пути следования [1].

Основные параметры, которые контролируют спутниковые системы мониторинга:

- актуальные координаты объекта на местности;
- мгновенную и общую скорость объекта;

- напряжение бортовой сети;
- общий пробег;
- время стоянок;
- маршруты перемещений.

Принцип работы системы спутникового или GPS контроля заключается в определении местоположения предмета по времени задержки сигнала от спутниковой системы с известными координатами, до терминала, установленного на контролируемом объекте. Подвижные объекты (контейнеры, автомобили, самолеты, корабли) оборудуются особыми навигаторами. От спутника они получают подробную информацию о своем нахождении с временем и точными географическими координатами [2].

Внедрение СКАУТ в компанию ООО «Тетра-Логистик». Системы спутникового отслеживания за транспортными операциями снижают количество потерь груза, либо вообще предотвращают случаи потери, а значит, приобретают все большее доверие у клиента и снижают убытки компании. Кроме того, такие системы снижают реальный автопробег транспорта и расход топлива. То есть опять же снижение расходов компании и увеличение доходов.

В компании «Тетра-Логистик» нет системы спутникового мониторинга за транспортными операциями, а значит, что какая-то часть груза периодически теряется. Нет контроля за расходом топлива, за реальным автопробегом, за временем стоянок, в общем, за маршрутом.

Таким образом, предлагаю внедрить систему СКАУТ в компанию ООО «Тетра-Логистик», которая позволит круглосуточно контролировать транспорт и спецтехнику, сократить несанкционированный расход топлива, уменьшить реальный и исключить накрученный пробег.

Затраты на топливо. Несанкционированный расход топлива (незапланированная стоянка/остановка) выходит в месяц на 18 часов. Исходя из нормы расхода топлива 2–2,4 литра/ч за месяц получается 27 литров. За год для парка в 60 автомобилей расход топлива составляет 30400 литров, т.е. расходы в рублях составляют 1 650 300 рублей.

При наличии системы СКАУТ снижение расходов достигло бы разницы от 20–40 %, то есть от 330060 рублей до 660120 рублей.

Точно так же снизится расход топлива при контроле маршрута (проезд непланового количества км).

Затраты на содержание. ТО проводится с определенной периодичностью в зависимости от пробега. Перерасход средств на ТО, ремонт и запчасти связан в первую очередь с повышенным пробегом, нарушением условий, правил эксплуатации техники и внутренних процессов персоналом. Самый простой пример – накрутка одометра и увеличение отчетных показаний водителями. Например, приписки составляли 50 % и более от реального пробега, что приводило к более частому необоснованному ТО и увеличивало расходы на ремонт и запчасти.

Снижение/ликвидация потерь при транспортировке. Объем грузооборота в год составляет 500 000 м³, при этом объем увеличиться на 20–25 %, если уменьшить или исключить потери при грузоперевозках. То есть при внедрении системы СКАУТ потери уменьшаться на 20–25 %, а значит уменьшаться расходы [3].

Исследуя расход топлива при транспортировке, обслуживание автотранспорта и снижение потерь при грузоперевозке, делаю вывод о том, что компании, занимающейся транспортировкой и складированием, необходима система спутникового отслеживания за транспортными операциями, такая как СКАУТ, с помощью которой компания сможет определить местонахождение транспорта, контролировать когда и где автомобиль совершил остановку или стоянку, время стоянки, расход топлива, скорость автомобиля. Таким образом, увидеть разницу между потерями и убытками без системы мониторинга и с системой СКАУТ.

Библиографические ссылки

1. Малиндретос Г., Морозова И. В., Балобанов А. О. *Транспортная логистика и интермодальные перевозки* : учеб. пособие. 2008.
2. Лукинский В. С.. *Логистика автомобильного транспорта* : учеб. пособие. М., 2004. 169 с.
3. *Официальный сайт компании «Тетра-Логистик»*. URL: <http://www.tetralog.ru/>.

© Колесникова К. И., 2012

УДК 658.7

А. К. Кудрева

Научный руководитель – Н. Е. Гильц

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Россия, Красноярск

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Проанализированы проблемы транспортной логистики и инфраструктуры Красноярского края и города Красноярска, определены пути решения этих проблем, рассмотрены принятые и находящиеся на рассмотрении проекты развития региона.

Транспорт – важнейший системообразующий элемент экономики, и его главная задача – поддерживать единство социально-экономического пространства,

обеспечивая физическую связанность всех элементов и подсистем экономики, мобильность населения и материальных ресурсов.

В Транспортной стратегии России на период до 2020 года, разработанной Минтрансом РФ с привлечением ведущих ученых и специалистов, большое внимание уделено региональным аспектам транспортной политики, обеспечению единства экономического пространства страны, ускорению товародвижения, снижению удельных транспортных издержек в экономике, завершению формирования опорной транспортной сети без разрывов и «узких» мест, ликвидации диспропорций в развитии транспортной системы в рамках отдельных регионов страны. К сожалению, существует ряд проблем, которые не позволяют достичь высокого уровня развития логистики не только в некоторых регионах, но и в их центральных городах.

Краю с его пространством планов без развитой транспортной инфраструктуры действительно не обойтись и не совершить мощный рывок в своем экономическом и социальном развитии. На данный момент емкость красноярского «грузового» рынка по оценке экспертов составляет более 5 млрд тонн. Более половины объема приходится на долю местных транспортно-экспедиционных компаний. Но на местный рынок приходят крупнейшие российских логистических операторов, таких как «Русская логистическая компания», «STS Logistics», что, скорее всего, изменит положение вещей.

Сегодня транспортная инфраструктура РФ в целом, как и Красноярского края, имеет много проблем, главные из которых – изношенность на 50–80 % основных фондов и медленное строительство новых линий сообщений.

Программа «Развитие транспортной системы Красноярского края на 2012–2014 годы» утверждена на заседании регионального Правительства в декабре 2011 года. Как заявили в Министерстве транспорта это первая ведомственная целевая программа, объединившая в себе мероприятия, направленные на развитие двух отраслей – транспорта и дорожного хозяйства Красноярского края. Ранее каждая отрасль имела собственные программы.

Финансирование мероприятий краевого дорожного комплекса позволит планомерно увеличить сеть региональных и межмуниципальных автомобильных дорог и содержать их в соответствии с нормативными требованиями. Особое внимание будет уделяться внедрению перспективных дорожных технологий в области строительства, ремонта и содержания автомобильных дорог и объектов дорожного сервиса.

Общий объем расходов по отрасли «Транспорт» на период 2012–2014 годы составляет 4 101,7 млн рублей.

В рамках реализации мероприятий в области железнодорожного и внутреннего водного транспорта предусмотрены средства на компенсацию перевозчикам, возникающие в результате государственного регулирования тарифов. Программа предусматривает компенсацию расходов организациям железнодорожного транспорта, предоставляющим льготные перевозки.

Главная цель программы – комплексное развитие автомобильного, железнодорожного и водного транспорта Красноярского края для полного и эффективно удовлетворения потребностей населения и экономики края в транспортных услугах. Благодаря реали-

зации программных мероприятий будут оставлены все гарантии по льготным перевозкам и сохранена краевая маршрутная сеть.

Развитие авиации в крае во многом предопределено проектом создания мультимодального транспортного узла, который начали разрабатывать с 2000 г. На сегодняшний день международный хаб в Красноярске – один из наиболее крупных и перспективных проектов России. Максимально возможное количество рейсов, удобные стыковки, географически обоснованные маршруты, повышение уровня сервиса – к 2015 г. все это позволит увеличить общий пассажиропоток аэропорта Красноярск до 10 млн. пассажиров в год. По оценкам специалистов, географическое положение Красноярска позволяет претендовать на значительное увеличение доли рынка авиаперевозок – от 10 % на направлениях Россия – Европа и до 60 % на азиатских направлениях. Расширение внешнеэкономических отношений со странами Азии, Европы, и Северной Америки открывает новые возможности для развития инфраструктуры аэропортов Емельяново и Черемшанка. Реализация проекта зависит от того, сможем ли мы на конкурсной основе доказать, что наш проект лучше, чем аналогичный в Новосибирске.

«Красноярская железнодорожная магистраль» входит в проектные рамки таких транспортных коридоров как Кузбасс – Дальний Восток и Южный ход. В связи с этим в край будут привлечены новые инвестиции на строительство новых путей сообщения по этим коридорам, усилятся межрегиональные транспортные связи и будет подучен доступ к портам Дальнего Востока. Принятая недавно администрацией Красноярского края программа развития Нижнего Приангарья ставит задачей освоение северных территорий, поэтому Красноярская железная дорога заинтересована в модернизации данного участка и увеличении перевозок. Всего на развитие Нижнего Приангарья планируется потратить в общей сумме 5 млрд 150 млн руб.

Еще один из проектов развития транспортной инфраструктуры региона – это строительство Северо-Сибирской железнодорожной магистрали (Севсиб) длиной 2 тыс. км, которая соединит центральную часть Красноярского края (Лесосибирск) на запад – с Нижневартовском (Ханты-Мансийский АО) через Белый Яр (Томская область) и на восток – с Усть-Илимском (Иркутская область) для выхода на БАМ.

Проект является частью долгосрочной стратегии развития железнодорожного транспорта России до 2030 года. Цена его реализации – свыше 12 млрд долларов. Потом эту линию, возможно, соединят с Якутской железной дорогой, и тогда данная магистраль пройдет через всю Сибирь параллельно Транссибу. Эта новая железная дорога – возможность для сибирских регионов реализовывать крупные бизнес-проекты, так как транспортная сеть охватит еще не освоенные территории Восточной и Западной Сибири.

Одним из важных результатов строительства капитальных автотрасс станет возможность активно развивать лесовозные дороги центрального региона Красноярья. Дело в том, что низкая инфраструктурная обеспеченность приводит к значительному росту се-

бестоимости лесозаготовок. Поэтому власть заинтересована в привлечении инвесторов.

Развитие транспортной системы региона становится не только необходимым условием реализации инновационной модели экономического роста всей страны, но и активным фактором его формирования и повышения качества жизни населения. Остается наде-

яться, что начатые проекты по развитию транспортной инфраструктуры будут завершены, и транспортно-логистические компании будут иметь возможность без преград предоставлять широкий спектр услуг.

© Кудрева А. К., 2012

УДК 658

А. А. Матвеева, Д. О. Якимова
Научный руководитель – В. Н. Товстонощенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МОДЕЛЬ «ТОЧНО-В-СРОК» В ЛОГИСТИКЕ

Рассмотрена концепция и модель «точно в срок».

Прежде чем дойти до конечного потребителя, материалы и сырье преодолевают длинный путь, проходя через различные этапы снабжения, производства и сбыта. Важные первоначальные свойства материалов и сырья: форма, состав и внешний вид – подвергаются изменениям в процессе прохождения через эти этапы. При переходе из одного этапа в другой возникают различные проблемы несогласования. Например:

- комплектующие для изделия А поступили производителю. Неожиданно на рынке стало популярным изделие В, а комплектующие для изделия А пылятся на складе;

- в прошлом году на пике моды были сумки цвета «пинк». Производитель едва успевал выполнять заявки розничной торговли. Наконец, производство было переориентировано, и магазины полностью были снабжены этими сумками. В новом году спросом стали пользоваться черные сумки, и магазины оказались завалены прошлогодним товаром;

- экспедитор по поручению своего клиента должен доставить ему груз от производителя ровно в 12.00. Так как экспедитору долго добираться до клиента, и едет он по загруженным транспортом улицам, то он выехал рано утром. Но улицы оказались свободными, и он уже в 10.30 был на месте. Товар, однако, к этому времени еще не был произведен, экспедитор должен был ждать, а следовательно, его грузовик занял надолго небольшую парковку перед предприятием.

Эти примеры ясно показывают: если промышленности, торговле и предприятиям-поставщикам услуг удастся так планировать, управлять и контролировать материальными потоками, что точно во время будут производиться и предоставляться только действительно необходимые изделия и услуги, то можно достичь большой экономии времени, материалов, трудовых ресурсов и энергии.

Термин «точно-в-срок» (just-in-time – JIT) используется по отношению к промышленным системам, в которых перемещение изделий в процессе производства и поставки от поставщиков тщательно спланированы во времени – так, что на каждом этапе процесса следующая (обычно меньшая) партия прибывает

для обработки точно в тот момент, когда предыдущая партия завершена [4].

Подход «точно-в-срок» был разработан в японской автомобильной компании Toyota. Его автор – Тайиши Оно и несколько его коллег. На то, что JIT была разработана именно в Японии, вероятно, повлиял факт, что Япония является перенаселенной страной с очень ограниченными природными ресурсами. Неудивительно поэтому, что японцы очень чувствительны к пустым тратам материалов, времени и средств, и к неэффективности труда. Они расценивают брак и исправления дефектов как необоснованные затраты, а запасы – как зло, потому что они занимают пространство и связывают ресурсы.

В системах JIT, качество «встроено» как в изделие, так и в производственный процесс. Они имеют высокую надежность, исключены главные источники неэффективности и срывов, а рабочие обучены не только трудиться в системе, но и непрерывно ее совершенствовать [3].

Помимо Toyota подход был успешно реализован в таких компаниях как Dell, General Motors и в других крупных компаниях. В России яркими представителями являются КамАЗ, АВТОВАЗ.

Большинство ученых и специалистов рассматривают «точно в срок» на концептуальном описательном или семантическом уровне, и крайне мало публикаций, где концепция «точно в срок» доведена до модели, на основе которой можно принимать решения. В СПбГИЭУ, начиная с 1995 года, проводились исследования на базе предприятия ЗАО «Матрален», в результате которых были разработаны два варианта модели точно в срок: аналитическая и имитационная.

Аналитическая модель «точно в срок» позволяет определить продолжительность логистического цикла с заданной доверительной вероятностью. Из случайного характера времени составляющих логистического цикла следует, что понятие «точно в срок» должно рассматриваться с учетом доверительных границ времени цикла. Если время выполнения заказа «точно в срок» задано каким-то определенным значением времени, время цикла заказа является верхней доверительной границей времени, если время выполнения

заказа «точно в срок» задано интервалом времени, важно оценить не только верхнюю, но и нижнюю границу времени выполнения заказа. Также на основе аналитической модели «точно в срок» можно оценить вероятность выполнения заказа в какой-либо срок.

Рассмотрим основные этапы формирования аналитической модели «точно в срок».

1. Сбор, статистическая обработка исходных данных о временных параметрах отдельных логистических операций.

2. Расчет статистических параметров

Для математического описания продолжительности логистического цикла, как правило, представляющего сумму времени выполнения отдельных элементов (операций), можно воспользоваться известными формулами теории вероятностей:

- для среднего значения времени логистического цикла:

$$\bar{T} = \sum_{i=1}^N \bar{T}_i$$

- для среднего квадратического отклонения:

$$\sigma_T = \sqrt{\sum_{i=1}^N \sigma_i^2 + 2 \sum_{i < j} r_{ij} \sigma_i \sigma_j}$$

- Для времени выполнения цикла выполнения заказа может быть составлена корреляционная матрица, в которой учитывая последовательность операций цикла для всех $i > j$ коэффициент корреляции равен нулю:

$$r_{ij} = \begin{vmatrix} 1 & r_{12} & r_{13} & \dots & r_{1N} \\ 0 & 1 & r_{23} & \dots & r_{2N} \\ 0 & 0 & 1 & \dots & r_{3N} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ 0 & 0 & 0 & \dots & 1 \end{vmatrix}$$

3. Определение продолжительности цикла

Определение продолжительности логистического цикла с заданной доверительной вероятностью Р.

Понятие «точно в срок» должно рассматриваться с учетом доверительных границ времени цикла. Например, при условии, что функция распределения времени цикла подчиняется нормальному закону, верхняя доверительная граница времени цикла выполнения заказа равна:

$$T_H = \bar{T} + x_p \sigma_T$$

где x_p – показатель нормального распределения, соответствующий вероятности Р.

4. Определение времени выполнения цикла «точно в срок»

Если время выполнения заказа «точно в срок» задано каким-то определенным значением, время цикла заказа является верхней доверительной границей и может быть рассчитано по формуле

$$T_{TB} = T_H + \bar{T} + x_p \sigma_T$$

где T_H – время начала выполнения логистического цикла.

Если время выполнения заказа «точно в срок» задано не только ориентировочным значением, но и некоторым отклонением от него или интервалом времени, важно оценить не только верхнюю границу времени выполнения заказа, но и нижнюю границу:

$$T_{TB} = T_H + \bar{T} - x_p \sigma_T$$

5. Расчет вероятности

Вероятность выполнения заказа «точно в срок» в случае, если время выполнения заказа задано определенным значением (т. е. важна только оценка верхней доверительной границы времени), может быть рассчитана по формуле

$$P = \Phi\left(\frac{T_0 - \bar{T}}{\sigma_T}\right)$$

где $\Phi()$ – табулированная функция нормального закона распределения.

В случае, когда время выполнения заказа задано интервалом или определенным значением плюс-минус некоторое отклонение от него, вероятность выполнения заказа будет определяться следующим образом:

$$P(\alpha < T_0 < \beta) = \Phi\left(\frac{\beta - \bar{T}}{\sigma_T}\right) - \Phi\left(\frac{\alpha - \bar{T}}{\sigma_T}\right)$$

где α и β нижняя и верхняя границы заданного времени выполнения заказа «точно в срок» соответственно.

6. Формирование целевой функции

Известно, что одна из основных проблем логистического менеджмента это уменьшение неопределенности логистического цикла. В общем случае источниками неопределенности являются случайные величины T_i .

Формально, экономико-оптимизационная задача выполнения логистического цикла «точно в срок» может быть представлена в виде:

$$\sum_{i=1}^N C_i(t) \varphi(\bar{T}_i, \sigma_i) \rightarrow \min$$

где $C_i(t)$ – зависимость издержек выполнения i -й операции цикла от ее продолжительности. \bar{T}_i, σ_i – параметры, характеризующие продолжительность i -й операции.

Если средние значения = const, то измерителем неопределенности σ_i^2 логистического цикла являются дисперсии:

$$\sum_{i=1}^N C_i(\sigma) \times \sigma_i^2 \rightarrow \min [2].$$

Наиболее полное исследование процесса функционирования можно провести, если известны явные зависимости, связывающие искомые характеристики с начальными условиями, параметрами и переменными системы. Однако такие зависимости удается получить только для сравнительно простых систем. При усложнении системы исследование их аналитическими методами наталкивается на определенные трудности, что является существенным недостатком метода. В этом случае, чтобы использовать аналитический метод, необходимо существенно упростить первоначальную модель, чтобы иметь возможность изучить хотя бы общие свойства системы.

К достоинствам аналитического моделирования относят большую силу обобщения и многократность использования.

Имитационное моделирование (метод статистических испытаний или метод Монте-Карло) заключается в воспроизведении исследуемого процесса при помощи вероятностной математической модели. Этот метод широко применяется при исследовании логистических систем. Логистические системы функционируют в условиях неопределенности окружающей среды. При управлении материальными потоками должны учитываться факторы, многие из которых носят случайный характер. В этих условиях создание аналитической модели, устанавливающей четкие количественные соотношения между различными составляющими логистических процессов, может оказаться либо невозможным, либо слишком дорогим.^[1]

Однако ни аналитическая, ни имитационная модели не позволяют найти оптимального решения, поэтому

исследования в моделировании «точно в срок» должны быть продолжены в направлении создания оптимизационной экономико-математической модели.

Библиографические ссылки

1. Гаджинский А. М. Логистика. М. : Дашков и К, 2010.
2. Лукинский В. С., Цвиринько И. А., Малевич Ю. В. Логистика. СПб. : Питер, 2008.
3. Ковтанюк Н. Н. Точно-во-время // Логинфо. 2001. № 5.
4. Системы «точно-в-срок» (just-in-time): разработка и внедрение. [Электронный ресурс]. URL: http://www.elitarium.ru/2007/06/15/sistemy_tochnovsrok_justintime_razrabotka_i_vnedrenie.html.

© Матвеева А. А., Якимова Д. О., 2012

УДК 658.7

О. В. Мирошниченко
 Научный руководитель – А. В. Селиванов
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Россия, Красноярск

МОДЕЛИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ВОЗВРАТНОЙ ЛОГИСТИКИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ ЗАО «КРАСПТМ»

Рассмотрены задачи моделирования системы возвратной логистики. Приведены схема движения материальных ресурсов и стоимостное выражение критерия перехода на работу с вторичным сырьем.

Возвратная логистика – современная концепция управления отходами предприятий, как потоками ресурсов. Это виды деятельности, предназначенные для сокращения объема материалов в системе прямого перемещения и для обеспечения повторной переработки материалов.

Процесс движения вторичных материальных ресурсов от мест их образования и до производственного потребления – изготовления новой продукции взамен первичных ресурсов. Деятельность по обращению

с отходами можно представить в виде последовательного дискретного процесса, состоящего из технологических операций по их превращению в пригодное для повторного использования вторичное сырье [1].

Это широкое понятие, охватывающее логистический менеджмент и деятельность по снижению и устранению опасных и неопасных потерь. На данный момент внимание к возвратной логистике и ее развитию можно сравнить с ситуацией с прямой логистикой примерно 10 лет назад.

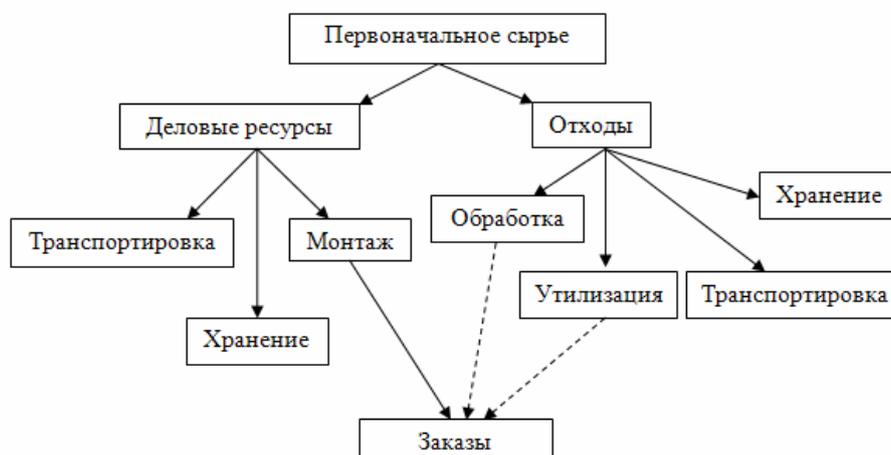


Схема движения материальных ресурсов

Разработка системы возвратной логистики производится для условий ЗАО «Красноярское предприятие технологического машиностроения». Данное Общество выполняет заказы на изготовление металлоконструкций промышленных предприятий. Для результативного исследования и моделирования системы возвратной логистики на промышленном предприятии поставлены следующие задачи:

- расчет баланса материальных ресурсов по заказам заводов;
- учет и классификация отходов;
- маршрутизация и временное складирование отходов;
- разработка технологии переработки отходов;
- планирование баланса материальных ресурсов по объектам производства;
- моделирование системы документооборота внутренних материальных потоков завода;
- формирование системы технико-экономических показателей возникновения и переработки промышленных отходов. Так классификация отходов производится по параметрам:
 - размер;
 - масса;
 - качественный состав;
 - условия хранения;
 - стоимость.

Образование отходов можно представить в виде схемы (см. рисунок)

В стоимостном выражении критерием перехода на работу с вторичным сырьем (отходами) можно принять выражение:

$$Z_{\text{сум.п.с}} > Z_{\text{доп.в.с}} + Z_{\text{тран.в.с}} + Z_{\text{хран.в.с}},$$

где $Z_{\text{сум.п.с}}$ – суммарные затраты на использование первичного сырья, тыс. руб.; $Z_{\text{доп.в.с}}$ – дополнительные затраты на использование вторичного сырья (деловые отходы), тыс.руб.; $Z_{\text{тран.в.с}}$ – транспортные затраты на перемещение отходов, тыс. руб.; $Z_{\text{хран.в.с}}$ – затраты на хранение отходов, тыс. руб.

Отметим, что переработка отходов приносит еще и экологические выгоды не только самому предприятию. Развитие системы возвратной логистики должно сопровождаться материальной заинтересованностью участников этой системы. Предлагаемая система должна быть выгодной предприятию, ее работникам и сопровождаться меньшей нагрузкой на окружающую среду.

Библиографические ссылки

1. Букринская Э. М. *Реверсивная логистика* : учеб. пособие. СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. 79 с.

© Мирошниченко О. В., 2012

УДК 658.7

Л. В. Михайлова

Научный руководитель – Е. В. Белякова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ 4PL-ПРОВАЙДЕРА

Показаны место и роль 4PL-провайдера в развитии логистики. Рассмотрен опыт развития европейской логистической компании на основе использования 4PL-платформы.

В результате глобализации рынков и роста международной торговли становится все больше и больше участников, вовлеченных в процесс движения товаров, а логистическая цепь требует более широкого, комплексного подхода к управлению. Поэтому в настоящее время мы можем наблюдать растущую тенденцию важности четвертой стороны в логистике.

Идея работы 4PL-провайдера или системного логистического интегратора заключается в том, чтобы соединить вместе его собственные ресурсы, возможности и технологии с ресурсами других организаций с целью проектирования, строительства и запуска комплексных решений в цепи поставок.

4PL – это относительно новый вид услуг, который многие логистические компании недавно включили в список предоставляемых ими сервисов, фактически же, провайдеры четвертого уровня могут даже не иметь собственного фиксированного капитала, производственных мощностей, складов и транспортных средств. Их роль заключается в том, чтобы скоординировать участников цепи и обеспечить управление транспортировкой, складированием, обработкой и

распределением товаров. Это, в свою очередь, заставляет провайдеров непрерывно развивать свои логистические навыки с целью достичь лучшего результата управления логистической цепочкой и работать в соответствии с требованиями клиентов.

4PL-провайдер реализует совместную работу между погрузочными фирмами (1PL), конечными потребителями (2PL) и логистическими провайдерами (3PL). В результате все участники логистической цепи получают выгоду от такого вида кооперации. Отличие 4PL-провайдера от 3PL заключается в том, что если 3PL нацелен на выполнение некоторых функций на базе аутсорсинга, то 4PL нацелен на управление процессом движения товаров полностью. Также очень важно, что комплексное обслуживание заказчика организуется на базе единого контракта.

За рубежом все больше и больше потребителей предпочитают выбирать 4PL-провайдера, это объясняется выгодами, которые они получают от их использования, такими как:

- единый контракт и комплексный, интегрированный менеджмент движения товаров;

- опыт в технологии мониторинга, позволяющий оптимизировать множество аспектов;
- общая ответственность по отношению к клиенту;
- сокращение расходов, так как зачастую работа 4PL-провайдера оплачивается на основе процентов, зависящих от достигнутого результата работы.

По оценкам экспертов, уже сейчас суммарный объем мирового рынка такой контрактной логистики составляет более \$200 млрд [4]. Транснациональных корпораций, пользующихся услугами 4PL-операторов, уже достаточно большое количество. Среди них – SONY, TOSHIBA, FORD, DAIMLER, CHRYSLER и другие.

Чтобы лучше понять, в чем заключается работа четвертой стороны в логистике, рассмотрим пример одной из крупнейших европейской логистической компании «TDG» (Великобритания).

Компания имеет 130 филиалов в Великобритании, Ирландии, Нидерландах, Германии, Венгрии и Бельгии. За прошедшие 5 лет компания «TDG» инвестировала более 8 миллионов фунтов стерлингов в логистическую информационную систему [1]. Задачей является максимизировать видимость и эффективность цепи поставок. Компания оперирует транспортной и складской системами менеджмента в режиме реального времени, а также 4PL логистической платформой, которые позволяют координировать транспортно-логистические, складские и экспедиторские операции, что в результате приводит к снижению затрат.

«TDG 4PL-платформа» управляет более чем 130 миллионами фунтов стерлингов для операций заказчиков, работающих по договорам перевозки. [1] Данная платформа разрабатывается для каждой организации индивидуально, «TDG» проектирует на заказ логистическое IT приложение и нанимает персонал, который будет работать с имеющимися у организации-заказчика поставщиками, системами и персоналом. Согласно информации на официальном сайте «TDG», такой подход позволил «TATA STEEL», второй крупнейшей компании-производителя стали в Европе, сэкономить 7 % затрат в первом году с прогнозируемой экономией более чем 10 % в следующие два года.

Таким образом, ведущие европейские компании выбирают использование услуг четвертой стороны в логистике для координирования заказов, маршрутов, операций эффективным способом и оптимизации цепи поставок от начала до конца.

Развитие рынка российского логистического аутсорсинга идет по тому же пути, что и в развитых странах, однако с очень заметным отставанием. Среди причин сложившейся ситуации специалисты отмечают: недостаточное количество современных транспортно-логистических центров, логопарков, таможенно-логистических комплексов, хабов, недостатки транспортной инфраструктуры, слабое внедрение электронных баз данных, превалирующие бумажные технологии в документообороте при учете и товаросопровождении, наконец, бессистемность правовой базы по многим вопросам функциональной и межфункциональной координации хозяйствующих субъектов [2]. В России пока не существует ни одного предприятия, которое бы полностью отвечало требованиям 4PL-провайдера [3]. Но в отечественном бизнесе представлены активные потребители логистических услуг, ведущие деятельность в мировом масштабе, которые заинтересованы в том же уровне сервиса, который они получают в развитых странах. Данный фактор, а также успешный зарубежный опыт, указывает на необходимость развития четвертой стороны в отечественной логистике.

Библиографические ссылки

1. *Официальный сайт логистической компании «TDG».* URL: <http://www.tdg.eu.com>.
2. *Селезнев А. А. Логистический аутсорсинг.* URL: <http://centeripro.com/index.php/2010-04-03-19-11-34/72-2010-05-25-17-09-17>.
3. *Тумюхин Н. Быть ли в России 4PL-провайдерам?* URL: <http://www.loglink.ru/massmedia/analytics/record/?id=1250>.
4. *Успеть в будущее! 5 уровней логистического сервиса.* URL: <http://www.adc-tehnika.ru/content/praktika-gruzopotoka/9590/Uspet-v-budushhee-5-urovnej-logisticheskogo-servisa/>

© Михайлова Л. В., 2012

УДК 338.47

Ю. Г. Петрикеев
Научный руководитель – Я. И. Шамлицкий
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СЕРВИСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Приведен анализ роли сервисной логистики. Рассмотрены основные принципы, лежащие в основе современного сервиса.

На современном этапе развития рыночных отношений особую важность приобретает переориентация отечественных субъектов бизнеса на прибыльное, эффективное хозяйствование при полной экономиче-

ской самостоятельности, что, в свою очередь, приводит к повышению значения оптимальной организации коммерческой деятельности.

Усиление конкуренции выдвигает достаточно жесткие требования к качеству обслуживания, основными условиями обеспечения которого являются доступность услуги для потребителя, безопасность, качество и культура обслуживания, профессионализм.

Одним из основных способов достижения конкурентного преимущества фирмы на потребительском рынке – это сервис. Независимо от сферы деятельности фирмы (производство или оказание услуг) качественное обслуживание – это немаловажное стратегическое решение, позволяющее опередить конкурентов [4].

В условиях рыночных отношений, обуславливающих жесткую конкурентную борьбу, необходимо постоянное совершенствование деятельности фирмы в сфере услуг. Фирмы должны формировать перечень услуг в соответствии с потребностями рынка и своими возможностями, имеющимися ресурсами и дополнительными издержками. Предоставление широкого спектра услуг позволяет привлечь большее количество потребителей, увеличить объемы сбыта продукции, увеличить доход, а следовательно, и конкурентоспособность предприятия.

Фирма не сможет удержаться на рынке, если не будет уделять должное внимание постоянно изменяющейся внешней среде, причем не просто внимания, а детального исследования, анализа и прогнозирования рыночной конъюнктуры, совершенствуя по необходимости организационную структуру фирмы и добавляя перспективные формы обслуживания потребителей.

Деятельность производителя любых изделий, но особенно технически сложных, как производственного, так и сбытового назначения, обречена на неудачу, если не организован должным образом высококачественный сервис.

К основным принципам, которые положены в основу современного сервиса, относятся:

1. Максимальное соответствие его требованиям потребителей и характеру потребляемых изделий.

2. Неразрывная связь сервиса с маркетингом, его основными принципами и задачами.

3. Гибкость сервиса, его направленность на учет меняющихся требований рынка, потребителей, обслуживаемых продуктов.

4. Доставка изделия на место эксплуатации (потребления) таким образом, чтобы свести к минимуму вероятность его повреждения в пути.

5. Приведение изделия (техники) в рабочее состояние на месте эксплуатации (установка, монтаж) и демонстрация его покупателю в действии.

6. Обеспечение полной готовности изделия к эксплуатации в течение всего срока нахождения его у потребителя.

7. Оперативная поставка запасных частей и создание для этого необходимой сети складов, тесный контакт с изготовителями запасных частей.

8. Сбор и систематизация информации о том, как эксплуатируется техника потребителями (условия, продолжительность, квалификация персонала) и какие они при этом высказывают замечания, жалобы, предложения.

9. Участие в совершенствовании и модернизации потребляемых изделий по результатам анализа указанной выше информации.

10. Сбор и систематизация информации о том, как ведут сервисную работу конкуренты, какие новшества сервиса предлагают они клиентам.

11. Помощь службе маркетинга предприятия в анализе и оценке рынков, покупателей и товара.

12. Формирование постоянной клиентуры рынка по принципу: «Вы покупаете наш товар и используете его – мы делаем все остальное» [1; 3].

Сервис подразделяется на предпродажный и послепродажный, а последний на гарантийный и послегарантийный.

Качество сервиса – есть ключ к коммерческому успеху. Мировая практика выработала определенные правила организации эффективного сервиса, суть которых состоит в следующем.

Сервис должен быть обещан покупателю. Иначе говоря, текст с описанием содержания сервиса, оказываемого предприятием, должен быть доведен до покупателей данного сегмента рынка. Предварительно следует изучить, какой именно уровень сервиса покупатели этого сегмента считают отличным.

Гарантии сервиса и его качества должны быть более обширными, чем ожидает покупатель. В этом случае они вызывают положительные эмоции и стремление продолжать контакт с источником таких эмоций. Любые, даже мимолетные, контракты с покупателем должны развивать и закреплять положительную оценку покупателем службы сервиса предприятия.

Персоналу службы сервиса следует ясно представлять, какое именно качество работы от него ожидают. Для этого должны быть разработаны стандарты обслуживания для каждого сотрудника службы [2].

Под стандартами обслуживания понимаются правила работы сотрудников сервисного комплекса (сервис-центра). Эти правила обязательны для исполнения, чтобы гарантировать высокое качество всех производимых операций и удовлетворять требования потребителей.

Учитывая важность сервисного обслуживания в качестве орудия конкуренции, многие фирмы учреждают у себя внушительные отделы, которые работают с жалобами и замечаниями клиентов, занимаются вопросами кредитования, материально-технического обеспечения, технического обслуживания и информации.

Библиографические ссылки

1. Миротин Л. Б., Ташбаев Ы. Э., Порошина О. Г. *Эффективная логистика*. М.: Экзамен, 2002.

2. Гаджинский А. *Сервис в логистике: возможности и проблемы* // *Логистик & система*. № 1.

3. Сергеев В. И. *Управление знаниями и подготовка персонала компаний в области логистики* // *Логистика и управление цепями поставок*. 2006.

4. Ильин А. И. *Планирование на предприятии*. М., 2005.

УДК 658.7

Ю. С. Резанова
 Научный руководитель – Е. В. Белякова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МЕСТО И РОЛЬ ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИЦИОННЫХ КОМПАНИЙ В ТРАНСПОРТНО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрены роль и место транспортно-экспедиционных компаний в деятельности одного из крупнейших заводов Красноярска по производству изделий из алюминиевых сплавов.

В целях ускорения перевозок, уменьшения транспортных расходов предприятий, отправляющих и принимающих груз, а также обеспечения наиболее производительной работы транспорта организуются специальные транспортно-экспедиционные предприятия (далее – ТЭК). В большинстве случаев ТЭК является компанией-посредником между клиентом и перевозчиком, предоставляя услуги по поиску исполнителя и транспорта, удовлетворяющим критериям перевозки груза.

Законодательную базу транспортно-экспедиционной деятельности для всех видов транспорта со-

ставляет Федеральный закон от 30 июня 2003 г. № 87-ФЗ «О транспортно-экспедиционной деятельности» и Гражданский кодекс РФ.

Установленными в п. 2 ст. 2 Федерального закона № 87-ФЗ правилами определяются перечень экспедиторских документов (документов, подтверждающих заключение договора транспортной экспедиции); требования к качеству экспедиционных услуг; порядок оказания экспедиционных услуг [1].

Промышленное предприятие предъявляет к транспортно-экспедиционным компаниям ряд требований, которым те должны удовлетворять:

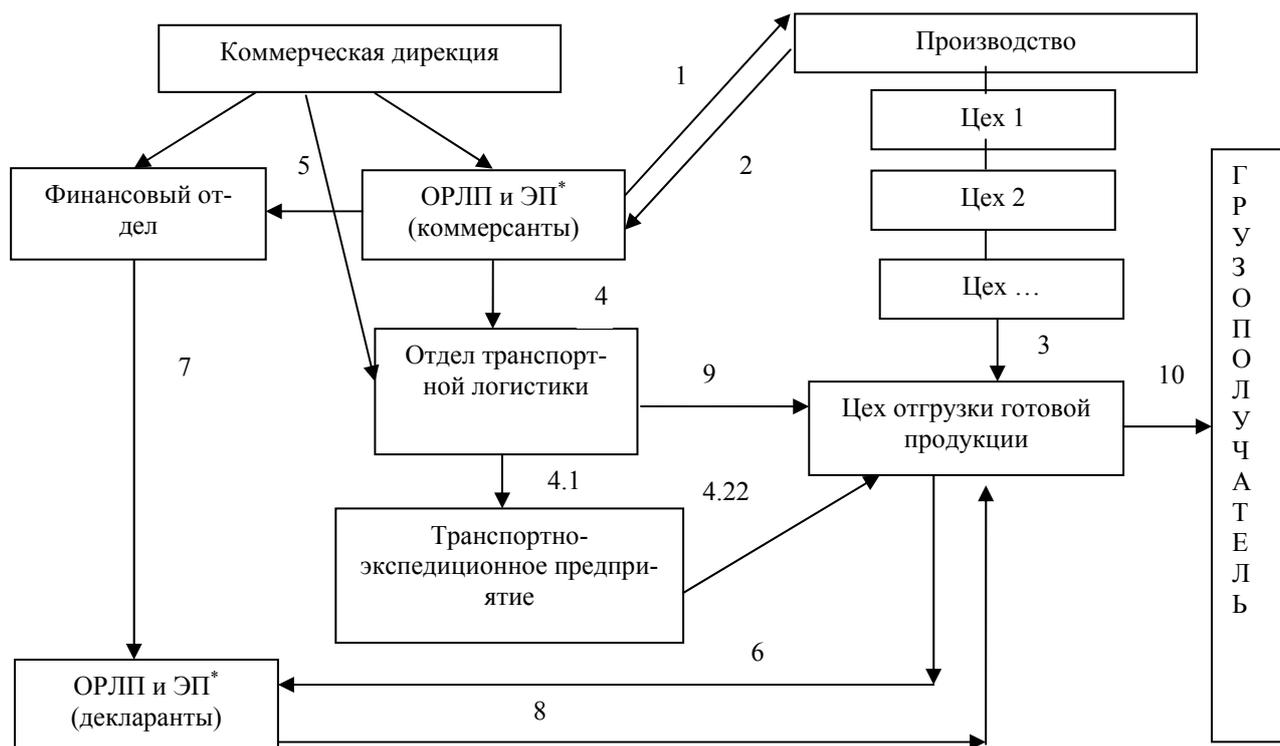


Схема осуществления транспортно-сбытовой деятельности ООО «КраМЗ»:

1 – заявка на производство продукции для грузополучателя; 2 – ответ с производства о готовности / наличии продукции; 3 – передача продукции в цех готовой продукции, формирование товарной партии, маркирование товара; 4 – сообщение о необходимости транспортировки товара и адреса грузоотправителя; 4.1 – выбор вида транспортного средства и ТЭК; 4.2 – отправка транспортного средства ТЭК для транспортировки продукции; 5 – передача документов, необходимых для формирования платежных документов; 6 – передача транспортных и сопроводительных документов для таможенного декларирования товарной партии; 7 – передача платежных документов, необходимых для таможенного декларирования товаров; 8 – передача перевозчику декларации на товары с отметками таможни «Выпуск разрешен», а также транспортных и иных сопроводительных документов; 9 – контроль за осуществлением отгрузки товара на транспортное средство перевозчика; 10 – осуществление перевозки товара и передача его грузополучателю в соответствии с условиями поставки

- Неукоснительное соблюдение всех правил и условий транспортировки груза.
- Возможность отправки грузов в короткие сроки.
- Формирование и предоставление отчетности и прочих финансовых, сопроводительных документов.
- Материальная ответственность перед клиентом.
- Выбор оптимального маршрута и тарифа.
- Контроль за исполнением и информирование клиента о статусе перевозки груза.
- Строгое соблюдение законодательства.
- Большой выбор транспортных средств.
- Поиск и предоставление транспорта в заданные сроки.
- Быстрая и четкая обработка поступающих заказов.
- Контроль над передвижением груза на протяжении всего маршрута следования.

На текущий момент на рынке грузоперевозок представлено большое число малых и крупных транспортно-экспедиционных компаний. ООО «КраМЗ» пользуется услугами преимущественно крупных ТЭК, поскольку последние обладают большими возможностями и ответственностью, по сравнению с малыми.

Среди услуг, оказываемых ТЭК, для завода наибольшее значение имеет доставка грузов на склады и со складов различными видами транспорта. Большинство экспортных поставок металлургической продукции осуществляется автотранспортом с перегрузом и с промежуточным хранением на складе.

Структура транспортно-сбытовой деятельности завода сводится к цеху отгрузки готовой продукции и непосредственно к перевозчику ТЭК (рис.). Сбытовую часть данной деятельности формируют Отдел реализации литейной продукции и экспортных поставок (ОРЛП и ЭП) и производственные цеха. Кроме того, в сбытовой деятельности ООО «КраМЗ» принимает участие финансовый отдел, оформляющий платежные документы для экспортируемой продукции. Организацией транспортной деятельности на территории завода занимается его Отдел транспортной логистики, а непосредственно перевозку до грузополучателя организует и осуществляет транспортно-экспедиционная компания. ООО «КраМЗ» использует услуги крупнейших экспедиторов.

Таким образом, транспортно-экспедиционные компании играют ключевую роль в транспортной деятельности предприятия и одну из главных ролей в сбытовой деятельности предприятия. Именно ТЭК в деятельности завода обеспечивает движение материальных и информационных потоков от грузоотправителя к грузополучателю.

Библиографическая ссылка

1. О транспортно-экспедиционной деятельности : федер. закон от 30.06.2003 № 87-ФЗ // Российская газета. 03.07.2003.

© Резанова Ю. С., 2012

УДК 330.65

А. В. Самарцева
Научный руководитель – Я. И. Шамлицкий
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СИСТЕМЫ МОНИТОРИНГА И КОНТРОЛЯ АВТОТРАНСПОРТА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Рассматриваются проблемы организации транспортного хозяйства промышленных организаций, предлагаются логистические пути решения задач мониторинга и контроля автотранспорта.

Развитие промышленного комплекса является одной из стратегических задач России. В этой связи перспективным видится снижение затрат транспортно-складского комплекса, занимающих большую долю в расходах промышленных компаний. Подобные меры позволяют высвободить дополнительные финансовые ресурсы и увеличивают конкурентоспособность организации. В данной статье остановимся на возможностях использования потенциала логистических технологий в области снижения транспортных расходов и развития внутренних коммуникаций предприятия.

Начиная работу по совершенствованию работы транспортного отдела необходимо определить использовать ли собственный или заемный транспорт. В случае необходимости содержания собственного автопарка, управление может реализовываться в рамках организации транспортно-технологической системы (ТТС). ТТС – это комплекс согласованных и взаимо-

связанных технических, экономических, организационных, информационных и коммерческих решений, позволяющих с максимальным эффектом и наименьшими затратами обеспечить доставку грузов в конкретных направлениях движения товара к потребителю [1].

Рассмотрим основные принципы формирования ТТС:

- комбинирование различных видов транспорта при перевозке грузов;
- возможность разделения транспортных средств на составные части (грузовых помещений, энергетических установок, ходовых частей, вспомогательных помещений);
- применение новых принципов движения с целью повышения скорости доставки грузов;
- укрупнение грузовых единиц для повышения интенсивности грузовых операций и уменьшения материальных и трудовых затрат [1].

Основными направлениями совершенствования транспортных технологий в настоящее время являются: интеграция производственных и транспортных процессов, развитие транспортной логистики; использование интермодальных технологий и контейнеризация системы товародвижения; применение экологически-ориентированных и ресурсосберегающих транспортных технологий; информатизация всех аспектов транспортного процесса.



Схема работы спутниковых систем мониторинга транспорта

К одному из эффективных технических решений можно отнести спутниковый мониторинг транспорта, что позволяет решать задачи мониторинга, контроля соблюдения графика движения, оптимизации маршрута и обеспечения безопасности является внедрение спутникового мониторинга транспорта (системы мониторинга подвижных объектов, построенной на основе систем спутниковой навигации, оборудования и технологий сотовой и/или радиосвязи, вычислительной техники и цифровых карт). Спутниковый мониторинг транспорта используется для решения задач транспортной логистики в системах управления перевозками и автоматизированных системах управ-

ления автопарком [2]. Схема работы подобной системы представлена на рисунке.

Принцип работы заключается в отслеживании и анализе пространственных и временных координат транспортного средства. Существует два варианта мониторинга: online – с дистанционной передачей координатной информации и offline – информация считывается по прибытию на диспетчерский пункт.

На транспортном средстве устанавливается мобильный модуль, состоящий из следующих частей: приёмник спутниковых сигналов, модули хранения и передачи координатных данных. Программное обеспечение мобильного модуля получает координатные данные от приёмника сигналов, записывает их в модуль хранения и по возможности передаёт посредством модуля передачи. Модуль передачи позволяет передавать данные, используя беспроводные сети операторов мобильной связи. Полученные данные анализируются и выдаются диспетчеру в текстовом виде или с использованием картографической информации. Мобильный модуль может быть построен на основе приёмников спутникового сигнала, работающих в стандартах NAVSTAR GPS или ГЛОНАСС. В offline варианте необходимость дистанционной передачи данных отсутствует. Это позволяет использовать более дешёвые мобильные модули и отказаться от услуг операторов мобильной связи.

Таким образом, предприятие получает необходимые сведения в полном объеме и может оптимизировать значительные расходы данной области.

Библиографические ссылки

1. Миротин Л. Б. Логистика. Управление в грузовых транспортно-логистических системах. М. : Юрист, 2011.
2. Бондаренко А. А. Системы мониторинга автотранспорта [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tk-chel.ru/>

© Самарцева А. В., 2012

УДК 669.713.7

А. Д. Тихоненко
 Научный руководитель – С. Л. Парфенова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА НА ПРИМЕРЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «УСОЛЬСКОЕ»

Совершенствование структуры рынка и рыночных отношений приводит к необходимости повышать качество логистического сервиса. Оставаться конкурентоспособными могут лишь те поставщики, которые в состоянии удовлетворить требования потребителей.

Современный рынок и требования потребителя заставляют производителей заботиться о сервисном обслуживании своей продукции. Потенциальная востребованность логистического сервиса обуславливается его способностью придавать товарам новые свойства, такие как полезность места, времени доступности, формы владения и пользования.

Качество логистических услуг определяется как соответствие требованиям потребителей, которые должны быть четко сформулированы и измерены с помощью системы показателей. Для оптимизации логистического сервиса необходимо: точно оценивать качество услуг (с помощью системы показателей, проранжированных в соответствии с их значимостью

для клиентов); свести к минимуму расхождения между ожидаемым потребителями и фактическим значениями показателей качества услуг.

Основными обобщенными показателями качества услуг являются: надежность, доступность, компетентность, взаимопонимание, осязаемость. Основная сложность при оценке качества услуг заключается в том, что большинство параметров нельзя измерить количественно (например, компетентность, взаимопонимание, осязаемость).

Показатель надежности предоставления сервиса в реальных логистических системах не должен составлять менее 95 %.

Доступность обслуживания для клиента фирмы можно оценить комплексом показателей, включающим:

а) количество названий товаров в ассортименте (плановое и фактическое);

б) коэффициент завершенности покупки (выполненных заказов) – наиболее важный показатель;

в) коэффициент комплексности покупки – среднее количество наименований товаров, приобретаемое одним покупателем.

Показатели «скорость обслуживания» и «цена обслуживания» сравниваются со средним значением по отрасли.

На основе коэффициента значимости показателя и его фактического значения каждому показателю дается определенная оценка в баллах.

Логистический сервис – это баланс (разумный компромисс) между приоритетом высококачественного обслуживания потребителей и соответствующими затратами, необходимыми для его обеспечения. С повышением уровня сервиса затраты на сервис, естественно, возрастают, причем их рост имеет нелинейный характер, а именно с повышением качества услуг затраты растут быстрее. Следовательно, задача специалиста-логиста заключается в поиске оптимального уровня сервиса. Существует диапазон, в котором любая фирма может найти оптимальный для себя уровень сервиса. Начальной точкой диапазона является «минимальный уровень сервиса» – оказывая услуги ниже этого уровня, фирма не будет восприниматься рынком, т. е. потребители не будут пользоваться ее услугами. Конечная точка диапазона – точка, в которой повышение уровня сервиса становится нечувствительным для потребителя и при этом начинает приносить убытки фирме.

Покажем на примере предприятия ООО «Усольское» внедрение логистического сервиса и проведения мероприятий по оптимизации системы распределения продукции.

Производственно-коммерческая фирма «Усольское» создана в 1994 году. По организационно-правовой форме это общество с ограниченной ответственностью. Фирма занимается выращиванием зерновых культур и производством муки.

У рассматриваемого предприятия за годы его работы на рынке сложились определенные устойчивые связи с несколькими предприятиями, занимающимися оптовыми закупками муки: ООО «Акварин», ООО «Вариант», ООО «Дельта-М», ООО «Мариуль», ЧП Мужарова А. А.

Анализ структуры сбыта продукции показал, что значительную долю своей продукции (70,3 %) предприятие реализует ООО «Акварин», ООО «Вариант».

Используемая предприятием система сбыта имеет один распределительный центр, откуда готовая продукция реализуется оптовым покупателям. Оптовый покупатель самостоятельно вывозит продукцию предприятия со склада.

К положительным моментам использования такой системы распределения можно отнести: отсутствие расходов на содержание дополнительных складов; снижение транспортных расходов на перевозку мелкооптовых грузов и, как следствие, уменьшение цены для конечного потребителя.

К отрицательным моментам относятся: высокая зависимость от оптовых покупателей.

Данная распределительная система не отвечает многим логистическим принципам, на которых должны строиться системы распределения с точки зрения оптимизации потоковых процессов.

В схеме системы распределения продукции большая часть материальных потоков направлена в одну сторону. Ведь сама фирма ведет свою деятельность на территории Абанского района, который находится на достаточном расстоянии от центра города и от мест расположения большинства торговых точек. Существующая система распределения не оптимизирована с точки зрения величины суммарных транспортных издержек, которые несут все участники процесса распределения, а это в конечном итоге приводит к неэффективному использованию ресурсов, и, как следствие, к завышенной конечной цене продукции предприятия. Так в 2011 г. себестоимость единицы продукции составила 5,39 руб., а реализационная цена – 10,50 руб. Расчеты показывают, что даже при перевозке партий муки грузовыми автомобилями суммарные транспортные и складские издержки на один кг. не превышают 0,6 р. Таким образом, предприятие при самостоятельной доставке своей продукции до конечного потребителя будет иметь возможность реализовывать муку по цене 15,00–18,00 руб., тогда как суммарные затраты на кг. составят 5,99 руб. Суммарная годовая прибыль от реализации возрастет на 7743,77 тыс. руб.

Основными рекомендациями предприятию ООО «Усольское» являются:

– формирование сети распределительных центров (складов), приближенных к конечному потребителю продукции;

– приобретение грузовых автомобилей для транспортировки продукции от места производства до центров распределения;

– максимальная диверсификация структуры сбыта продукции путем поиска новых посредников с целью снижения торгового риска;

– заключение прямых договоров с розничными торговыми точками по реализации продукции;

– установление стабильных отношений на взаимовыгодных условиях с торговыми посредниками.

Внесенные предложения по оптимизации системы распределения продукции приведут к улучшению ключевых показателей качества логистического сервиса, таких как «доступность», «скорость обслуживания» и «цена обслуживания».

УДК 331.5

А. А. Алиферов, В. С. Матвеева
Научный руководитель – О. Н. Болсуновская
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСОБОЕ ЗНАЧЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА И ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

В последние годы XX века менеджмент полагал, что люди, а не деньги, здания или техника – решающий отличительный признак успешного предприятия. По мере движения в новое тысячелетие и существования в условиях экономики, основанной на знаниях, становится невозможным отрицать, что именно люди – источник прибыли. Любое имущество организаций, кроме людей, бездейственно, это пассивные ресурсы, требующие вмешательства человека для производства стоимости.

Ключ к поддержанию доходности компании или к здоровой экономике – производительность рабочей силы, человеческий капитал. Для того чтобы люди приносили стабильный доход компании, необходимы вложения в человеческий капитал и трудовой потенциал. Одним из направлений их развития является обучение.

Обучение – это любой систематический процесс, используемый организациями для развития знаний работников, их навыков, изменения поведения или установок, чтобы повысить вклад в достижение организационных целей. Это один из самых важных элементов, как системы развития трудового потенциала организации, так и её человеческого капитала.

Система развития трудового потенциала организации – это совокупность связанных и взаимодействующих друг с другом элементов, составляющих единое целое и выполняющих функции развития трудового потенциала организации.

Исходная структуроформирующая единица трудового потенциала организации – трудовой потенциал работника – не является величиной постоянной, он непрерывно изменяется. Трудоспособность человека и аккумулируемые (накапливаемые) в процессе трудовой деятельности созидательные способности работника повышаются по мере развития и совершенствования знаний и навыков.

В настоящее время обучение персонала для большинства российских организаций приобретает особое значение. Это связано с тем, что работа в условиях рынка предъявляет высокие требования к уровню квалификации персонала, знаниям и навыкам работников, ведь те знания, навыки, установки, которые помогали персоналу успешно работать еще вчера, сегодня теряют свою действенность. Очень быстро изменяются как внешние условия (экономическая политика государства, законодательство и система налогообложения, появляются новые конкуренты и т. п.), так и внутренние условия функционирования организации (реструктуризация предприятий, технологические изменения, появление новых рабочих мест и др.), что ставит большинство российских организаций

перед необходимостью подготовки персонала к сегодняшним и завтрашним изменениям.

Достижение долгосрочных и краткосрочных целей, необходимость повышения конкурентоспособности и проведение организационных изменений требуют опоры на хорошо спланированную и четко организованную работу по обучению персонала. При этом дело не ограничивается передачей работникам тех или иных знаний и развитием у них необходимых навыков. В ходе обучения работникам может быть передана информация о текущем состоянии дел и о перспективах развития организации. Кроме того, обучение призвано повышать уровень трудовой мотивации, приверженности персонала своей организации и включенности в ее дела, тем самым формируя человеческий капитал и повышая уровень трудового потенциала организации.

Несмотря на очень сложное финансовое положение большинства российских организаций в период перехода к работе в условиях рыночных отношений, расходы, связанные с обучением персонала, начинают рассматриваться как приоритетные и необходимые. Все больше организаций проводит крупномасштабное обучение персонала разных уровней, понимая, что именно обученный, высококвалифицированный персонал и будет решающим фактором в выживании и развитии предприятия, особенно если ему присущи инновационность и высокие темпы роста.

Обучение является важнейшим средством повышения ценности человеческих ресурсов организации. Многие организации не занимаются обучением своего персонала, так как не рассматривают эту статью расходов как необходимую трату финансовых средств, считая, что без этого можно с легкостью обойтись. Однако рано или поздно руководству любой организации неизбежно придется столкнуться с тем, что если не вкладывать деньги в повышение уровня знаний и навыков своих работников, то уровень трудового потенциала организации будет снижаться, а, следовательно, и отдача от человеческих ресурсов организации с каждым годом будет все меньше.

Некоторые организации предпочитают нанимать квалифицированных работников со стороны, считая,

что таким образом они экономят время и финансовые средства на обучении собственного персонала. Но при этом часто недооценивается тот широкий круг задач, которые могут быть решены в ходе обучения сотрудников. Кроме предоставления работникам необходимых знаний и развития у них навыков, требующихся для работы в новых условиях, учеба призвана передавать важную информацию об организации, способствовать укреплению желательных образцов поведения и повышению степени приверженности персонала своей организации. Таким образом, обучение является важнейшим элементом, с помощью которого руководство получает возможность формирования такой оргкультуры, которая будет способствовать успешному достижению организационных целей.

Современные подходы к управлению основываются на необходимости максимального развития трудового потенциала работника, персонал в этом случае рассматривается в качестве ключевого фактора, определяющего эффективность использования всех остальных ресурсов, имеющихся в распоряжении организации. Опираясь на опыт наиболее успешных отечественных и зарубежных компаний, можно сделать вывод, что инвестиции в человеческий капитал, создание условий для профессионального роста работников и повышения их готовности решать возникающие проблемы, дают быструю и высокую отдачу на вложенные средства.

Обучение работников, кроме всего прочего, играет важную роль в донесении до персонала основного смысла и необходимости проводимых изменений, в разъяснении их сути и в том, чтобы добиться поддержки нововведений не только сверху, со стороны руководства, но и снизу, со стороны рядовых работников.

Таким образом, можно сделать вывод, что обучение как основной элемент системы развития организации человеческого капитала и трудового потенциала, не только не потеряло своей актуальности в наше время, но приобретает все большую значимость как для менеджеров, так и для рядовых сотрудников, стремящихся к самореализации и саморазвитию.

© Алиферов А. А., Матвеева В. С., 2012

УДК 330.332

А. А. Алиферов

Научный руководитель – О. Н. Болсуновская
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗВИТИЕ КАРЬЕРЫ СОТРУДНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ НА ЭТАПЕ ИНТЕНСИВНОГО РОСТА

В передовых западных организациях деловая карьера является объектом управления, которое сводится к совокупности мероприятий, осуществляемых кадровыми службами и консалтинговыми фирмами, позволяющих работникам раскрыть свои способности и применить их наиболее выгодным для себя и организации способом. Их необходимость связана с тем, что большинство сотрудников, как показывают исследования, обычно относится к своей карьере пассивно, предпочитая, чтобы этими вопросами занимались их руководители. Поэтому для современной организации на этапе интенсивного роста планирование деловой карьеры – определение путей, ведущих к достижению ее цели – является обязательным.

Термином развитие карьеры обозначается целенаправленная деятельность руководящего состава организации, принимаемая для того, чтобы помочь сотрудникам определить свои профессиональные цели и достичь их.

Грамотно спланированное развитие сотрудников принесет наиболее ощутимые результаты в быстро развивающихся организациях на стадии интенсивного роста.

Жизненный цикл предприятия представляет собой последовательность сменяющих друг друга этапов или стадий. На сегодняшний день выделяются две основные модели жизненного цикла организации, которые были предложены Ларри Грейнером и Ицхаком Адизесом. Этапу интенсивного роста по модели Адизеса соответствует четвертая стадия «Юность».

На этой стадии организация претерпевает как количественные, так и качественные изменения. Меняется управленческий состав и структура организации, расширяется штат.

Развитие карьеры на этой стадии является ключевым элементом системы развития трудового потенциала и включает в себя:

- консультирование по вопросам карьеры (например, для новых сотрудников);
- планирование карьеры (например, планирование должностных повышений сотрудников, желающих продвинуться по службе);
- распространение информации об имеющихся или ожидаемых вакантных должностях в компании (или даже о возможностях альтернативного выбора профессии для людей, которые считают, что их карьера развивается по неверному пути) [1].

Многие виды деятельности, относящейся к категории развития карьеры, проводятся неформально по каналам индивидуальных отношений, но число официальных программ растет.

В перечень Сьюпера и Майнора входят цели, имеющие как индивидуальную, так и общую для всей организации специфику, но для достижения этих целей в первую очередь необходимо внимание к от-

дельному человеку. Драйвер в своей работе «Career concepts and career management in organizations» (1979) считает, что эффективное развитие карьеры основано на понимании специфичной для конкретного человека концепции карьеры. Он выделяет четыре таких концепции:

1. Стабильная. Выбор карьеры происходит рано и остается постоянным – изменения нежелательны.

2. Изменяющаяся. Выбор карьеры никогда не является окончательным; основное желание – не стоять на месте.

3. Спиральная. Каждые пять-семь лет происходит выбор новой карьеры, причем основной акцент ставится на творческих изменениях.

4. Линейная. Выбор карьеры происходит рано – акцент ставится на движении вверх по служебной лестнице [2].

По мнению Драйвера, для эффективного планирования карьеры надо помочь людям идентифицировать свою концепцию карьеры и следовать ей. В некоторых случаях для этого достаточно предоставить необходимую информацию.

Драйвер полагает, что самая важная область применения идеи концепции карьеры – это использование ее потенциала для достижения соответствия между человеком и организацией, в которой он работает. Эта основная идея нашла практическое применение в ряде организаций, где отказываются от устоявшейся кадровой политики на основе принципа «вверх или за дверь», поскольку такая политика не учитывает реалий современного динамично изменяющегося мира.

В работе Сьюпера и Майнора «Career development and planning in organisations» (1987) упоминаются различные цели, которые могут быть достигнуты с помощью эффективной программы развития сотрудников:

1) формирование рабочей силы, обладающей умениями и опытом, которые необходимы организа-

ции для удовлетворения текущих и будущих потребностей;

2) предотвращение задержки индивидуального карьерного роста (замедленного продвижения по службе) и «устаревания» знаний и умений (недостаточности имеющихся умений для дальнейшего качественного выполнения текущей работы);

3) хорошая программа развития сотрудников полезна еще и тем, что пополняется резерв талантливых менеджеров, которые понадобятся в будущем.

В современной организации на стадии «Юности» такая программа способствует формированию климата поддержки и поощрения личного роста, что вносит очень ощутимый вклад в развитие трудового потенциала.

Наконец, развитие сотрудников помогает топ-менеджерам организаций на этапе интенсивного роста в быстром и качественном достижении целей и выполнении требований владельцев или акционеров организации. Зачастую, в таких организациях складывается ситуация, когда квалифицированные кадры выращаются в очень сжатые сроки и времени на длительный процесс определения концепции карьеры, присущей конкретному человеку, просто нет.

В таких условиях организация, обладающая эффективной хорошо спланированной и организованной системой развития карьеры, будет иметь явные преимущества перед конкурентами, оказавшимися в аналогичных условиях.

Библиографические ссылки

1. Ицхак К. Адизес. *Управление жизненным циклом корпорации.*

2. Driver M. J. *Career concepts and career management in organizations.* 1979.

© Алиферов А. А., 2012

УДК 669.713.7

А. Ф. Андреева

Научный руководитель – В. В. Новиков

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СУЩНОСТЬ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ НЕПРЕРЫВНОГО ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Рассмотрено понятие непрерывного обучения, его сущность и развитие в условиях современной экономики; рассмотрена модель организации непрерывного обучения персонала в организации.

Если раньше образование получали на всю жизнь, то в современном мире необходимо образование в течение всей жизни («Life Long Learning»). Поэтому уже в школьном возрасте нужно сформировать у ребёнка привычку постоянно учиться и совершенствоваться, научить учиться.

Непрерывное образование – это процесс роста образовательного (общего и профессионального) потенциала личности в течение жизни, организационно обеспеченный системой государственных и общественных институтов и соответствующий потребностям

личности и общества. Цель непрерывного образования – целостное развитие человека как личности на протяжении всей его жизни, повышение возможностей его трудовой и социальной адаптации в быстро меняющемся мире, развитие способностей обучающегося, его стремлений и возможностей [1].

Автор Беляева Е.Г. считает, что непрерывное обучение персонала в современном менеджменте рассматривается не только и не столько как переобучение работников в связи со «старением» их квалификации, сколько как планируемый (на основе прогно-

зов развития средств производства) процесс систематического повышения квалификации и перехода к наиболее сложной, многопрофильной, профессиональной деятельности [2].

Важность непрерывного обучения связана с рядом факторов:

1. Внедрение новой техники, технологии, производство современных товаров (например, бытовой, теле- и видеотехники, компьютеров, автомобилей), предоставление различного рода новых информационных услуг (например, Интернет, телефония), рост коммуникационных возможностей создают условия для ликвидации или изменения некоторых видов работ.

2. На данный момент наблюдается высокий уровень конкуренции между предприятиями. Компании, имеющие современную систему инженерного обеспечения производства и программы непрерывного образования персонала, лидируют в условиях этой конкуренции. Благодаря этому они имеют возможность в кратчайшие сроки ответить на любой «вызов конкурентов» повышением производительности и результативности труда.

3. Быстротечные изменения, происходящие во всех областях жизни, являются главным элементом современности. Постоянные, не прекращающиеся и быстрые изменения техники, технологии, методов и форм производства, безусловно, требуют создания, внедрения и реализации на предприятии программы, системы непрерывного обучения персонала. Более эффективным и экономичным для предприятия является повышение отдачи от уже работающих сотрудников на основе их непрерывного обучения, чем при-

влечение новых работников. Вновь привлеченных в компанию сотрудников также необходимо обучать, как и уже работающий персонал, в первую очередь, начиная с их адаптации.

Наиболее часто встречающаяся модель организации непрерывного обучения персонала в организации состоит из 3 стадий: планирования, реализации, оценки (схема 1) [3].

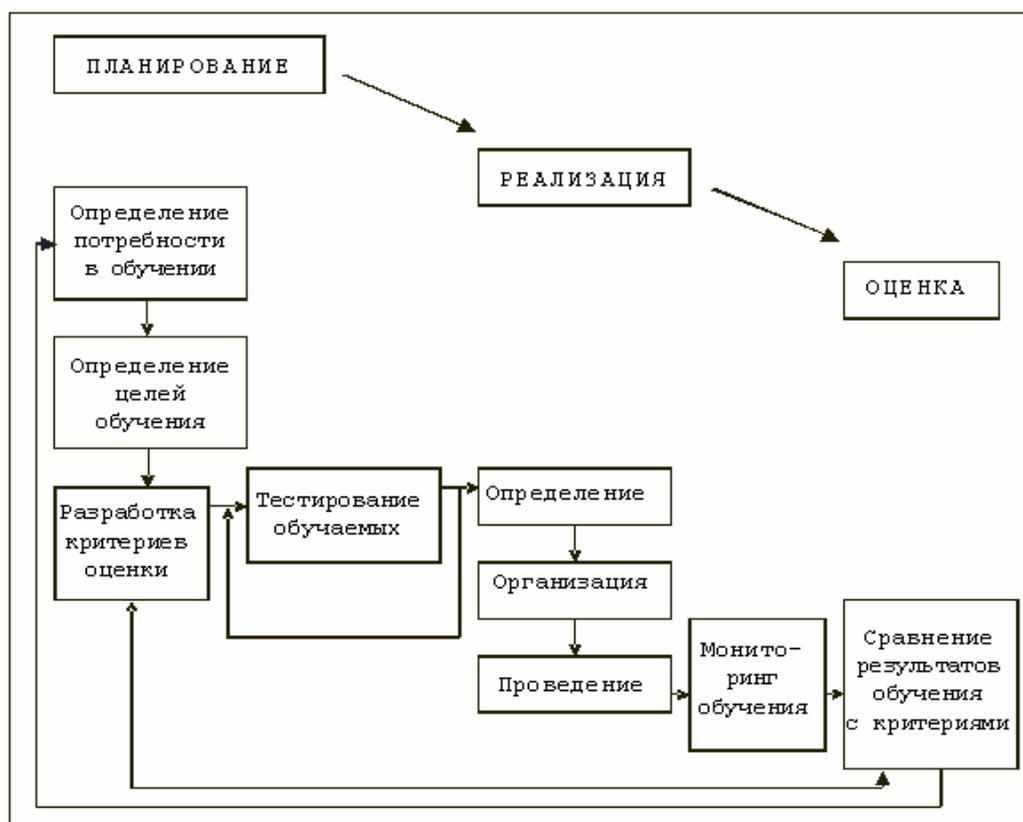
Авторы данной схемы Т. Ю. Базаров и Б. Л. Еремина разделили процесс осуществления системы непрерывного обучения на три последовательных этапа:

I этап – планирование – включает в себя анализ, определение потребностей и целей обучения, детальную разработку критериев оценки обучения;

II этап – реализация – подразумевает непосредственную подготовку, организацию и проведение обучения;

III этап – оценка – является этапом мониторинга, отслеживания эффективности обучения. Основная задача оценки – понять, в какой степени сотрудники используют знания и навыки, которые они получили в результате обучения [3].

Отметим, что при использовании системы непрерывного обучения персонала экономический эффект достигается: за счет коротких сроков подготовки сотрудников при минимальном отрыве от основной деятельности; путем увеличения практической отдачи от прошедшего такую подготовку персонала; обученный персонал оперативно реагирует и хорошо приспосабливается к быстроменяющимся условиям внешней среды, что способствует повышению конкурентоспособности предприятия в целом.



Система непрерывного обучения персонала

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что обучение персонала является важнейшим средством достижения стратегических целей организации, повышения ценности человеческих ресурсов организации и без своевременного обучения персонала проведение организационных изменений сильно затрудняется или становится невозможным.

Библиографические ссылки

1. [Pedsovet.org/](http://pedsovet.org/) 12-й Всероссийский интернет-педсовет // <http://pedsovet.org/content/view/11614/341>.
2. Беляева Е. Г. *Непрерывное развитие сотрудников как условие развития компании : справ. по управлению персоналом. 2008 г. № 5. С. 8.*
3. Базаров Т. Ю. *Управление персоналом / под. ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. М. : Юнити, 2006. С. 168.*

© Андреева А. Ф., 2012

УДК 65.015.12

А. А. Афонин

Научный руководитель – А. Н. Казакова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВЛИЯНИЕ ОФИСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА НА РАБОЧИЙ ПРОЦЕСС

В настоящее время организации стремятся наиболее эффективно использовать рабочее пространство, которым они располагают. Особую популярность обретают так называемые офисы открытого типа, которые позволяют значительно экономить пространство.

Open-space-офисы, или офисы открытого типа появились сравнительно недавно. Впервые такая организация рабочего пространства возникла в бизнес-центрах на Манхэттене в США в 60–70 гг. прошлого века. Эти офисы разработаны в противовес классической кабинетно-коридорной системе и представляют собой новую организацию делового пространства, в которой капитальные стены заменены стационарными и мобильными офисными перегородками. Однако следует отметить, что при open-space-кабинеты все же сохраняются у топ-менеджмента компании.

Основной причиной применения офисов открытого типа является стремление компаний сэкономить. Чем больше отдельных кабинетов – тем больше квадратных метров простаивает зря. Для помещений в формате open-space требуется меньше затрат на аренду и ремонт. По мнению экспертов, рациональное использование рабочего пространства в таком случае возрастает на 30 % [1].

Организация open-space имеет свои особенности. Офис условно делится на зоны: отделы, наиболее активные и «разговорчивые» по роду деятельности (к примеру, отдел продаж), сидят далеко от тех сотрудников, которым требуется сосредоточение (финансовый отдел). Согласно исследованию, проведенному изданием «Российская бизнес-газета», для эффективной работы одного человека, ему требуется 3,5 кв. м. При этом 2 кв. м занимает стол с компьютером, остальное приходится на проход. Если open-space организован правильно, то эти требования могут быть соблюдены.

Наиболее часто офисы открытого типа используют организации сферы услуг и банковского типа. Однако существуют и другие примеры. В таком формате работают и такие компании, как HewlettPackard и Wrigley. Кроме того, по заявлению Kommersant.ru, технологию офисов открытого типа стала применять Администрация Перьми [1].

Несмотря на все положительные моменты open-space, такие как экономия пространства, облегчение

процесса контроля деятельности сотрудников, быстрый обмен информацией и др. существуют и отрицательные стороны использования такой технологии. Например, высокий уровень шума, быстрое распространение слухов и трудность расположения «громких» и «тихих» отделов. Кроме того, как показывают последние исследования, open-space отрицательно влияет на выработку, а также повышает уровень стресса.

Несмотря на то, что офисы открытого типа были разработаны для того, что бы способствовать творческому мышлению и быстрому решению проблем, некоторые специалисты отмечают, что это не всегда удается. Например, сотрудник поглощен какой-то работой, а где-то рядом с ним начинает звонить телефон. Даже если он старается не реагировать на раздражитель, мозг в любом случае сделает это [2].

В поддержку точки зрения о том, что офисы открытого типа снижают эффективность деятельности, говорят и некоторые статистические исследования. К примеру, Университетский колледж Лондона опросил 20 тыс. чел. на предмет того, чувствуют ли себя люди счастливыми в своих офисах. В результате опроса, 56 % жаловались на отсутствие личной жизни, 55 % на неправильный температурный режим, 60 % на отсутствие тихого пространства. Технологический университет Куинсленда обнаружил, что шум и суета способны повышать артериальное давление людей, что приводит их к стрессу, чувству опустошенности. Кроме того, исследования австралийских ученых в 2009 году показали, что в офисах открытого типа люди болеют чаще, чем в офисах с традиционной планировкой [2].

Выход из сложившейся ситуации все же существует. Если бы персоналу было позволено обогащать пространство вокруг себя вещами вроде плакатов с любимыми персонажами, просто смешными картинками или персонализировать рабочее место другими способами, люди могли бы улучшить свое благосостояние на 32 %, а производительность труда — на 15 %. По мнению

психолога Эксетерского университета Крейга Найта эти действия могут позволить улучшить показатели, поскольку работники получают возможность контактировать с комфортными для себя атрибутами и, как результат, лучше концентрироваться [2].

Что касается уровня шума, то некоторые специалисты предлагают размещать на рабочих столах наушники, что позволяет в некоторой мере абстрагироваться от окружающей обстановки. Поддерживать сотрудников в бодром и позитивном настроении помогут также переговорные комнаты и специальные места для отдыха, которые давали бы возможность уединиться хотя бы в течение десяти–пятнадцати минут, чтобы немного передохнуть от офисной суеты и скученности [3].

Таким образом, технология openspace имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Компании необходимо оценить целесообразность приме-

нения данной технологии, а именно осознавать все последствия и положительный эффект. Зачастую в применении openspace нет необходимости, однако в некоторых случаях и при правильной организации такая технология позволяет добиться значительной экономии средств и хорошей самоотдачи от сотрудников.

Библиографические ссылки

1. *Официальный сайт УК «Офис-М»*. URL: <http://www.office-m.ru/blog/plyusy-i-minusy-open-space>.
2. *Сайт новостей Сегодня.ua*. URL: <http://www.segodnya.ua/news/14277456.html>.
3. *Как снизить стрессогенность работы в openspace-офисе*. URL: <http://www.doors-park.ru/news/view/1250>.

© Афонин А. А., 2012

УДК 658.3

К. В. Бабак

Научный руководитель – А. И. Таюрский
Сибирский государственный аэрокосмический университет
Имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Рассмотрено понятие трудового потенциала, его сущность и роль в развитии предприятия; изучены показатели, позволяющие охарактеризовать потенциал работников; представлены возможные методы оценки трудового потенциала.

С переходом к рыночной экономике произошли принципиальные изменения в системе управления предприятиями. Следствием таких изменений стали новые подходы к организации и качеству управления предприятием. В силу этого особую важность и практическую значимость приобретает эффективное управление персоналом.

В условиях современной действительности интерес к трудовому потенциалу работника, коллектива, организации в целом всё более возрастает. Связано это с тем, что в процессе развития рыночной экономики в России конкуренция между производителями товаров и услуг постепенно увеличивается – каждый ищет своё «место под солнцем».

Чтобы не потерять свою нишу на рынке, предприятиям необходимо адекватно реагируя на имеющиеся тенденции, рационализировать производство, сокращать и оптимизировать издержки, изыскивать всевозможные резервы. В таких условиях необходимо учитывать имеющийся трудовой потенциал организации, стремиться использовать его наиболее эффективно.

Для определения необходимых решений по поводу развития трудового потенциала предприятия, следует провести предварительный анализ и последующую оценку наиболее значимых, с точки зрения конкретного производства, характеристик трудового потенциала и степени соответствия указанных характеристик предъявляемым требованиям.

Трудовой потенциал страны, региона, предприятия – это располагаемые в настоящее время и предвиди-

мые в будущем трудовые возможности, характеризующиеся количеством трудоспособного населения, его профессионально-образовательным уровнем и другими качественными характеристиками [1].

Учитывая вышеизложенное, учеными был внесен ряд уточнений в понятие трудового потенциала, а именно:

- трудовой потенциал, с количественной стороны, это численность физических лиц в границах данной экономической территории, которая на момент учёта относится к рабочей силе;

- трудовой потенциал с качественной точки зрения – это социально-экономические характеристики рабочей силы: квалификация, специализация, семейное положение, уровень образования, специальность и др.

Оценка трудового потенциала – оценка располагаемых в настоящее время и предвидимых в будущем трудовых возможностей, характеризующих количество трудоспособного персонала [1].

Методы, применяемые в ходе оценки совокупного трудового потенциала предприятия, включают в себя ряд показателей, позволяющих охарактеризовать потенциал работников с качественной и количественной стороны.

Для характеристики совокупного трудового потенциала с количественной стороны используются такие показатели, как:

- численность промышленно-производственного персонала и персонала непромышленных подразделений;

- количество рабочего времени, возможного для отработки при нормальном уровне интенсивности труда (границы возможного участия работника в труде).

Качественная характеристика трудового потенциала направлена на оценку:

- физического и психологического потенциала работников предприятия;
- объема общих и специальных знаний, трудовых навыков и умений, обуславливающих способность к труду определенного качества;
- качество членов коллектива, как субъектов хозяйственной деятельности [2].

Ряд авторов предлагает использовать для оценки трудового потенциала предприятия конкретные показатели. Так, например, Р. П. Колосова считает, что трудовой потенциал можно измерить затратами живого труда: «Измерение затрат живого труда на изготовление продукции проявляется в изменении, движении ряда экономических показателей, таких, как численность работающих, заработная плата, рабочее время, трудоемкость, профессиональная квалификационная структура кадров и др. Каждый из них, характеризуя различные стороны трудового потенциала, более или менее полно, в зависимости от своей природы и метода исчисления, отражает место затрат живого труда в совокупных затратах предприятия (объединения) на изготовление продукции» [2].

В российской практике существует и стоимостной метод оценки трудового потенциала. Например, В. Н. Авдеенко и В. А. Котлов предлагают в стоимость трудового потенциала, кроме стоимостного выражения затрат труда, включать также расходы, связанные с обучением персонала, переподготовкой и повышением квалификации [3].

Исходя из вышеописанного, можно сделать вывод о том, что оценка трудового потенциала персонала -- довольно сложная в методическом и организационном плане задача. Необходимо отметить, что единая универсальная методика, пригодная для решения всего комплекса задач на сегодняшний день отсутствует, как в российской, так и в зарубежной статистической практике. Разработка той или иной методики будет зависеть от целей исследования, оценки, характеризующей категории работников, организационной культуры и философии фирмы и других факторов.

Библиографические ссылки

1. Финансовый словарь «Финнам».
2. Колосова Р. П. Анализ затрат живого труда // Вопросы экономики. 2002. № 3.
3. Редько С. Г. Трудовой потенциал как социально-экономическая категория. М. : Просвещение, 2010.

© Бабак К. В., 2012

УДК 669.713.7

Е. А. Безрукова

Научный руководитель – С. М. Самохвалова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД ПРИ ВЫБОРЕ БИЗНЕС-ТРЕНЕРА

Представленное исследование выявляет взаимосвязь профессиональных ролей, задач и компетенций бизнес-тренера.

Еще относительно недавно профессия «тренер» ассоциировалась только со спортом, сегодня же соединение слов «бизнес» и «тренер» уже ни у кого не вызывает удивления. Спрос на бизнес-тренеров большой, поскольку во многих современных компаниях уже поняли пользу и необходимость обучения сотрудников и выгоду организации его собственными силами. Кто-то выбирает внутреннее обучение, так как оно зачастую дешевле и учитывает потребности конкретного бизнеса, кто-то наоборот считает внешнее обучение куда более эффективным, ссылаясь на то, что тренер, как правило, обладает более высокой квалификацией и, соответственно, его услуги стоят дороже. Он часто специализируется на узкой теме, например, может быть лучшим специалистом на рынке в области тайм-менеджмента или мотивации персонала или жестких переговоров.

Для начала нужно определить, какими основными компетенциями должен обладать бизнес-тренер. Далее представлен перечень необходимых компетенций для высококвалифицированного тренера.

1. Эффективен в коммуникации: способен к орга-

низации диалога как с группой в целом, так и с отдельными ее участниками. Заинтересован и оснащен в получении обратной связи от участников тренинга и группы в целом.

2. Компетентен в сфере групповой динамики («групповедческие» и «групповодческие» навыки): как живет и развивается группа, через какие этапы и кризисы она проходит, способен описывать и моделировать групповые процессы.

3. Наблюдателен, умеет отслеживать индивидуальные и групповые сигналы, говорящие о состоянии группы (участников), уровне их продвижения в материале.

4. Обладает навыками диагностики и мониторинга реальной деятельности (поведения) сотрудников и организации в целом, в частности способностью выделять «узкие места» (трудности, проблемы, ресурсные зоны).

5. Отчетливо формулирует систему целей и задач тренинга, определяет зону и границы возможностей тренинга (тренинговых и нетренинговых решений), способен к «переводу» целей тренинга на язык формируемых навыков.



Взаимосвязь ролей, задач и компетенций современного бизнес-тренера

6. Обладает навыками по работе с навыком. Это требует от тренера, во-первых, способности «видеть навык» – выделять его в потоке действий и операций, извлекать поведенческую основу навыка, алгоритмизировать действия. Во-вторых, тренеру необходима способность «перевода» навыка в систему тренинговых заданий и упражнений для его отработки (тренировки). В-третьих, способность через наблюдение и организацию наблюдения (и самонаблюдения) участников тренинга диагностировать адекватность использования навыка.

7. Точен в монологической речи, особенно при инструктировании группы.

8. Имеет в репертуаре широкий спектр тренерских ролей (типов поведения).

9. Инструментально компетентен: знает и эффективно использует значительный арсенал тренерских средств (игры, разминки и т. п.).

10. Обладает навыками проектирования тренинга: разработки как отдельного тренинга (тренингового модуля), так и целостных обучающих тренинговых программ (системы тренингов).

11. Имеет развитые навыки концептуализации и структурирования, как предметного материала (содержания), так и процесса его освоения: способен предложить группе краткое содержание сказанного (с использованием языка выступающего и группы).

12. Навык поддерживающей и развивающей интерпретации: способность в любом (даже самом «не-

выразительном») выступлении или высказывании найти позитивное содержание и предложить его группе.

На рисунке схематически изображены роли бизнес-тренера, которые он должен исполнять, чтобы соответствовать ожиданиям современного бизнеса, задачи, которые он должен решать и сферы ответственности. Модель компетенций, предложенная нами, предоставляет собой набор критериев управления личной эффективностью бизнес-тренера. В целом, речь идёт о разработке единого подхода, общего языка для описания эффективности работы современных тренеров, независимо от сферы специализации и практикуемого стиля, под потребности современного бизнеса.

Учитывая все вышеперечисленные компетенции, необходимые для бизнес-тренера, нужно главное не ошибиться с выбором для организации именно «своего» тренера, причем здесь не важно с внешних или внутренних источников он будет привлечен.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://ury-smirnov.livejournal.com/54713.html>.
2. URL: http://hr-land.com/pages/art20071122_41638.html.
3. URL: <http://www.treko.ru/>.
4. URL: master-class.spb.ru.

© Безрукова Е. А., 2012

УДК 669713.7

А. М. Богачева
 Научный руководитель – С. М. Самохвалова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КАДРОВЫЕ СТРАТЕГИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АЭРОКОСМИЧЕСКОЙ ОБЛАСТИ

Рассматривается такое понятие, как «кадровая стратегия предприятия», типы взаимодействия кадровой и общей стратегии организации. Описаны особенности кадровой стратегии аэрокосмических предприятий при соответствующих на данный период времени направлениях общей стратегии данных организаций.

В настоящее время актуальным стал вопрос развития управления персоналом и формирования эффективной кадровой стратегии.

Кадровая стратегия – это разработанное руководством организации приоритетное, качественное определенное направление действий, необходимых для достижения долгосрочных целей по созданию высокопрофессионального, ответственного и сплоченного коллектива и учитывающих стратегические задачи организации и ее ресурсные возможности [1, с. 220].

Что касается взаимодействия общей стратегии и кадровой стратегии организации, то их выделяют четыре: кадровая стратегия зависит от стратегии организации в целом; стратегия организации зависит от кадровой стратегии; кадровая стратегия и стратегия организации в целом взаимозависимы; кадровая стратегия и стратегия организации определяются интерактивно (табл. 1) [2].

Что касается кадровых стратегий, то в настоящее время на аэрокосмических предприятиях актуальны следующие особенности кадровой стратегии (табл. 2).

Таблица 1

Детальная характеристика взаимодействия общей стратегии и кадровой стратегии организации

Тип	Суть типа	Преимущества типа	Недостатки типа
Первый тип	Кадровая стратегия зависит от стратегии организации в целом	– Кадровая стратегия как средство достижения бизнес-целей предприятия; – учет потребностей каждого подразделения в отдельности и компании в целом; – кадровая стратегия полностью подчинена интересам общей стратегии компании	– Необходимость быстрой адаптации к бизнес-среде и интересам руководства, в то время как кадровые ресурсы требуют долгосрочного наблюдения; – дополнительные затраты в связи с набором персонала из вне; – высокая вероятность перехода сотрудников в оппозицию новому курсу руководства
Второй тип	Стратегия организации зависит от кадровой стратегии	– Стратегические планы, построенные на реально доступных человеческих ресурсах; – более осуществимы, чем предполагающие привлечение внешних источников	– Бизнес-планы компании ограничены и привязаны к управлению кадрами компании
Третий тип	Стратегия работы с персоналом и стратегия организации в целом взаимозависимы (Пфедфер «лучшие практики», фон Экардштайна «интегрированная кадровая стратегия»)	– Единый взгляд на кадровые вопросы в организации; – вовлечение специалистов стратегических задач на корпоративном уровне.	Требует согласованности на многих уровнях, а, следовательно, ее формирование очень длительное и сложное и дорогостоящее
Четвертый тип	Кадровая стратегия и стратегия организации определяются интерактивно (Генри Минцберг «стратегии зонтика»)	– Планы компании своевременно соотносятся с мероприятиями в сфере кадровой политики; – все лица, вовлеченные в мероприятия, заранее проинформированы о стратегических кадровых событиях; – персонал и его качества не средство решения проблем, а потенциал компании	– Ограничение зоны деятельности сотрудника в организации

Сводная таблица по предприятиям на предмет выявления общей и кадровой стратегии организации на данный период времени

Компания	Актуальная стратегия общего развития	Цели кадровой стратегии	Особенности кадровой стратегии
ОАО ПО ВПК машиностроения	– Диверсификация; – развитие рынка	– Формирование команды «развития рынка»; – развитие кадрового потенциала службы маркетинга и продаж; – кадровая поддержка создания нового или расширения уже имеющегося направления бизнеса	Разработка новой кадровой политики, возможна разработка стандартов новых должностей, обеспечение подбора, адаптации, мотивации, оценки и развития команды нового филиала, торгового представительства и т. д. Возможен подбор персонала в отдел маркетинга и продаж, обучение персонала данных подразделений
ПО «Полет»	Слияние	– Кадровая поддержка; – обеспечение лояльности к новой организационной культуре	Разработка новой кадровой политики, оценка персонала, оптимизация численности, мотивация, «ответственное» высвобождение, разработка стандартов новых должностей, набор, отбор, адаптация сотрудников, в том числе и новой службы персонала, формирование новых стандартов
ОАО «ИСС»	– Развитие рынка; – развитием продукта	– Развитие кадрового потенциала сотрудников производственных, маркетинговых, сбытовых, конструкторско-технологических служб; – формирование команды «развития продукта»	Разработка кадровой политики, обеспечение эффективной командной работы по модификации продукта, мотивация, оценка, обучение сотрудников производственных, маркетинговых, сбытовых, конструкторско-технологических служб, привлеченных в проект «развития продукта». Возможен подбор персонала в отдел маркетинга и продаж, обучение персонала данных подразделений
ОАО «КРАС-МАШ»	– Диверсификация; – развитие рынка	Такая же ситуация как у ОАО «ПО «ВПК машиностроения»	

Библиографические ссылки

1. Кибанов А. Я. *Управление персоналом организации* : учебник. М. : Инфра-М, 2008. 638 с.

2. Сайт. *Нефть приборя* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.surgut.wsnet.ru/~company/oilpaper/stat.asp?ida=7109>.

© Богачева А. М., 2012

УДК 517

Е. В. Бутина

Научный руководитель – В. В. Новиков

Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ТРЕБОВАНИЯ К СИСТЕМЕ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Выявлены особенности труда персонала в некоммерческих организациях. Рассмотрены основные факторы при выборе метода оценки персонала некоммерческих организаций.

Некоммерческий сектор – одна из наиболее динамично развивающихся сфер экономики и общественной жизни в большинстве стран мира, в том числе и в России. Разнообразие направлений деятельности некоммерческих организаций (социальная работа, общественная дипломатия, поддержка науки, образования и культуры и др.) обуславливают необходимость в высококвалифицированных специалистов, способных эффективно работать в различных типах некоммерческих организаций.

Специфика функционирования некоммерческих организаций находит свое отражение в особенностях их трудовых ресурсов. Общественно-полезные цели дея-

тельности некоммерческих организаций, ограничения в распределении доходов внутри организации предъявляют особые требования к занятому персоналу. Прежде всего, это приверженность к некоммерческим целям деятельности организации, оценка вознаграждения за труд не только с материальной точки зрения. В данном случае интересно привести мнение американских ученых У. Баумоля и У. Боуэна о том, что труд в некоммерческих организациях отличается более высокой, чем в других отраслях, степенью морального удовлетворения. Ученые называют это «психологическим доходом». Он формируется под воздействием таких факторов как свобода творчества, реализация личных

идей, гибкий график работы, частичная занятость, высокий престиж в обществе и пр. [1].

Приоритет некоммерческих целей отражается на более низкой оплате труда в некоммерческих организациях, по сравнению с коммерческими предприятиями. Кроме того, наряду с низким уровнем оплаты труда, в некоммерческих организациях отсутствует ясная карьерная перспектива, сравнимая с той, которая имеет место в предпринимательских структурах. Это, в свою очередь, инициирует определенные кадровые проблемы некоммерческих организаций, проявляющиеся в трудностях найма квалифицированного персонала, методах стимулирования персонала и определения системы оценки деятельности сотрудников [2].

В настоящее время, многие российские некоммерческие организации осознали насущную необходимость введения системы оценки результатов деятельности персонала, которая отвечает современным требованиям.

Выбор методов оценки персонала для каждой конкретной некоммерческой организации является уникальной задачей. Система оценки должна учитывать и отражать ряд факторов: стратегические цели организации, состояние внешней среды, организационную структуру и культуру, традиции организации, характеристики занятой в ней рабочей силы [3].

Оценка персонала дает возможность изучить степень подготовленности работника к выполнению именно того вида деятельности, которым он занимается, а также выявить уровень его потенциальных возможностей для оценки перспектив роста.

Многие крупные некоммерческие организации практикуют следующие отборочные процедуры, направленные на установление соответствия кандидата предъявляемым требованиям:

1. Предварительная встреча с кандидатом.
2. Тестирование.
3. Интервьюирование.
4. Анкетирование и проверка рекомендаций.
5. Медицинское освидетельствование.
6. Собеседование с линейным руководителем.
7. Стажировка.

8. Принятие решения.

Однако большинство некоммерческих организаций по-прежнему не имеют четкой системы подбора персонала. Зачастую процедура подбора заключается лишь в собеседовании кандидата с менеджером по персоналу или непосредственным начальником. Практика показывает, что такой подход не является эффективным, поскольку на основании одного только собеседования невозможно выявить все профессиональные и личностные характеристики человека [4].

В России система оценки эффективности работы персонала развита недостаточно, зачастую о качестве выполняемой сотрудником работы и о его способностях и возможностях судит непосредственный начальник. В основном такая оценка является глубоко субъективной, не стимулирует предприимчивость поведения и не отражает действительности. Во многих некоммерческих организациях до сих пор существует практика признавать сотрудника «годным» к повышению по службе только по той причине, что, например, освобождается место, либо человека «повышают» по службе за выслугу лет. В таких организациях оценка персонала – лишь формальность. Однако все больше руководителей приходит к выводу, что систематизированная оценка труда персонала позволяет целенаправленно привить предприимчивый стиль поведения и тем самым сделать работу всей организации более эффективной.

Библиографические ссылки

1. Baumol W., Bowen W. *Performing Arts – The Economic Dilemma*. N.Y. The 20th Century Fund, 1966. 169 p.
2. Шекова Е. Л. *Экономика и менеджмент некоммерческих организаций* : учеб. пособие. СПб. : Лань, 2004. 192 с.
3. Друкер П. Ф. *Менеджмент в некоммерческой организации: принципы и практика / пер. с англ. М. : Вильямс, 2007.*
4. Юрьева Т. *Некоммерческие организации: экономика и управление*. М. : Изд-во «РДЦЛ», 2004.

© Бутина Е. В., 2012

УДК 338.98

М. А. Васильев

Научный руководитель – А. Н. Казакова
Сибирский государственный аэрокосмический
университет имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СНИЖЕНИЕ ТЕКУЧЕСТИ ПЕРСОНАЛА НА АЭРОКОСМИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РОССИИ

На сегодняшний день, текучесть кадров является одной из многих проблем, с которыми сталкиваются современные предприятия. На некоторых российских аэрокосмических предприятиях ситуация складывается таким образом, что работники переходят в другие организации целыми отделами и бригадами.

В российской производственной сфере на аэрокосмических предприятиях текучесть персонала составляет от 12 до 22 % при оптимальной текучести около 10 %. Наиболее значителен уровень текучести среди молодых работников и вспомогательного персонала (33,3 %), имеющих небольшой стаж работы [2].

Проведенные по инициативе Роскосмоса исследования кадровой политики ведущих аэрокосмических предприятий (ПО «Полет», ОАО «Красмаш», РКК «Энергия», ОАО «Протон-ПМ») показали, что наиболее приоритетными факторами, влияющими на принятие решения об увольнении работников, являются:

– недостатки в материальном стимулировании, в реальном денежном вознаграждении за индивидуальные достижения в общем результате;

– отсутствие карьерного развития, возможностей самореализации работника;

– неудовлетворительность социально-психологического климата и социальной безопасности, трудности межличностного общения, конфликты [2].

Несмотря на отработанную систему материального стимулирования, достаточно высокий уровень заработной платы, текучесть кадров на рабочих должностях остается высокая. Положительное влияние может оказать введение систем дополнительных выплат, таких как:

1. Выплата регулярных премий за отсутствие сбоев в работе.

2. Разовые премии за участие в развитии организации (предложения по внедрению новых систем).

3. Участие в акционерном капитале предприятия – регулярность выплат повышенных процентов работникам - держателям акций.

Немаловажным фактором является и моральное стимулирование работников. Человек воспринимает благодарность за свои усилия в работе как реальное поощрение за достигнутые результаты, новаторство, предприимчивость. Так же моральное стимулирование позволяет молодым сотрудникам быстрее пройти процесс адаптации.

В качестве системы моральных «стимулов» могут быть введены:

1. Стимулирование свободным временем – по итогам работы каждого сотрудника за определенный период могут быть предоставлены дополнительные выходные.

2. Трудовое стимулирование – предоставление возможности продвижения по службе, повышать роль сотрудников в участии управлением предприятием.

3. Внедрения специальных программ, предназначенных для создания корпоративного духа среди сотрудников.

При проведении исследования персонала предприятий, также сотрудниками было отмечен такой негативный фактор, как плохая возможность продвижения по службе и недостаточная оценка трудового вклада сотрудников. На производственных предприятиях основная часть персонала - рабочие, поэтому продвижение по службе у них ограничено. В то же время на более высокую должность мастера предприятия, зачастую, нанимают работников со стороны. Роль мастера на производстве значительна, а выдвижение на должность мастера человека, не знакомого с производством и коллективом, вызывает еще больше разногласий среди сотрудников. Создание программ по подготовке на должность мастера работников предприятия станет существенным мотивирующим факто-

ром, способствующим профессиональному росту рабочего [3].

При наборе работников на предприятия основное внимание уделяется его знаниям, опыту, стажу работы, но при этом практически не учитываются моральные и прочие качества человека, вследствие чего в коллективе часто бывают конфликты, как между отдельными работниками, так и между группами. Однако проведение личностных тестов для соискателей и молодых сотрудников может повлечь за собой высокие материальные затраты.

Таким образом, предприятия должны уделять внимание программе по созданию благоприятного психологического климата в коллективе. Такая программа должна включать в себя набор следующих действий:

1) выявление индивидуально-психологических особенностей членов коллектива и использование их в процессе управления;

2) установление в коллективе благоприятного социально-психологического климата (хороших отношений и взаимопонимания между всеми членами коллектива);

3) развитие деловой активности и инициативы работающих;

4) формирование, сохранение и развитие заводских традиций и обычаев;

5) применение различных форм морального поощрения;

6) формирование правильного стиля руководства коллективом;

7) планирование социального развития коллектива.

Большинство этих действий пересекаются или совпадают с элементами программ материального и морального стимулирования, а также программы по улучшению карьерного роста. Таким образом, комплексное осуществление данных предложений позволит снизить затраты на их реализацию.

Снижение текучести персонала на аэрокосмических предприятиях приведет к повышению эффективности работы, что позволит ПО «Полет», ОАО «КрасМаш», РКК «Энергия» и ОАО «Протон-ПМ» существенно продвинуться на пути завоевания рынка, повысить свою конкурентоспособность и привлечь инвестиции в отрасль, переживающую не лучшие свои времена.

Библиографические ссылки

1. Шекина С. В. *Управление персоналом современной организации*. М. : Юнити, 2007.

2. *Перспективы развития отрасли*. URL: www.roscosmos.ru/main.php?id=16408.

3. *Какова норма текучести персонала?* URL: www.klerk.ru/boss/articles/10341.

© Васильев М. А., 2012

УДК 669.713.7

М. Л. Виннер
Научный руководитель – С. М. Самохвалова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ИНТЕНСИВНОГО РОСТА ОРГАНИЗАЦИИ

Обосновывается актуальность исследования проблем формирования системы управления человеческими ресурсами в условиях реализации стратегии интенсивного роста организации.

Становление рыночной экономики, ускорение темпов научно-технического и социально-экономического развития, усиление элементов неопределенности и непредсказуемости во внешних отношениях привело к смене общей парадигмы управления от оперативного к стратегическому. Именно стратегический подход к управлению позволяет организации функционировать эффективно, сознательно управляя изменениями на основе их предвидения, регулирования, приспособления к целям организации, к изменяющимся внешним условиям.

Одновременно с этим приходит представление о персонале как о важнейшем ресурсе, представляющем собой основу формирования конкурентных преимуществ организации. В управлении человеческими ресурсами мы наблюдаем ту же тенденцию перехода к стратегическому управлению. Однако, как отмечает В. И. Маслов [2], осмысление проблемы стратегического управления персоналом в России и за рубежом (в теории и практике) пока находится в зародышевом состоянии. Одной из наиболее важных задач является повышение интеграции между управлением человеческими ресурсами и управлением организацией в целом, ее стратегией [1]. Стратегическое управление в общем виде представляет собой смену стратегий соответственно стадии развития организации: формирования, интенсивного роста, стабилизации и спада. Организации, прошедшие самый сложный период, стадию формирования, переходят к стадии интенсивного роста. Данный этап является критическим для дальнейшего функционирования организации и пре-

допределяет переход организации к стабильному и максимально эффективному функционированию.

Успешность реализации стратегии интенсивного роста обусловлена формированием системы управления человеческими ресурсами, которая позволит решить задачи, стоящие перед организацией на данном этапе. На сегодняшний день система управления человеческими ресурсами в организациях достаточно часто формируется стихийно, без учета необходимых изменений, и потому риск ее несоответствия целям и задачам организации достаточно высок. Решением данной проблемы является теоретическое обоснование и разработка методических предложений по формированию системы управления человеческими ресурсами в условиях реализации стратегии интенсивного роста организации.

Библиографические ссылки

1. Sluijs E., Kluytmans F. *Business Strategy and Human Resource Management: Setting the Scene [Электронный ресурс]*. URL: <http://www.merit.unu.edu/publications/rmpdf/1994/rm1994-036.pdf> (дата обращения: 16.04.2012).

2. Маслов В. И. *Стратегическое управление персоналом: учеб. пособие*. М.: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2003. 92 с.

© Виннер М. Л., 2012

УДК 371.13

О. Н. Гладкова
Научный руководитель – О. Е. Подвербных
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Россия, Красноярск

ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ

Переход России к рыночной экономике поставил ряд принципиально новых задач, важнейшая из которых – максимально эффективное использование человеческого капитала. Причем это актуально не только для общества в целом, но в еще большей степени для каждой организации, предприятия.

Для успешного функционирования в современных условиях быстрого изменения технологий важнейшей задачей организации становится максимальное использование человеческого капитала. Понятие «человеческий капитал» в рамках организации можно

охарактеризовать как совокупность навыков, умений, способностей, квалификаций и интеллектуального потенциала персонала, обеспечивающих получение прибыли. Рабочая сила в соответствии с теорией человеческого капитала рассматривается как средство

производства, требующее определенных вложений с целью повышения производительности. Во всех крупных компаниях экономически развитых стран персонал ежегодно проходит обучение. В условиях растущей конкуренции компаниям необходимо постоянно подстраиваться под меняющиеся условия. Выяснилось, что причины, побуждающие руководство компаний самостоятельно заниматься вопросами обучения своего персонала, в первую очередь, обусловлены консерватизмом существующей системы профессионального образования, которая не учитывает потребности современного бизнеса. Многие эксперты отмечают, что материально-техническая база учебных заведений не отвечает требованиям сегодняшнего рынка, в вузах даются устаревшие теоретические знания, для подготовки специалистов нового поколения требуется иной уровень преподавателей, способных выработать у студентов именно практические навыки, необходимые для конкретной специальности.

Как показывают социологические исследования, около 30 % российских предприятий испытывают дефицит управленческого персонала, а 47 % – инженерно-технических специалистов. Издержки предприятий, связанные с поиском и наймом сотрудников, могут достигать значительной величины. В этом случае компаниям выгоднее создание самостоятельной системы внутреннего обучения персонала на конкретных примерах решения проблем производства и его организации. Выбранные формы обучения напрямую зависят от размеров предприятия и его экономического состояния. Так, среди крупных компаний с численностью работающих свыше 500 человек, доля организующих корпоративное обучение составляет до 80 %, а среди меньших с численностью от 50 до 200 человек – до 50 %. Организацией дополнительного профессионального обучения занимаются структуры, имеющие названия Центр повышения квалификации, Центр дополнительного образования, факультет дополнительного образования Учебный центр, Высшая школа (экономики, бизнеса), Бизнес-центр, Институт, Institute of Learning или Learning Academy, Corporate Business School и, наконец, корпоративный университет.

Под корпоративным университетом ученые и практики понимают систему внутрифирменного обучения, объединенную единой концепцией в рамках стратегии развития организации и разработанную для всех уровней и специалистов. Также можно сказать, что корпоративный университет – учебное заведение, обеспечивающее потребность предприятий (компаний) в высококвалифицированном персонале.

Корпоративные университеты впервые появились в США и Западной Европе в 1920–30-х годах для обучения сотрудников компаний непосредственно на производстве. Его первыми формами были бизнес-школы и различные организации, специализировавшиеся на подготовке по узкой профессиональной

специальности. Первым корпоративным университетом можно назвать General Motors Engineering and Management Institute, который был основан в 1927 году. Однако компания Motorola является первой, которая стала использовать термин «Корпоративный Университет». Концепция Корпоративного Университета получила дальнейшее развитие в 50-х годах прошлого века, когда был основан Disney University и Management Development Institute компании General Electric. На данный момент в мире насчитывается более 3700 корпоративных университетов. В России первый корпоративный университет появился в 1999 г., основанный компанией «Вымпелком». Российские корпоративные университеты создавали компании в наиболее динамично развивающихся отраслях, в холдинговых компаниях, вышедших на федеральный уровень («Северсталь», «ЮКОС», «ВымпелКом», «Ростелеком», «Вимм-Билль-Данн», «Норникель»).

Корпоративные университеты имеют разные организационно-правовые формы. Их можно разделить на две группы:

- первые являются внутренним структурным подразделением компании, и их задачи связаны с актуальными для организации проблемами;

- ко второй группе Корпоративных Университетов относятся государственные вузы, обучающие специалистов различных направлений для определенной отрасли. Обучение в таких вузах ведется по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры и программам дополнительного профессионального образования.

В данное время количество предприятий, организующих корпоративное обучение, неравномерно распределено по отраслям. Наибольший процент предприятий наблюдается в топливно-энергетической и металлургической отраслях, меньший – в химической промышленности и машиностроении, наименьший – в легкой, пищевой и лесной промышленности.

Современная строительная отрасль является динамично развивающейся отраслью страны, проектирование уникальных объектов, применение новейших материалов с использованием нанотехнологий, внедрение новых технологий и техники, интегрирование строительных компаний в единое мировое экономическое пространство с новыми стандартами, для успешного выполнения перечисленных данных направлений – требуется высокий профессионализм и постоянное обновление профессиональных знаний и компетенций работников отрасли. Однако из всех возможных форм корпоративного обучения компании реализуют дополнительное обучение персонала силами специализированных кафедр и Центров повышения квалификации строительных

вузов. Причина – в чрезвычайной раздробленности строительной отрасли и явном преобладании в ней малых предприятий.

УДК 669.713.7

А. В. Дулецкая
Научный руководитель – С. М. Самохвалова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СИСТЕМА ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА: ФОРМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Представленное исследование направлено на обоснование актуальности развития системы обучения персонала гостиничных комплексов.

Управление человеческими ресурсами является одним из важнейших направлений в деятельности руководителей гостиничных организаций и считается основным критерием ее экономического успеха. И если раньше основное внимание уделялось развитию и совершенствованию технического процесса, внедрению прогрессивных технологий и модификации организационных структур, то в настоящее время сделан крен в сторону человеческого фактора – иными словами, сущность и эффект бизнеса определяют люди. В современном бизнесе не «деньги делают деньги», а люди делают деньги, причем не только и не столько для себя, сколько для организации в целом. Поэтому основное внимание в современном управлении организацией любой отраслевой направленности в России должно уделяться управлению людьми, в том числе вопросам подготовки и переподготовки кадров.

Растущая конкуренция в гостиничном бизнесе и высокие запросы потребителей диктуют необходимость создания особой коммерческой философии, гарантирующей успех, – философии ориентации на клиента. Можно сказать, что именно степень удовлетворения клиента определяет сегодня силу или слабость позиции компании на рынке. Одно из основных условий формирования стратегического преимущества – предложение продукта более высокого качества по сравнению с конкурентами. И ключевым здесь является предоставление услуг и как эти услуги предоставлены, которые бы удовлетворяли и даже превосходили ожидания целевых потребителей.

Не секрет, что 10–15 лет назад отделы кадров отелей уровня 4–5 звезд ломались от резюме желающих работать на любых должностях. Прежде всего, людей привлекали хорошие условия труда и зарплата, превышающая в несколько раз зарплату инженера. Поэтому на место уборщиц, горничных, официантов приходили люди с высшим образованием и знанием английского языка. Сейчас молодые люди обычно приходят в отель поработать временно, приобрести необходимый опыт и «нестыдную» запись в трудовой книжке, а затем строить карьеру на более престижном месте работы. Если уж будущая профессия молодого человека или девушки называется «менеджер гостиничного бизнеса», то они сразу претендуют на управленческую должность и не ниже.

Многие отели давно и с успехом сотрудничают с лицеями, колледжами, которые готовят поваров, официантов и менеджеров в сфере туризма. Это сотрудничество состоит в том, что отель предоставляет воз-

можность студентам пройти практику на базе отеля. Для того, чтобы сотрудничество было действительно взаимовыгодным, продолжительность практики должна быть не менее 2–3 месяцев, либо студент должен посвящать практике один рабочий день в неделю. Дело в том, что первые 2–3 недели стажеры только осваиваются, знакомятся с отелем и его службами, привыкают к распорядку и правилам отеля, учатся основным стандартам. И здесь основная нагрузка ложится на менеджеров и сотрудников отеля, которые, помимо своих основных обязанностей, должны обучать и контролировать практикантов. По прошествии указанного срока они уже могут оказывать реальную помощь штатным сотрудникам в обслуживании гостей. Для отеля появляется возможность посмотреть на практикантов в деле и предложить им постоянную работу после окончания учебы, либо на полставки во время учебы.

Для улучшения качества и культуры обслуживания в гостиницах необходимо уделять больше внимания подготовке и переподготовке, повышению квалификации персонала. Обучение персонала обеспечивает соответствие профессиональных знаний и умений современному уровню обслуживания. Проблема переподготовки кадров и повышение их квалификации выдвигается на первый план ввиду постоянного устаревания общего объема знаний и обесценивания прежних специальных знаний, что вызвано общемировым ростом инновационной экономики, равно как естественной потерей знаний.

Процесс обучения – непрерывный процесс, и он должен стать частью системы управления каждой гостиницы. В результате обучения служащие гостиницы приобретают чувство гордости за принадлежность к организации и удовлетворение от своей работы, а это способствует лучшему обслуживанию гостей. Изучение такой тесной взаимозависимости показывает, что удовлетворенность служащего своей работой, его чувство сопричастности в решении основных задач повышают степень удовлетворенности клиента. Внедрение эффективной программы обучения может содействовать развитию организации по восходящей спирали. Должным образом обученные служащие могут качественно обслужить гостей, что помогает создать желаемый имидж и привлечь большее количество гостей. Считается, что более эффективным и экономичным для фирмы является повышение отдачи от уже работающих сотрудников на основе их непрерывного обучения, чем привлечение новых работников.

Например: Найм одного сотрудника и его обучение до нужного уровня обходится «Ritz-Carlton» примерно в 20 тысяч долларов. «Ritz-Carlton» в любой точке земного шара гарантирует каждому сотруднику 120 часов обучения в год. Почему «Ritz-Carlton» это выгодно? Потому что такую подготовку рассматривают как инвестиции, которые окупаются. Для любого отеля важна кадровая стабильность. Если гость приезжая в отель каждый раз в течение полугода видит одну и ту же горничную, он чувствует себя лучше, защищенным, уверенным в качестве сервиса. А у сотрудника, работающего в компании не первый месяц, появляются перспективы карьерного роста, что выгодно для обеих сторон.

Помимо перспектив карьерного роста и достойной оплаты работа в отеле, который предлагает все самое лучшее, – такая работа воспитывает. Если каждый день видишь «звезд», появляется ощущение значимости происходящего. А если каждый рабочий день проходит в атмосфере luxury, поневоле начинаешь по-другому себя вести: носить галстук, «держаться спиной»,

галантно ухаживать за дамой... 32 тысячи сотрудников отеля носят карточку, на которой написано: «Мы – дамы и господа – к услугам дам и господ». Этим лозунгом «Ritz-Carlton» подтверждает: «Наши дамы и господа, наши сотрудники находятся на том же уровне, что и наши гости». Поддерживая Оливера ЭЛЛЕРА (генеральный директор «The Ritz-Carlton, Moscow») принцип «Клиент – это царь и бог», в современное время, ошибочен. Если отбираются лучшие сотрудники, вкладываются большие средства в хорошую подготовку, то на выходе получаем наилучших профессионалов. Они находятся на той же высоте, что и гости, ведь для гостей важно контактировать с профессионалами. И репутация работает по принципу кругового цикла: если создается хорошая репутация через лучших сотрудников, то будет легче найти лучших сотрудников благодаря хорошей репутации.

© Дулецкая А. В., 2012

УДК 331.101.3

А. А. Иванцова, Б. Д. Санданова
 Научный руководитель – С. М. Самохвалова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОРГАНИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СОТРУДНИКОВ КОМПАНИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ

Время, когда хороший заработок был единственным важнейшим мотивом труда, проходит, и в настоящее время, наряду с ним, для сотрудников важными мотивами также являются условия труда, взаимоотношения с коллегами по работе и возможность общаться с людьми. В связи с этим возрастает актуальность изучения мотивационного потенциала процесса взаимодействия и особенностей его организации в разных сферах жизнедеятельности компании.

Вопрос мотивации персонала является одним из актуальных в современной практике управления персонала. В наиболее общем понимании мотивация может быть рассмотрена как комплекс факторов, направляющих и побуждающих поведение человека. Термином мотивация обозначают две группы явлений: индивидуальную систему мотивов и систему действий по побуждению других сделать что-либо [1].

Мотивация в таком понимании подразумевает создание условий, в которых у сотрудника пробуждаются его собственные мотивы. Важным инструментом мотивационного менеджмента выступает организация взаимодействия сотрудников, которая позволяет создавать условия для удовлетворения актуальных потребностей персонала, включенного в трудовые отношения.

В данной статье взаимодействие рассматривается как организация совместных действий сотрудников, групп, организаций, позволяющую им реализовывать какую-либо общую для них деятельность [2]. Совместная деятельность может быть организована в разных по общению и взаимодействию участников деятельности формах:

1. Совместно-индивидуальная деятельность. Данная модель характеризует деятельность, для которой характерно общее задание для группы, но каждый сотрудник выполняет свою часть работы.

2. Совместно-последовательная деятельность. Модель предполагает последовательное выполнение участниками группы работы, направленной на решение общей задачи.

3. Совместно-взаимодействующая деятельность предполагает решение общей задачи в ходе непосредственного (одновременного) взаимодействия каждого члена группы, со всеми другими [2].

Интенсивность образования общности группы идет по линии нарастания: от совместно-индивидуальной к совместно-взаимодействующей форме. Вместе с этим совместно-индивидуальное взаимодействие позволяет определить личный вклад в общий результат каждого члена группы, актуализирует персональную ответственность.

Изучение опыта взаимодействия в компаниях показывает, что в разных сферах организационной жизнедеятельности ситуация взаимодействия различна в связи с особенностями характеристик этого процесса, на которые оказывают существенное влияние организационная культура и социальное пространство организации.

Мотивационный потенциал взаимодействия представляет собой возможности, заложенные в этом процессе для создания условий актуализации мотивов сотрудников, влияющих на трудовую деятельность, на отношения с коллегами и к компании.

Приведенные выше сведения о сущности взаимодействия позволяют выделить ключевые характеристики этого процесса, которые оказывают влияние на возможность удовлетворения ряда актуальных потребностей сотрудников:

- взаимодействие представляет собой организацию совместной деятельности;
- личная значимость деятельности для участников взаимодействия;
- личный вклад каждого в достижении общей цели;
- межличностное общение участников взаимодействия;
- активность участников процесса взаимодействия;
- изменения сторон под воздействием взаимного влияния.

Исходя из названных характеристик, можно утверждать, что включение сотрудников во взаимодействие в разных сферах жизнедеятельности компании позволяет создавать условия для удовлетворения ряда их значимых потребностей: в аффилиации, независимости и самостоятельности, уважении, достижении, власти [2].

Потребность в аффилиации отражает стремление к взаимоотношениям с другими людьми, присоединению к значимой группе, сотрудничеству. Взаимодействие в силу своих сущностных характеристик и при условии правильной организации с учетом личностных особенностей сотрудников позволяет участникам этого процесса удовлетворить названную потребность.

Потребность в независимости и самостоятельности при включении во взаимодействие реализуется в том, что каждый участник этого процесса имеет возможность самостоятельного выбора способа решения поставленной перед ним задачи и несет ответственность за результаты своей деятельности в рамках достижения общей цели.

Потребность в уважении реализуется во взаимодействии посредством внимания со стороны других участников совместной деятельности, признания ими

достоинств и заслуг каждого, кто включается во взаимодействие.

Потребность в достижениях удовлетворяется при условии, что распределение ролей, заданий осуществляется с учетом индивидуальных способностей и интересов. Это позволяет каждому выполнить свою часть работы наилучшим образом, достичь высоких личных результатов, проявить инициативу. Мотивационный потенциал взаимодействия реализуется при распределении обязанностей, позволяющей сотрудникам совершенствоваться в определенных видах деятельности и развиваться.

Потребность во власти как стремление влиять на людей побуждает их изменять свое поведение и отношений, контролировать окружающих. Она реализуется в процессе распределения ролей, в ходе осуществления взаимного контроля. Основанием для удовлетворения этой потребности выступает такая характеристика взаимодействия, как взаимное влияние сторон, приводящее к изменениям обеих.

Учитывая, что потребности сотрудников выступают источником внутренней мотивации, организация взаимодействия в компании является инструментом внешней мотивации, стимулирующим возникновение личностно значимой деятельности. А различие ситуаций взаимодействия обеспечивает возможность организовывать отличные друг от друга виды совместной деятельности для установления эффективных отношений.

Библиографические ссылки

1. Магура М. Инфраструктура инноваций // *Управление персоналом*. 2010. 18(244). С. 34–41.
2. Патутина Н. А. Организация взаимодействия и мотивации персонала компании // *Мотивация и оплата труда*. 2011. № 01(25). С. 28–41.

© Иванцова А. А., Санданова Б. Д., 2012

УДК 331.101.3

А. А. Иванцова

Научный руководитель – С. М. Самохвалова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТИРОВАНИЯ МОТИВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Целью каждой коммерческой организации является получение прибыли, а основными ресурсами для достижения этой цели являются люди. Проектирование системы мотивации коммерческой организации призвано найти такие методы управления людьми, чтобы они работали максимально эффективно.

Проектирование мотивационной организации заключается в том, что поняв механизм формирования мотивационной системы, руководители коммерческих организаций смогут эффективно управлять персоналом, повышая производительность предприятия при помощи мотивации своих сотрудников. Мотивационная система – это совокупность элементов, включающая: элементы мотивационной системы, разработку (доработку) набора стимулов, информационную под-

держку, внедрение набора стимулов, аудит (оценку) достигнутого уровня мотивации. Получив представление о том, что же такое успешная мотивационная система, предприятие может в многократном размере увеличить производительность труда. Производительность труда напрямую зависит от уровня мотивации работников к труду и типа данной мотивации [1].

Ни одна система управления не станет эффективно функционировать, если не будет разработана эффек-

тивная модель мотивационной системы, так как мотивация побуждает конкретного сотрудника и коллектив в целом к достижению личных и коллективных (организационных) целей. Проектирование мотивационной системы – процесс разработки элементов мотивационной системы, предполагающий создание комплекса действий для эффективной организационной мотивации в стратегической перспективе. Существующая система мотивации любой сложности уже через два-три месяца перестает давать ту отдачу, ради которой задумывалась, теряет свою актуальность. Современные теории мотивации деятельности персонала, использование теорий на практике доказывают, что далеко не всегда материальные стимулы побуждают человека трудиться усерднее.

При всей широте методов, с помощью которых можно мотивировать работников, руководитель должен сам выбирать, разработать подходящую для его организа-

ции систему мотивации работников для выполнения главной задачи – выживание фирмы в жесткой конкурентной борьбе. Если этот выбор сделан удачно, то руководитель получает возможность координировать усилия многих людей и сообща реализовать потенциальные возможности группы людей, коллектива на благо процветания организации и общества в целом [2].

Библиографические ссылки

1. Уткин Э. А. *Основы мотивационного менеджмента*. М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем»: ЭКМОС, 2000. 352 с.

2. Успенская Е. А. *Справочник по управлению персоналом. Стратегия эффективной мотивации*. URL: <http://studere.ru/2010/10/oglasite-ves-spisok-pozhalujsta/> (дата обращения: 30.05.2009).

© Иванцова А. А., 2012

УДК 669.713.7

А. А. Иванцова

Научный руководитель – С. М. Самохвалова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассмотрены основные элементы системы мотивации персонала коммерческой организации.

Универсальной, готовой и гарантирующей стопроцентный успех программы мотивации персонала, к сожалению, не существует. Такая система разрабатывается для каждой компании индивидуально и зависит от многих факторов: от вида деятельности, численности, половозрастной структуры персонала, корпоративных ценностей и т. д. В исследовании [1], работу возможно вести по следующим основным направлениям: материальная составляющая; карьерный и профессиональный рост; признание достижений; оптимизация корпоративной культуры. Начнем с основного элемента – материальные факторы мотивации персонала коммерческой организации, формирующих основу для построения системы мотивации. Здесь выделяются постоянная и переменная составляющие. Постоянная составляющая включает в себя базовый оклад и сопутствующий социальный пакет и может рассматриваться как фиксированное материальное вознаграждение на регулярной основе. Переменная часть тесно связана с конкретными результатами труда, направлена на достижение стратегических целей организации и включает в себя системы различных премиальных выплат. Другой базовой материальной составляющей является социальный пакет (медицинское страхование, служебный автомобиль, покрытие расходов и т. д.). Пакет может рассматриваться как совокупность определенных материальных, но не денежных благ, которые работник получает на регулярной основе. Его состав зависит от уровня данной позиции, сложившейся конъюнктуры на рынке труда и, часто, от сформировавшейся практики

ближайших конкурентов. Следующим важным элементом системы мотивации является подсистема карьерного и профессионального роста. Основными инструментами здесь выступает целенаправленная работа по созданию кадрового резерва и планирование карьеры, которые тесно связаны с построением системы развития персонала.

Третьим элементом системы мотивации должно стать признание достижений. Согласно теории Д. МакКлилланда, люди мотивируются, прежде всего, конкретным своевременным вознаграждением, а также стандартами высокого качества и строго определенными ролями и ответственностью. Заключительное звено в цепи действий по выстраиванию системы мотивации – внимание к корпоративной культуре организации. Корпоративная культура влияет на такие важные элементы мотивации, как морально-психологический климат в коллективе, модель взаимоотношений между людьми, способ реализации власти, неформальные стандарты поведения, отношение к новичкам и т. д.

Нами описаны лишь основные направления работы руководителя организации, решившего оптимизировать подходы к мотивации сотрудников, которые помогут сформировать достаточно хорошую систему мотивации коммерческой организации.

Библиографическая ссылка

1. *Четыре грани мотивации // Рекрутмент Будущего Decameron*. 06.04.2011. URL: <http://www.naim.ru>.

© Иванцова А. А., 2012

Ю. В. Ковалева
Научный руководитель – С. Г. Кукушкин
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ СОВРЕМЕННЫХ НАУКОЕМКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В представленной статье рассматриваются проблемы, возникающие в сфере управления персоналом наукоемких предприятий, специфика которых требует новых подходов к решению данных проблем.

Научная работа, ранее существовавшая как обособленный вид деятельности, все чаще объединяется с производственными процессами, а, значит, потребность обучения сотрудников наукоемких производств выходит на первый план работы с персоналом.

Вопросы роста интеллектуального потенциала, внедрения высоких технологий, развивающих научный потенциал, являются приоритетными. Функция управления персоналом становится фактором повышения конкурентоспособности организации. Наукоемкие технологии требуют от работника большей умственной мобильности, умения решать производственные задачи в новых условиях. Наукоемкое производство неразрывно связано с исследовательской инновационной деятельностью, что приводит к изменению содержания труда.

В связи с этим следует рассмотреть ряд основных проблем, возникающих в сфере управления персоналом наукоемкого производства:

– смена роли работника в производственном процессе под влиянием нового технологического уклада. Использование наукоемких технологий способствует изменению содержания и функции труда, возникновению новых профессий и специализаций, что требует от работника большей умственной мобильности, умения решать производственные задачи в новых условиях;

– усложнение профессиональной деятельности. Наукоемкое производство неразрывно связано с исследовательской инновационной деятельностью – возникновению и развитию новых производств приводит к изменению содержания труда;

– старение кадров, опасность утраты преемственности рабочих поколений. Сложность подбора специалистов, связанная с процессами, происходящими на рынке труда, в части уменьшения количества высококвалифицированных кадров, обусловлено процессами их перехода в непрофильные производства и общего старения трудоспособного населения;

– задача четырехкратного повышения производительности труда на отечественных предприятиях к 2020 году. Более полное применение накопленных знаний и опыта, личных возможностей и способностей работников – один из резервов повышения эффективности производства, снижения трудоемкости продукции, а, следовательно, и роста производительности труда»;

– постоянное изменение производственных связей и отношений. Углубление единичного разделения труда, основанного на подетальной и пооперационной

специализации в условиях использования высокотехнологичных машинных комплексов;

– несоответствие уровня подготовки выпускников профессиональных образовательных учреждений требованиям современного производства. Создаваемые рабочие места имеют ряд квалификационных характеристик и, зачастую, не соответствуют профилю профессиональной подготовки выпускников. По данным опросов фонда «Общественное мнение» и «Левада-Центр» около 38 % выпускников вузов нуждаются в переподготовке сразу после получения диплома, причем 8 % опрошенных работодателей заявили, что предпочитают не принимать на работу новых сотрудников, а обучать уже имеющихся. При этом большинство предприятий не располагает собственной базой подготовки рабочих кадров (64 %) и специалистов среднего звена (80 %);

– отсутствие методик оценки экономической эффективности обучения персонала. Многие руководители не видят прямой зависимости между обучением и ростом эффективности предприятия – недостаточная разработанность методических вопросов и отсутствие утвержденной и апробированной нормативной базы расчетов экономической эффективности;

– невозможность контроля невидимой умственной деятельности. Поскольку интеллектуальная научно-исследовательская деятельность контролируется непосредственно работником, то в традиционном понимании контроль становится несостоятельным;

– недостаток информации об интеллектуальном потенциале работников. Необходимость создания базы данных имеющегося интеллектуального потенциала и «портфеля компетенций» каждого работника. Объектом современной инновационной экономики становится человек, обладающий способностями, которые на рабочем месте он может превратить в возможности – набор компетенций, а затем и в финансовые результаты;

– подготовка персонала как одно из направлений повышения эффективности производства. Достижение паритета между уровнем подготовки и требованиями производственного (технологического) процесса требует принятия специальных мер с целью обеспечения опережающего обучения персонала всех уровней без нарушения технологий производства и отрыва от рабочего места. Данное направление повышения эффективности управления наукоемким производством является актуальным по целому ряду причин:

– влияние научно-технического прогресса. Создание и внедрение в производственную и социальную

сферу современных технологий требует от специалистов дополнительных знаний, умений и навыков. Возникновение новых смежных областей приводит к необходимости подготовки специалистов широкого профиля, способных решать сложные комплексные задачи;

– для промышленной сферы важной причиной повышения требований к качеству подготовки становится, как это ни парадоксально, старение оборудования.

Производственная обстановка становится более сложной и неопределенной, требующей от специалистов нестандартных, не предусмотренных нормативами решений.

– профессионально подготовленный персонал способен обеспечить более высокие и качественные результаты;

– возможность решения проблемы непрерывного образования и изменений в социальных, экономиче-

ских, производственных системах и процессах в условиях высокотехнологичного производства.

Подготовка кадров, способных эффективно руководить инновационными процессами, разрабатывать и внедрять высокотехнологичные проекты, является приоритетным направлением, как отдельного предприятия, так и государства в целом.

Библиографические ссылки

1. Лаврентьев В., Шарина А. «Подготовка персонала как фактор повышения эффективности управления наукоемким производством» // Журнал «Управление персоналом». № 11. 2009.

2. Кокуева Ж. М., Яценко В. В. Управление персоналом наукоемких предприятий. Ч. 1. Система управления персоналом наукоемких предприятий.

© Ковалева Ю. В., 2012

УДК 669.713.7

Е. В. Конева

Научный руководитель – С. М. Самохвалова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА: ПЕРСПЕКТИВЫ И РИСКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

С развитием информационных технологий многие методы отбора персонала, незыблемо существовавшие многие годы, оказываются малоэффективными, а бизнес, опирающийся на команду, построенную традиционным способом, не конкурентоспособным. В тезисах представлен анализ инновационных методов подбора персонала и рисков при их использовании.

Риск при работе с персоналом неизбежен, особенно на этапе подбора сотрудников. Его нельзя заранее просчитать на сто процентов, так как человек подвержен изменениям, а его поступки, мотивы деятельности определяются как сознательным мышлением, так и сферой бессознательного. Существует высокий риск закрыть вакансию неподходящим кандидатом, что приведет к дальнейшим потерям времени и финансовым затратам, связанным с неудовлетворительной работой кандидата.

Риск подбора неподходящего кандидата может иметь место по следующим причинам: Во-первых, неправильный выбор источника кандидатов (из какой сферы деятельности, какие должности). Во-вторых, неточная постановка технического задания при обращении к рекрутерам. (если в компании нет точного описания должности, технологических процессов, либо по каким-то причинам руководство не хочет дать такую информацию рекрутеру, то вероятность неточного подбора повышается. В-третьих, неправильная оценка кандидатов на этапе отбора. И, наконец, отсутствие в процедуре подбора этапа проверки кандидата в целях безопасности фирмы. Здесь возможен риск психологических отклонений, наличие негативных действий со стороны сотрудника по отношению к компании на предыдущем месте работы.

Также существует риск создания негативного имиджа компании, который может возникнуть уже на этапе

поиска кандидата, например, из-за неграмотного содержания и формы объявления о вакантной должности или, например, секретарь на этапе телефонного отбора может проявить невежливость по отношению к кандидату, некорректно завершить разговор в случае, если кандидат не подходит компании и т. д. В подобном случае у человека останутся негативные эмоции по отношению к компании, которыми он поделится со своими родственниками, друзьями, знакомыми. Вот основные риски, которые существуют на этапе подбора кадров.

С развитием информационных технологий многие методы отбора персонала, незыблемо существовавшие многие годы, оказываются малоэффективными, а бизнес, опирающийся на команду, построенную таким способом, не конкурентоспособным. К традиционными методами подбора персонала относятся анализ резюме, телефонное интервью, анализ анкет, тестирование, собеседование и прочие.

Сегодня компании чаще используют более усовершенствованные инновационные методы.

Многие работодатели считают, что людям творческих профессий и работающих в сфере «человек-человек», видео-резюме может помочь выделиться из множества кандидатов. Цель создания видеорезюме – привлечь внимание работодателя своей креативностью и неординарностью.

Еще один новый метод – стресс-интервью. Ещё его иногда называют шоковым, что в большей степе-

ни отражает сущность подхода. Цель стрессового интервью – определить стрессоустойчивость кандидата. Соответственно необходимость его использования может быть оправдана при подборе работников на определенные вакансии: кассиры, операционисты в банках, пожарные, сотрудники милиции, и даже специалисты по персоналу.

Brainteaser-интервью (дословно, интервью, щекочущее мозг) также относится к инновационным методам подбора кадров. Особенно любят этот метод российские представительства западных компаний. Суть метода в том, что кандидатам необходимо дать ответ на замысловатый вопрос или решить логическую задачу. Цель такого нестандартного метода – проверить аналитическое мышление и творческие способности соискателя.

Процедура отбора на основе соционики является еще одним инновационным методом. Существует несколько способов типирования людей: тестирование по различным тестам, интервьюирование, наблюдение за поведением. Есть вариант тестирования, при котором по тексту или рассказу тестируемого на основе употребленных слов, фраз, почерка и сюжетной линии делается заключение о том или ином социотипе.

Графология – еще один инновационный метод, но эффективность выводов на основе графологии до сих пор является спорным вопросом. Нет исследования с уверенностью и на 100 % доказывающих связь почерка человека с чертами его личности, хотя определенная связь, конечно, имеет место быть. В нашей стране графология распространена слабо, может быть, из-за трудности интерпретации результатов, а может быть, из-за отсутствия специальных обучающих программ.

Метод определения характера человека по отпечаткам пальцев, и соответственно метод отбора по этим же отпечаткам тоже имеет популярность среди компаний.

Все эти методы объединяет то, что их используют менеджеры для набора в свою организацию. Есть еще один новый метод подбора персонала, при котором нет необходимости разрабатывать стратегию качественного подбора кадров – лизинг персонала.

Лизинг персонала можно рассматривать как форму временного привлечения персонала со стороны. Выгодно использовать этот метод, так как компания избегает длительной и затратной процедуры поиска специалистов, уменьшаются административные и временные издержки по ведению кадрового делопроизводства, бухгалтерского учета, составлению отчетности, «арендуя» специалиста через агентство, работодатель снимает с себя обязательства по социальным гарантиям перед сотрудником при увольнении. Но определенная степень риска при лизинге персонала существует. Например, переплата агентству за предоставляемые услуги, риск приема в лизинг не честного, не благонадежного сотрудника, нелояльное отношение персонала по отношению к политике компании, руководству и т. д. При использовании вышеперечисленных форм подбора персонала существуют такие же риски, как при использовании традиционных методов подбора кадров.

Кадровая безопасность – это защищенность организации, достигаемая за счет снижения рисков и угроз, связанных с персоналом, его интеллектуальным потенциалом и трудовыми отношениями в целом.

© Конева Е. В., 2012

УДК 331.101.38

А. А. Литвинова

Научный руководитель – О. А. Титов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ

Организационная культура рассматривается как один из основных факторов в формировании инновационной среды в организации. Влияние ее типов на инновационную деятельность. Рассмотрены основные моменты, на которые следует обратить внимание при формировании и корректировке организационной культуры.

Организационная культура играет очень важную роль в формировании инновационной среды. Ее влияние часто недооценивается, препятствуя их поддержки и развитию. Что в свою очередь тормозит развитие компании, поддержание ее конкурентоспособности.

Международная практика показывает, что организации, которым удастся создать сильную организационную культуру, добиваются в инновационной деятельности более высокой производительности и эффективности. Многочисленные исследования показали, что укрепление организационной культуры без изменения прочих условий труда сопровождается повышением производительности труда работников на

15–25 %. Компании со слабой и противоречивой культурой оказываются неэффективными в рыночных условиях и проигрывают в конкурентной борьбе.

Многочисленные теории организации определяют несколько типов организационной культур [1]:

1) бюрократическая – в такой культуре существует четкая иерархия власти, и работа в высшей степени регламентирована и систематизирована. Предполагается, что вся ответственность лежит на высшем руководстве, в том числе и за создание и использование знаний организации.

2) инновационная – этот тип культуры характеризуется как творческий, способствующий принятию рисков.

3) поддерживающая – в этом случае обеспечивается дружественное рабочее окружение, в котором сотрудники чувствуют себя комфортно и открыты к сотрудничеству.

Благоприятным, для формирования инновационной среды, будет инновационный и поддерживающий типы организационной культуры. В первом случае, от работников и от руководителя требуется понимание высокой степени ответственности за свою деятельность и принимаемые решения. В такой культуре необходимо создание эффективной коммуникации и системы обмена информацией между работниками и руководителем. Во втором случае, благодаря созданию «атмосферы семьи» коммуникационные процессы протекают в более легкой, неформальной атмосфере. При таком подходе ответственность и заслуги распределяются поровну между руководством и персоналом.

Культура организации может, как поддерживать и поощрять инновационную деятельность, так и напротив, препятствовать ей. Она может стимулировать работников к разработкам, созданию и реализации нового, или настраивать их на избегание этого. В разных организациях степень поддержки инноваций может сильно различаться [3].

Организационная культура – это совокупность коллективных базовых представлений, приобретаемых организацией при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции, эффективность которых оказывается достаточной для того, чтобы считать их ценными и передавать новым членам организации в качестве правильной системы восприятия и разрешения названных проблем [2].

В организационной культуре могут быть прописаны позиции, которые стимулируют руководителей и работников к инновационной деятельности. Рассмотрим 8 основных моментов, на которые стоит обратить внимание [3]:

1. Поддержка инноваций путем примеров положительного опыта. Необходимо дать понять, что новые разработки, в различных областях деятельности, важны для организации.

2. Руководителей поощряют к риску, настраивают на преодоление сложностей и не ставят перед ними угрозы (в виде увольнения или штрафов) в случае неудачи.

3. Программы обучения, предусмотренные для высшего руководства и менеджеров. Такие программы позволяют руководителям проводить соответствующую оценку работ своих сотрудников и избегать неудач в чрезмерной поддержке нерентабельных проектов.

4. Умение выслушать, как черта корпоративной культуры способствует инновациям. Это помогает понимать новые идеи на их начальной стадии, когда суть, какой либо разработке еще окончательно не сформулирована. В некоторых инновационных организациях для менеджеров проводят специальные курсы обучения, на которых учат умению слушать.

5. Четкие и понятные распоряжения, касающиеся инновационной деятельности. Это очень важный момент, так как он дает понять работникам, что разработка инноваций и участие в инновационных проектах не повредит их карьере, в случае если проект окажется неудачным. Необходимо акцентировать внимание работников на том, что они получают знания и опыт при участии в таких проектах.

6. Готовность обсуждать изменять свои убеждения и поведение. Это может проявляться на индивидуальном или на групповом уровне. Представления и убеждения подвергаются проверке, и постоянно корректируются, в случае, если они оказываются ошибочными, устаревшими или не соответствуют целям и задачам организации.

7. Распределение заслуг. Здесь следует обратить внимание кто и как разрабатывал инновации, было это сделано в группе или над ней работал один человек.

8. Право на риск и на ошибку. Как уже было указано выше, страх не самый лучший способ стимулирования персонала. В случае неудачи, не стоит перекладывать всю вину на разработчиков проекта. Следует помнить, что организация в равной степени несет за это ответственность. С другой стороны есть эмоциональная сторона этого вопроса. Некоторые работники настолько отдаются какому-либо проекту, что в случае его закрытия, могут переживать сильнейший стресс, особенно если на этот проект потрачен не один год работы. В таких ситуациях рекомендуется перевести этих работников, на другие проекты, более короткие, или те, которые уже близки к завершению. Такая поддержка со стороны организации хоть и не явная, но очень эффективная.

Библиографические ссылки

1. Мильнер Б. З., Румянцев З. П., Смирнова В. Г., Блиникова А. В. *Управление знаниями в корпорациях : учеб. пособие. М. : Дело, 2006. 304 с.*
2. Похолков Ю. П., Чучалин А. И. *Менеджмент качества в вузе. Томск : ТПУ, 2004. 251 с.*
3. Сурин А. В., Молчанова О. П. *Инновационный менеджмент : учебник. М. : Инфра-М, 2009. 368 с.*

© Литвинова А. А., 2012

УДК 669717.7

Е. С. Максимова
 Научный руководитель – С. М. Самохвалова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АУТСОРСИНГ ПЕРСОНАЛА: ПРЕИМУЩЕСТВА И РИСКИ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассматривается понятие аутсорсинга персонала, перечислены функции HR-подразделений, подробно рассмотрены риски и преимущества для организации.

Аутсорсинг в сфере HR (Human Resources) – это передача на исполнение третьим лицам некоторых функций подразделений компании по управлению персоналом [1]. HR-аутсорсинг может включать в себя любые из этих функций как все вместе, так и по отдельности. Что касается основных рисков организации при использовании аутсорсинга, то выделяют двенадцать: риск непонимания основ HR аутсорсинга, риск непонимания индивидуальности заказчика, риск информационный, риск развития, риск отсутствия опыта или неопытность в процедурах соответствия,

риск нестабильности подрядчика или менеджера проекта, риск отсутствия стандартов и методологии, риск отсутствия организационной вовлеченности, как со стороны заказчика, так и со стороны подрядчика, риск отсутствия надлежащего контроля/мониторинга как со стороны заказчика, так и со стороны руководства фирмы подрядчика, риск потери критических знаний для бизнеса внутри компании, риск провала реализации проекта HR аутсорсинг, риск предъявления подрядчиком требований, которые для заказчика неудобны (см. таблицу) [2].

Детальная характеристика рисков организации при использовании аутсорсинга

Риск непонимания основ HR-аутсорсинга	Компания не «передает» часть своих сотрудников в стороннюю фирму, которая нанимает их на работу и впоследствии решает все кадровые вопросы. При HR-аутсорсинге компания подрядчик осуществляет все работы, обусловленные договором, силами своего штатного персонала и в случае возникновения претензий по качеству и срокам исполнения HR функционала претензии необходимо предъявлять ей, а не исполнителю. Снизить риск в данном случае возможно, только если в договоре со стороны подрядчика закреплен менеджер проекта, который отвечает лично, в том числе и перед заказчиком за качество и сроки представления услуги
Риск непонимания индивидуальности заказчика	Каждая компания имеет свое «лицо», которое складывается как мозаика из многих составляющих: здесь и отраслевая специфика, и особенности корпоративной культуры, и история развития фирмы, и много еще чего. Компания поставщик HR услуги обязана для качественного исполнения всех пунктов договора досконально разбираться в специфике своего заказчика, при этом правда возникает другой – информационный риск
Риск информационный	Здесь надо упомянуть и о риске подрядчика, зачастую возникает невозможность выполнения некоторых задач из-за ограничения в предоставлении информации. Именно информационный риск сдерживает развитие комплексного HR аутсорсинга. При этом Подрядчики ссылаются на то, что одно дело реализовать проект в условиях ограниченного доступа к информации, а другое дело – отвечать за результаты процесса, если тебе не предоставлены необходимые, прежде всего информационные, ресурсы
Риск развития	При создании собственного HR подразделения заказчик иногда делает предложение возглавить направление Менеджеру проекта от подрядчика и такой сценарий развития событий необходимо обговорить заранее
Риск отсутствия опыта или неопытность в процедурах соответствия	В ситуации кризиса компании, предоставляющие ранее одну из HR услуг на условиях разового, эпизодического или случайного характера пытаются освоить новую для себя нишу. Так специалисты в области бухгалтерского учета или аудита, кадровые и тренинговые агентства, стали предлагать комплексный HR-аутсорсинг, но наличие квалифицированных специалистов в одной из областей управления персоналом не гарантирует предоставление качественной услуги в других областях HR-менеджмента
Риск нестабильности подрядчика или менеджера проекта	Ни какой прошлый опыт подрядчика не поможет уберечься от риска, связанного с не оперативностью его работы, зачастую он возникает, если менеджеру проекта со стороны подрядчика не предоставляют рабочее место, и он работает удаленно, выезжая на место по мере необходимости
Риск отсутствия стандартов и методологии	Этот риск возникает при работе с вновь созданными организациями, у большинства компаний работающих 2–3 года на этом рынке уже давно имеются формализованные стандарты качества и инструкции
Риск отсутствия организационной вовлеченности	Сам процесс заключения договора чаще всего сопряжен с такими трудностями, что после его заключения компания заказчик забывает, что часть работы она делегировала подрядчику, а менеджер проекта не умеет выявить потребности заказчика в той или иной оперативной работе
Риск отсутствия надлежащего контроля/мониторинга как со стороны заказчика	Возникает она тогда, когда нет четко отраженной схемы работы, руководство фирмы-заказчика не требует ежемесячного отчета-анализа о проделанной работе от менеджера проекта, а довольствуется лишь актами о выполненных работах

Риск потери критических знаний для бизнеса внутри компании	Персонал одна из основ развития бизнеса и отсутствие информации, куда и как он развивается, чревато большими проблемами в будущем. У компаний давно работающих на рынке комплексного HR аутсорсинга механизм коммуникаций в организации всегда является «личным ноу-хау»
Риск провала реализации проекта HR аутсорсинг	При заключении договора услуг компании в первую очередь обращают внимание на финансовую сторону договора (чаще всего она финансово более привлекательна, чем содержание своей службы), но при этом забывают о проработке вопросов о том, каких результатов они хотели бы достичь, отдав этот функционал на аутсорсинг. Снизить этот риск возможно, если заранее и подрядчик и заказчик договорятся о предмете договора и результатах оценки успешности проекта
Риск предъявления подрядчиком требований, которые для заказчика неудобны.	Гораздо проще собственного сотрудника заставить делать что-то определенным образом, чем заставить подрядчика поменять принятую стандартную технологию. В этом случае необходимо не просто сесть за стол переговоров, но и понять, что стоит за тем или иным требованием

Что касается преимуществ организации от использования данного типа аутсорсинга. Они представлены далее [3]:

1. Возможность концентрировать свои ресурсы на основном бизнесе.
2. Возможность привлекать лучших специалистов для организации того или иного процесса с максимальной эффективностью.
3. Возможность снизить затраты на собственный персонал, получив при этом оперативность и высокое качество услуг.
4. Внешний провайдер принимает на себя большую часть рисков, связанных с делегируемой функцией.

5. Аутсорсинг каких-либо функций стимулирует процесс структуризации и упорядочивания фирм с неразвитой организационной структурой.

Библиографические ссылки

1. Бравар Ж.-Л. Эффективный аутсорсинг. Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений. М. : Баланс Бизнес Букс, 2007. 199 с.
2. Дж. Брайан Хейвуд. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. М. : Вильямс, 2004. 176 с.
3. Михайлов Д. В. Аутсорсинг. Новая система организации бизнеса : учеб. пособие. М. : КноРус, 2006. 256 с.

© Максимова Е. С., 2012

УДК 338

В. С. Матвеева

Научный руководитель – О. Н. Болсуновская
Сибирский государственный аэрокосмический
университет имени академика М. Ф. Решетнева, Россия, Красноярск

КОУЧИНГ – СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

В современной экономике человеческий капитал приобретает определяющую роль, являясь важнейшим фактором экономического роста и благосостояния общества. В управлении человеческий компонент - самый трудноформируемый из всех активов. Коучинг является одним из эффективных способов формирования человеческого капитала.

Почти безграничное разнообразие и непредсказуемость людей делают их невероятно сложными для оценивания, гораздо сложнее, чем любой электромеханический узел, поступающий с предписанными практическими спецификациями. Тем не менее, люди - единственный элемент, обладающий способностью производить стоимость. Все остальные переменные - деньги и их «родственников» кредит, сырье, заводы, оборудование и энергия - могут предложить лишь инертные потенциалы. По своей природе они ничего не прибавляют и не могут добавить, пока человек, будь это рабочий самой низкой квалификации, искуснейший профессионал или руководитель высшего звена, не использует этот потенциал, заставив его работать. В связи с этим в большинстве компаний уделяется особое внимание накоплению человеческого капи-

тала как самого ценного из всех видов капитала.

В настоящее время используются различные способы и подходы для развития человеческого капитала, но выбирая тот или иной подход, компании, как правило, руководствуются балансом между затратами и получаемым эффектом. И одним из самых новых, объединяющих в себе различные методики и техники, признан коучинг, как важный инструмент влияния на результаты деятельности отдельных людей и социальных общностей. Современное управление в стиле коучинга – это взгляд на сотрудников как на огромный дополнительный ресурс, где каждый сотрудник является уникальной творческой личностью, способной самостоятельно решать многие задачи, проявлять инициативу, делать выбор, брать на себя ответственность и принимать решения. Коучинг (coaching) – это

инструмент профессионального и личностного развития, возникший в 70-х годах XX века. Коучинг представляет собой интерактивный процесс, целью и результатом которого для работника и коуча являются качественное повышение эффективности и развитие желаемых способностей и качеств работника. Это индивидуальная тренировка человека в целях достижения значимых для него целей, повышения эффективности планирования, мобилизации внутреннего потенциала, развитие необходимых способностей и навыков, освоения передовых стратегий получения результата. Для достижения поставленных целей в коучинге используются научно обоснованные методы, техники персонального роста и практический опыт. Это процесс самостоятельного развития, который дает сотрудникам ясное представление и о том, что они делают, к чему стремятся и почему стремятся именно к этому. Ни один другой метод развития человеческого капитала не принимает во внимание личную историю развития сотрудника, позволяющую опереться на его лучшие качества.

Использование коуч-технологий в развитии человеческого капитала позволяет решать следующие проблемы:

- создание сплоченных рабочих команд;
 - нематериальная мотивация персонала;
 - разносторонне развитие персонала;
 - усиление приверженности к выполняемой работе.
- Результатом проведения коучинга может считаться:
- снижение конфликтности;
 - формирование стратегии развития кадрового потенциала;
 - осознание служащими своих преимуществ, сильных сторон;
 - определение индивидуальных мотивирующих факторов для повышения эффективности работы;
 - улучшение командной работы, отлаженность информационных потоков;
 - повышение персональной удовлетворенности работой;

Положенные в основу коучинга принципы равноправия и партнерства дают право каждому сотруднику вносить вклад в решение организационных, мотивационных и правовых вопросов. Эта технология учит действовать и мыслить шире, чем предписано условиями должностной инструкции. У сотрудников расширяется спектр возможностей применить свои профессиональные навыки, способности и личные качества.

Для анализа сложных ситуаций можно применять одну из моделей коучинга PARLA–международную модель анализа поведения [1].

P – problem – проблема; **A** – action – действие; **R** – result – результат; **L** – learned – урок; **A** – applied – вывод прикладного характера.

Основные преимущества использования коучинга в развитии человеческого капитала заключаются в следующем:

1) цель, желаемый результат и критерии оценки задает «заказчик». В основу коучинга берется «идеальное» представление о человеческом капитале, которое задает «заказчик», и уже исходя из этого, рассматриваются имеющиеся ресурсы и строятся модели совершенствования человеческого капитала [3];

2) коуч-сессии проводятся до полного достижения цели. Коучинг – долговременное партнерство, как и процесс развития кадрового потенциала. За время работы с коучем сотрудники получают полное представление о перспективах профессионального и личного развития, о персональной роли в развитии потенциала организационной структуры, вырабатывается устойчивая внутренняя мотивация на достижение цели. Коучинг обеспечивает максимальное совпадение индивидуального развития сотрудников с целью развития потенциала коллектива в целом. Работа проводится до максимального возможного результата раскрытия потенциала;

3) изменения, порождаемые коучингом, нацелены на удовлетворение стратегических целей руководства предприятия. Улучшения будут происходить и вне обозначенной зоны изменения [2];

4) коучинг-технологии направлены на мобилизацию внутренних ресурсов персонала, развивают необходимые навыки работы в условиях современного рынка, способствуют как освоению передовых стратегий получения результата через высокую мотивацию к работе, так и раскрытию креативных ресурсов и повышению ответственности за результат.

Для того чтобы коучинг стал эффективной методикой по развитию человеческого капитала, необходимо нечто большее, чем сумма результатов тренировки отдельных сотрудников. Нужно создавать такие условия, чтобы каждый сотрудник мог раскрыться и внести свой вклад в достижение стратегических целей предприятия, тем самым внося свой личный вклад в развитие человеческого капитала отдельного подразделения и, в конечном результате, человеческого капитала предприятия в целом.

Библиографические ссылки

1. Андерсон Д. Л., Андерсон М. С. Коучинг. Оксфорд, 2005.
2. Кибалюк И. В. Методы инновационного развития человеческого капитала организации: автореферат. М., 2006.
3. Мелия М. Как усилить свою силу? Коучинг. М., 2009.

© Матвеева В. С., 2012

УДК 331.26

А. О. Микитюк, Е. Е. Никитина
Научный руководитель – С. М. Самохвалова, О. Е. Подвербных
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МЕРОПРИЯТИЯ ПО УПРАВЛЕНИЮ ТЕКУЧЕСТЬЮ КАДРОВ

Рассматриваются проблемы управления текучестью персонала в организации. Раскрывается содержание концепции снижения текучести персонала, основу которой должно составлять не только обеспечение повышения эффективности деятельности организации в целом, но и повсеместное развитие ее кадрового потенциала по сравнению с изменениями внешней среды.

В современных условиях, управляя текучестью персонала в организации, особое внимание необходимо уделить эффективности работ, выполняемых сотрудниками кадровой службы на следующих этапах [1].

1. Определение уровня текучести кадров. На этом этапе необходимо определить уровень текучести и сопоставить его с допустимой количественной нормой текучести для организации. Проанализировать не только количественный, но и качественный состав текучести. Исходя из результатов анализа, необходимо ответить на главный вопрос – является ли уровень текучести и ее качественный состав таким, который приводит к необоснованным экономическим потерям, недополучению прибыли организацией?

2. Определение уровня экономических потерь, вызванных текучестью кадров. Это важный и в то же время один из наиболее трудоемких этапов выполняемого комплекса работ [3].

3. Определение причин текучести кадров. Высокий уровень текучести кадров может быть вызван спецификой производственно-хозяйственной деятельности организации либо несовершенством действующей системы управления персоналом. В первом случае проблемы текучести как таковой нет, и никаких особых решений не требуется. Во втором – следует приложить усилия, чтобы отыскать узкие места в системе управления персоналом организации. Важным в данном случае является выявление и анализ мотивационной структуры выбытия кадров.[4]

4. Разработка системы мероприятий, направленных на нормализацию процесса высвобождения рабочей силы, совершенствование процедуры увольнения, преодоление излишнего уровня текучести. Предлагаемые меры можно разделить на три основные группы:

– технико-экономические (улучшение условий труда, совершенствование системы материального

стимулирования, организации и управления производством и др.);

– организационные (совершенствование процедур приема и увольнения работников, системы профессионального продвижения работников и др.);

– социально-психологические (совершенствование стилей и методов руководства, взаимоотношений в коллективе, системы морального поощрения и др.).

5. Определение экономического эффекта от осуществления разработанных мер, направленных на совершенствование процедуры увольнения, преодоление излишнего уровня текучести и т. п.

Таким образом, основу концепции снижения текучести персонала должно составлять не только обеспечение повышения эффективности деятельности организации в целом, но и повсеместное развитие ее кадрового потенциала по сравнению с изменениями внешней среды. Сегодня задачи управления текучестью персонала перестали быть в организации второстепенными. При этом, формируя в организации программу снижения текучести и удержания персонала, особое внимание следует уделять конкретной целевой аудитории, т.е. формировать мотивационную программу в соответствии с целями организации по поддержанию баланса ее кадрового состава [2].

Библиографические ссылки

1. *Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. М. : Инфра-М, 2010.*
2. *Григорьева И. Текучесть кадров.*
3. *Каверина Ю. Почему люди уходят и что с этим делать. URL: www.kadrovik.ru.*
4. *Перцова Н. Как управлять текучестью персонала // Секрет фирмы. 2009. № 9.*

© Микитюк А. О., Никитина Е. Е., 2012

УДК 331.101.38

Б. Д. Санданова, А. А. Литвинова
Научный руководитель – О. А. Титов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ТВОРЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА ПРИ РАЗРАБОТКЕ И ВНЕДРЕНИИ ИННОВАЦИЙ

Рассмотрена роль творческого персонала в инновационной деятельности и организации благоприятных условий для его работы, а также такие моменты, как подбор персонала, организационная культура и нематериальные способы мотивации их деятельности.

Главным фактором в инновационной деятельности организации является персонал. Использование воплощенных в людях способностей позволяет корпорациям активизировать нововведения [2]. Вне зависимости от принадлежности сотрудников к той или иной категории, ценность их вклада определяется главным образом важностью представляемой информации, их способностями и навыками в работе со знанием и в командах [5]. Следовательно, для успешного создания и реализации новых проектов необходимо создать условия, в которых сотрудники могли бы в полной мере проявить свой потенциал.

Работники с определенными знаниями и умениями относятся к творческому персоналу. Эта категория работников проявляют больший энтузиазм в решении задач организации, поэтому общей мировой тенденцией является резкое увеличение доли творческих работников в общей численности персонала. Это могут быть как рабочие, так и люди, занимающие руководящие должности [2]. Инфраструктура предприятия должна обеспечить творческим работником условия для решения этих задач.

Творческие работники чутко относятся к атмосфере, культуре и стилю управления в корпорации; высоко ценят отношения, основанные на партнерстве и коллегиальности. У таких работников требования к системе обучения, условий продвижения по карьерной лестнице и оплате труда выше, чем у остальных [2].

Основой для создания инновационной среды на предприятии является подбор персонала. Спецификой инновационной деятельности является ее коллективный характер. В сложившейся ситуации при его формировании необходимо подбирать людей, обладающих различными специальностями [3]. Многие организации стремятся нанимать работников с различным базовым образованием. Это дает разнообразие подходов к решению проблем и достижению целей организации [4].

Не последнюю роль в формировании инновационной среды играет организационная культура. Так как она может, как поддерживать, так и препятствовать ее формированию. Инновационная среда подразумевает под собой принятия работником самостоятельных решений, при этом он должен укладываться в рамки организационной культуры. Можно выделить ряд общих позиций, которые положительно или отрицательно влияют на инновационную деятельность [4]:

– четкие распоряжения в отношении инноваций, противоположным можно поставить неясность и неоднозначность этих распоряжений;

– важно понимать по какому принципу основывается управление организацией, на страхе перед провалом, или на поддержке к новым разработкам и риску;

– готово ли руководство принимать новые предложения от работников и использовать их в организации рабочего или производственного процесса, или относится к этому пренебрежительно;

– какова ориентация организационной культуры, рыночная или техническая;

– признание «права на ошибку», или последующее после этого наказание в виде штрафов и увольнений.

Во многих организациях в качестве мотивации традиционной используется денежное вознаграждение сотрудников. Но использование лишь этого подхода, при работе с творческим персоналом, не является правильным. Руководство должно быть готово не просто выслушать предложения сотрудников, но и проявлять к ним соответствующий интерес [1]. Многие организации, используют как метод дополнительной мотивации, в случае успеха какого либо проекта, создание самостоятельной бизнес единицы. В этом случае, работники получают возможность заниматься любимым делом на новом уровне [4]. Это обусловлено естественным стремлением человека к развитию. Наряду с выше предложенным, возможно включение работников в кадровый резерв; карьерный рост; поручение ему более сложной заданий, требующей творческого подхода; направление работников на обучение. Эти и другие методы позволяют повысить интерес сотрудников к деятельности организации, препятствуя их профессиональной деградации.

Важную роль играет признание работника со стороны компании, руководителя и коллектива. Это может быть вынесение сотруднику или группе благодарности, проведение, в неформальной обстановки, различного вида награждений, выдвижение сотрудника в общественный совет, публикация об успехах на сайте организации или в корпоративной газете. Такой подход позволяет не только мотивировать сотрудника на дальнейшую деятельность в области инновации, но и как положительный пример может повлиять на более активную деятельность со стороны других работников.

Библиографические ссылки

1. Магура М. И. Инфраструктура инноваций // Управление персоналом. М. : Сентябрь. 2010. С. 34–41.
2. Мильнер Б. З., Румянцев З. П., Смирнова В. Г., Блинников А. В. Управление знаниями в корпорациях : учеб. пособие. М. : Дело, 2006. 304 с.

3. Мукоед Л. М. Управление инновационными процессами : учеб. пособие ; СибГАУ. Красноярск, 2008. 180 с.

4. Сурин А. В., Молчанов О. П. Инновационный менеджмент : учебник. М. : Инфра-М, 2009. 368 с.

5. Тузовский А. Ф. Чирков С. В., Ямпольский В. З. Система управления знаниями (Методы и технологии). Томск : НТЛ, 2005. 260 с.

© Санданова Б. Д., Литвинова А. А., 2012

УДК 331.101.38

Г. Ю. Сидоренко

Научный руководитель – С. М. Самохвалова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ТРУДОУСТРОЙСТВО И ЗАНЯТОСТЬ ИНВАЛИДОВ КАК ОДНА ИЗ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

Трудоустройство инвалидов является одной из самых острых и актуальных социальных проблем. На сегодняшний день в сознании людей еще жив стереотип о том, что человек с ограниченными возможностями не может и не желает трудиться. Однако среди инвалидов есть те, кто желает трудиться и быть независимыми. В тезисах кратко рассмотрены основные направления решения проблемы занятости инвалидов в нашей стране.

Право на труд – естественное и неотъемлемое право каждого гражданина, в том числе и инвалида, т. е. лица с ограниченной способностью к трудовой деятельности. Факт наличия заболевания не должен препятствовать рассмотрению инвалида как полноправного члена общества, имеющего те же потребности, что и физически здоровые люди. Согласно принципам социального равенства, социальной справедливости и толерантности формирование современной системы социальной помощи лицам с ограниченными возможностями здоровья требует одновременного решения двух задач:

- обеспечение полной социальной защищенности и создание условий для полноправного доступа ко всем материальным и духовным благам;
- содействие им в посильном осуществлении своих обязанностей в качестве членов общества.

В современной России одними из наиболее ярко выраженных социальных барьеров на пути интеграции лиц с ограниченными возможностями являются трудовая сегрегация и изоляция инвалидов. Инвалиды составляют часть вторичного рынка в системе сегментации труда, который характеризуется так, поскольку связан с низкой оплатой, нестабильной работой, невысокими шансами получения квалификации, трудоустройства и продвижения по служебной лестнице. Сегментация предстает и, как форма социального закрытия, выражающаяся в стереотипном стремлении трудоустроить инвалидов лишь на специализированных предприятиях.

Инвалид – лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты [5].

Инвалидность – острая социальная проблема, решение которой признано одной из значительных государственных задач [2]. С одной стороны, это вызвано гуманным стремлением облегчения жизнедеятельности людей, ставших инвалидами вследствие нару-

шения здоровья и нуждающихся в специальной помощи и защите. С другой стороны, очевидна необходимость решения весьма сложного вопроса оптимизации государственных компенсационных затрат на нужды инвалидов. Это можно достичь повышением социально-экономической самостоятельности этих людей: реально обеспечить через эффективную занятость лиц, которым доступна трудовая деятельность. В настоящее время вопросы занятости инвалидов не получают адекватного решения, несмотря на законодательные гарантии, целевые программы, иные государственные меры.

Иными словами, инвалидность – это проблема не одного человека, а всего общества в целом.

Сущность ее заключается в правовых, экономических, производственных, коммуникативных, психологических особенностях взаимодействия инвалидов с окружающим миром.

Технологии социальной работы с инвалидами, имеющие целью трудовую интеграцию в общество, в целом соответствуют общепринятым в науке и практике методам работы с инвалидами вообще.

Их можно классифицировать следующим образом по нескольким основаниям.

1. По функциям применения следует выделить следующие технологии:

- Психологические (воздействие специалистов оказывает на психологические процессы, состояния, функции).
- Медико-социальные (объектом воздействия выступает физическое состояние, связанные с ним социальные аспекты существования инвалида).
- Социально-психологические (влияющие на процессы в системе взаимоотношений человек-группа).
- Финансово-экономические (позволяют обеспечить нуждающихся пособиями, льготами и другими материальными ресурсами).

2. По области применения выделяются следующие технологии:

- Диагностика (деятельность по распознаванию и анализу социальных проблем и патологий).

- Коррекция (система мероприятий, направленных на исправление у клиента недостатков педагогического, психологического, социального характера, которые не соответствуют принятым в обществе стандартам).

- Реабилитация инвалидов («Система медицинских, психологических, педагогических, социально-экономических мероприятий, направленных на устранение или по возможности более полную компенсацию ограничений жизнедеятельности, вызванных нарушением здоровья со стойким расстройством функций организма. Целью реабилитации является восстановление социального статуса инвалида, достижение им материальной независимости и его социальная адаптация» [4]).

Значительное число инвалидов, которые хотели бы работать, лишено доступа к реабилитационным услугам и возможности трудоустройства. «Это относится ко многим странам. Следуя международно-правовым стандартам, каждое государство в соответствии с национальными условиями, практикой и возможностями разрабатывает, осуществляет и периодически пересматривает национальную политику в области занятости и профессиональной реабилитации инвалидов, включающую обеспечение инвалидам возможности получать, сохранять подходящую работу и продвигаться по службе» [3].

- Профилактика (предупреждение социальных и индивидуальных рисков).

- Адаптация (облегчение вхождения индивида в сравнительно незнакомое общество или культурную систему).

Трудовая деятельность для человека является не только способом экономически обеспечить своё существование, но и фактом реализации своих способностей (в том числе и творческих), приобщением к общественным ценностям. Работа позволяет каждому гражданину уважать себя, осознавать свою индивидуальность, быть полноценной частью современного общества. «Во времена Советского Союза именно ограничение в трудовых возможностях являлось единственным критерием установления инвалидности. Государство просто брало на себя обязательство материально содержать инвалида, поэтому вопросы социальной адаптации и трудоустройства даже не поднимались. Единственной государственной программой по созданию рабочих мест для людей с инвалидностью было создание специализированных предприятий, где инвалиды в изолированных условиях могли заниматься неквалифицированным трудом (клеить коробки, собирать розетки и т.д.)» [1]. Не слишком много изменилось в настоящее время. В Федеральном Законе «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» были заложены механизмы

решения этой проблемы. Инвалидность стала классифицироваться не только по трудовым возможностям, но и по другим факторам ограничения жизнедеятельности. Введена система квотирования рабочих мест для инвалидов, применены понятия «специальные рабочие места для инвалидов» и «специальные условия труда для инвалидов». Но практика оказалась далека от столь прогрессивных замыслов. Основными проблемами стали отсутствие эффективных государственных программ и квалифицированных специалистов, способных решать эти проблемы. А в последнее время со стороны государственной власти наметился отход и от этих, пусть небольших, но всё-таки «завоеваний» общественного движения инвалидов.

Кроме того, в нашей стране отсутствует применяемый в других странах законодательный механизм, согласно которому те предприятия, которые не заполняют всю квоту рабочих мест для инвалидов, вынуждены платить дополнительные налоги и сборы, которые в свою очередь, распределяются государством для создания и улучшения уже созданных рабочих мест для инвалидов на предприятиях и организациях государственного сектора.

Работодатели находят какие угодно предлоги, что бы не брать на работу инвалидов. В условиях нашего правового поля это сделать достаточно просто.

Библиографические ссылки

1. Государственная социальная политика по отношению к вопросам инвалидности в Российской Федерации: текущие проблемы и рекомендации [Электронный ресурс]. URL: <http://rabota.perspektiva-inva.ru/index.php?id=454>.

2. Иванова П. В. Правовые аспекты трудоустройства инвалидов [Электронный ресурс]. URL: <http://kraspubl.ru/content/view/299/36>.

3. Международные официальные документы // Декларация о правах инвалидов (утв. Резолюцией XIII сессии Генеральной Ассамблеи ООН от 9 декабря 1975 г.) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.publiclibrary.ru/readers/mercy/nrb-main.htm>.

4. Новиков М. Десять вопросов о формировании Индивидуальной программы реабилитации. Пособие для молодых инвалидов, ищущих работу. М. : РООИ «Перспектива», 2006.

5. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» (с изменениями на 30 ноября 2011 г.) (редакция, действующая с 1 февраля 2012 г.) Гл. 1, ст. 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.kodeks.ru/document/9014513#>.

© Сидоренко Г. Ю., 2012

УДК 669.713.7

А. В. Стародымова
Научный руководитель – С. М. Самохвалова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВЗАИМОСВЯЗЬ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ И КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассмотрены ключевые характеристики кадровой политики и требования к ее формированию в контексте стратегического менеджмента организации и требований кадровой стратегии.

Роль и место кадровой политики, ее взаимосвязь со стратегией можно представить, анализируя взаимосвязи основных категорий теории управления и теории кадровой политики. Цели кадровой политики как центральная категория обусловлены целями организации и принципами кадровой политики, определенными на стратегическом уровне управления. В свою очередь, принципы в системной деятельности людей по реализации кадровой политики отражают закономерности, связи и отношения между элементами этой системы.

Понимая под кадровой политикой деятельность, следует учитывать, что для последней характерны статическая и динамическая составляющие. В статической фазе разрабатываются концептуальные основы кадровой работы, проектируется и создается система управления кадрами. В динамической фазе практически реализуется совокупность сформулированных высшим руководством организации положений, официальных требований и практических мер по обеспечению дееспособности кадрового корпуса в условиях действительности. Обобщая приведенные определения кадровой политики и учитывая взаимосвязь категорий теории управления, под кадровой политикой будем понимать деятельность, направленную на реализацию кадровых принципов, определяющих соответствующие цели. Используя системно-структурный подход к анализу деятельности как системы, вскроем элементы кадровой политики как системного объекта СКМ. Результаты анализа позволяют выделить в раз-

работке и реализации кадровой политики, как минимум, такие факторы:

- процессы (жизнедеятельности, мыследеятельности, деятельности и т. п.);
- функциональные структуры (взаимосвязи кадровых функций на уровнях управления);
- организованность (фиксация отношений, упорядоченности, согласованности, взаимодействия) между элементами (людьми, службами, уровнями управления и др.);
- людей (персонал, кадры организации).

Стратегия, прежде всего, связана со структурой и организованностью. Это специфические элементы полисистемы, называемой деятельностью. Стратегия требует выделения уровневой иерархии функциональной структуры как элемента механизма управления. В свою очередь, механизм управления, являясь частью системы управления, воздействует на факторы, определяющие результат деятельности. Как средство организации кадровой политики, кадровая стратегия определяет методологическую основу управления кадровой работой на тактическом уровне.

Кадровая стратегия тесно связана со стратегией организации, в первую очередь, со стратегией ее развития, и отражает идеологию маркетинга персонала. Стратегия определяет структурные и поведенческие взаимосвязи подразделений и работников организации, организует системную деятельность по достижению ее целей.

© Стародымова А. В., 2012

УДК 669.713.7

А. Ю. Темаева
Научный руководитель – С. Д. Лобанов
Ульяновское высшее авиационное училище гражданской авиации (институт), Ульяновск

СОВРЕМЕННАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ЛИЧНОСТИ МЕНЕДЖЕРА

Представлены материалы по описанию личностных характеристик и компетентностных навыков современного менеджера. Перечислены основные группы навыков менеджера, представления различных философов, каким должен быть менеджер. Данная статья адресована представителям управленческих структур, студентам высших учебных заведений, обучающихся на факультетах «управления и экономики», в качестве ознакомления с современными представлениями о личности менеджера.

Изменения, стремительно происходящие в обществе в связи с переходом на новые политические и экономические отношения, оказали значительное влияние на развитие личности менеджера. Именно поэтому особенно актуальной на современном этапе развития общества становится – проблема представ-

лений о личности менеджера, его компетентностных навыках.

Платон называл управление «наукой о питании людей» [2]. Философ считал, что управлять страной должны законы, но поскольку они слишком абстрактны, то потому осуществлять надзор за их испол-

нением должен политик, владеющий искусством управления

Основные группы навыков менеджера: Концептуальные – это когнитивные (связанные с познанием) навыки человека воспринимать организацию как единое целое, умение системно мыслить.

Социальные – это навыки работы с людьми и достижения организационных целей при помощи людей.

Технические – это специальные навыки, необходимые для выполнения рабочих заданий.

Анри Файоль о нравственности менеджера: «Для руководителя высокого уровня залогом отсутствия как злоупотребления властью, так и слабости является цельность его личности и его высокие моральные качества; цельность же эта, как известно, не избирается и не приобретается»[2].

Менеджер должен быть:

- хорошо подготовленной и высокообразованной личностью;
- творческой личностью;
- настойчивым;
- воспринимаем к новым идеям и новаторским решениям.

Важнейшей личностной характеристикой менеджера можно признать высокий уровень личного и профессионального развития. Исследования последнего десятилетия привели многих специалистов к выводу, что компетентный менеджер является основным условием успеха компании. Компетенции всё чаще интерпретируются как динамичная комбинация качеств, способностей и взглядов и выступают в качестве цели образовательных программ. Компетенции рассматриваются в определённом понятийном формате и достаточно детально представлены в Общеввропейском проекте TUNING. основополагающие концептуальные идеи проекта сводятся к освоению компетентностного подхода, ставшего актуальным на современном этапе развития образования.

Определение компетенций, предложенное в европейском проекте TUNING: «...понятие компетенций и навыков включает знание и понимание, знание как действовать, знание как быть».

Сегодня на первый план выходит не рационально – прагматические аспекты управления, а социально-психологические, личностные, чисто человеческие компоненты деятельности [1].

Если упрощенно подходить к ранжированию навыков и характеристик современного менеджера, то их можно расставить по следующей степени важности:

- На первом плане – лидерство – способность вести за собой людей.
- Вторая очень важная характеристика для менеджера – это способность к коммуникациям, непрерывному общению.

- На третьем месте профессиональной деятельности менеджера стоит – профессиональное знание с точки зрения основ управления в целом или технологии.

- Можно ли научиться обладать качествами менеджера?

- Только 10 % обладают менеджерскими качествами.

- Лидерство – это то, что можно развить в себе, и человек должен формировать у себя лидерские качества.

- «Эмоциональный интеллект» - одна из главных функций менеджера.

- Личность менеджера сегодня становится довольно сложной и разносторонней.

- Современный руководитель должен быть эмоционально богатым человеком, а не «засушенным аналитиком».

- Менеджер – это руководитель, способный организовать слаженную работу коллектива, используя различные управленческие способы, присущие ему как индивидуальной личности.

В отношении формирования личностных качеств современного менеджера нами предлагается: 1) формирование необходимости первичного анализа личностных характеристик, индивидуальных особенностей при приёме на работу; 2) формирование способности менеджера к преобразованию рабочей среды в увлекательную игру, используя при этом самые нестандартные подходы. Следствием этого преобразования может стать – выявление руководителем новых ранее не освещённых качеств своих сотрудников, а также заручением доверия с их стороны. В итоге приходим к выводу, что менеджер – это человек, это не рациональный аналитик, который «выстреливает» решения, как раньше из компьютера выстреливалась бумага с цифрами, нет. На самом деле сегодня на первый план выходит эмоционально – ориентированный компонент менеджмента. Руководить людьми без уверенности в себе невозможно. Менеджер должен считаться с желанием подчиненных добиться определённого положения в этом мире, знать их идеалы и способствовать реализации их в жизнь.

Но самое главное – менеджер должен обладать умением руководить, организовывать и поддерживать работу коллектива, быть готовым к действиям в любых, даже самых экстремальных ситуациях.

Библиографические ссылки

1. Зобов М. А. Бизнес-образование: новые подходы к формированию личности менеджера // *Дополнительное образование. 2005. № 5(17). С. 1–4.*

2. Платон об управлении [*Электронный ресурс*]. URL: <http://www.coolreferat.com>.

© Темаева А. Ю., 2012

УДК 1(075.8)

Ю. С. Хрунова
Научный руководитель – О. Ф. Морозова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Железногорск

КОСМОС И ЧЕЛОВЕК: МНОГОМЕРНОСТЬ ОТНОШЕНИЙ

Доказывается, что отношения человека и космоса многомерны. Выделены основные направления освоения космоса в современных условиях.

Ускорение научно-технического прогресса в направлении освоения Космоса, актуализирует исследование многомерных связей «Космос-человек».

Мысль о том, что Космос в той или иной степени оказывал и оказывает воздействие на развитие человечества и окружающей его земной природы не вызывает возражений. И наоборот, с возникновением практической космонавтики общество начинает влиять на состояние космоса. Таким образом, существует взаимная связь и взаимодействие человечества и Космоса. Анализ современной литературы позволяет выделить следующие типы отношений:

1. Генетические отношения.

В основе этих отношений лежит антропный принцип. Значение антропного принципа возрастает в наше время, для которого характерны космическая активность человека и все более серьезный поворот современной науки к гуманистической проблематике [1, с. 58]. Человек наблюдает Вселенную такой, какая она есть. Жизнь на Земле, включая разумное существо – человека, возникла благодаря совокупности всех условий, так сказать, «стечению обстоятельств» во всей той Вселенной, о которой мы сегодня знаем. И это действительно так: в иных условиях наша жизнь могла и не возникнуть, во всяком случае, в ту астрономическую эпоху, когда она возникла реально. Но отсюда вовсе не следует, что благоприятствующие жизни условия во Вселенной были «сфокусированы» исключительно на Землю – рядовую планету около рядовой звезды, находящейся в одном из витков рядовой галактики в системе их огромного семейства. В связи с этим следует отметить, что человек является частью ныне существующей Вселенной и порожден протекающими в ней процессами. Эти процессы продолжают, и поэтому нет оснований полагать, что человек является конечным «продуктом» эволюции разумной материи.

2. Функциональные отношения.

Понять сущность жизни человечества, человека, рассматривая лишь изолированное пространство Земли невозможно. Земная жизнь связана с космическими процессами. Действительно, жизнь человека невозможна без солнечного света и тепла. Люди используют энергию Солнца, сконцентрированную в пище, минеральных видах топлива и т. д. Человек непрерывно подвергается солнечному излучению. В современный период воздействие космических явлений на жизненный мир людей стало очевидным. Более того, данное воздействие становится предметом конкретного научного исследования. В настоящее время не только существует предположение о влиянии косми-

ческой среды на жизнь человеческого общества, но оно во многом научно доказано, о чем свидетельствуют многочисленные естественно-научные факты. Естественно, что для здорового образа жизни, для практической деятельности людей, находящихся как на Земле, так и вне ее пределов, следует знать степень обусловленности проявлений общества и его органических процессов, а также закономерности данного воздействия.

3. Технические отношения.

С древних времен, наблюдая небо, люди использовали различные измерительные приборы, которые позволяли определять положение тел на небе. А четыреста лет тому назад был создан прибор для наблюдения – телескоп. С помощью телескопов люди смогли открыть множество небесных тел. Но астрономическая техника дополнялась техникой космической, которая позволила посадить спускаемые аппараты на поверхности Луны, сфотографировать с близкого расстояния планеты-гиганты Юпитер, Сатурн и Уран, их спутники и кольца. Сейчас с помощью автоматических космических аппаратов ученые проводят исследования космоса, такие аппараты осуществляют полеты к планетам Солнечной системы. Искусственные спутники Земли помогают ученым изучать атмосферу. Околосолнечный космос, некогда абстрактный «разрешился» познанными свойствами чужих атмосфер и земель, экзотическими пейзажами, доставкой лунного грунта и исследованием его в земных лабораториях [2]. Если раньше человек мысленно устремлялся в космос, чтобы, может быть, в будущем покинуть свою планету и освоить иные миры, то теперь, стало реальностью побывать в космосе.

4. Оценочные отношения

Человек созерцает совершенный гармонический космос, как пишет русский советский филолог А. Ф. Лосев – «пластически слепленное целое, как бы некую большую фигуру или статую или даже точнее образом настроенный и издающий определенно-го рода звуки инструмент». Космос античного эллина, по мнению А. Ф. Лосева – «материально-чувственный и живой космос, являющийся вечным круговоротом вещества, то возникающий из нерасчлененного хаоса и поражающий своей гармонией, симметрией, ритмическим устройением, возвышенным и спокойным величием, то идущий к гибели, расторгающий свою благоустроенность и вновь превращающий сам себя в хаос» [3].

5. Ответственность за последствия активного взаимодействия Космоса и человека

Человечество берет на себя ответственность за дальнейшую эволюцию, за сохранение и развитие здоровья будущих поколений людей, за реализацию естественно-исторических и социально-исторических закономерных процессов космопланетарной эволюции человека как антропокосмического феномена Вселенной. Возникает необходимость бережного, даже благоговейного отношения к окружающему миру, дисгармония с которым может привести человечество к саморазрушению. Сам человек, его бытие, разум, знание должны рассматриваться в аспекте космического и космопланетарного измерения как проявления фундаментального единства Вселенной. Это налагает на человека обязательства высочайшего толка [4]. Примечательно, что в зависимости от уровня развития общества и потребностей на первый план могут выходить различные типы отношений.

Таким образом, отношения «Космос-человек» многомерны. Однако понятие «многомерность» явно недостаточно для осмысления сущности этих отно-

шений. Мы полагаем, что все выделенные типы отношений необходимо рассматривать, во-первых, системно, а во-вторых, человеческая модификация исторически изменчива. В условиях обострения глобальных проблем доминирующими становятся экологические отношения человека и космоса, и то, как влияет человек на космос.

Библиографические ссылки

1. *Новейший философский словарь: 3-е изд., испр. Минск : Кн. дом. 2003. 1280 с. (Мир энциклопедий).*
2. URL: www.cosmonautics.ru/6-1.html.
3. *Лосев А. Ф. Античный космос и современная наука. М. : Изд. авт., 1927. 557 с.*
4. *Моисеев Н. Н., Фролов И. Т. Высокое соприкосновение: Общество, человек и природа в век микроэлектроники, информатики и биотехнологий // Вопр. философии. 1984. № 9. С. 24–41.*

© Хрунова Ю. С., 2012

УДК 669.713.7

Н. Г. Цупель

Научный руководитель – О. Е. Подвербных
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ, НАЧИНАЯ С ПОДБОРА КАДРОВ НА ГОСУДАРСТВЕННУЮ ГРАЖДАНСКУЮ СЛУЖБУ

Профессиональный потенциал государственных гражданских служащих представляет собой понятие, обозначающее готовность и способность гражданских служащих к эффективной профессиональной деятельности по обеспечению исполнения полномочий государственных органов, а также исполнению своих должностных обязанностей, с целью обеспечения оптимальной жизнедеятельности общества.

Для характеристики формирования профессионального потенциала государственных гражданских служащих необходимо выяснить факторы, влияющие на формирование и развитие профессионального потенциала служащих. Выделяют следующие социальные факторы формирования и развития профессионального потенциала государственных служащих:

- 1) состояние и динамика развития человеческого потенциала;
- 2) современные тенденции в государственной службе;
- 3) практика отбора государственных чиновников.

Как показывает мировая практика, наилучшим способом обеспечения гарантий профессионального подбора на государственную службу является организация конкурсных экзаменов на основе их прозрачности. В этой связи заслуживает поддержки предложение ряда экспертов о разработке проекта федерального закона о конкурсном отборе государственных служащих, который установил бы правовые гарантии создания системы открытых конкурсных механизмов, что создало бы правовые гарантии реализации конституционного принципа равного доступа граждан на государственную службу [1, с. 37].

В США сложилась эффективная система конкурс-

ного отбора государственных служащих, зародившаяся еще в 1883 году. В настоящее время большая часть федеральных государственных гражданских служащих поступают на государственную службу на основе открытого конкурса.

Высокая эффективность государственного аппарата Японии достигнута, в том числе за счет создания элитарной государственной службы. Это стало возможным благодаря организации конкурсных экзаменов при замещении государственных должностей на основе их полной открытости. А для того чтобы гарантировать и поддерживать высокий уровень эффективности своих работников, государственные органы предоставляют такие зарплаты и пенсионные льготы, которые вполне конкурентоспособны с аналогичными выплатами в частном секторе.

Следует обратить также внимание и на то, что в Японии управление государственной службой почти на всех стадиях, включая набор, продвижение, повышение, санкции и пенсии, поручено органу, не зависящему от правительства – Национальному управлению по кадрам [2, с. 23].

Интересен опыт конкурсных экзаменов государственных гражданских служащих в Южной Корее, где практикуются весьма сложные конкурсные экзамены

по 12 предметам, среди которых профилирующими являются экономика, деловой менеджмент и государственная администрация. В результате такой кадровой политики в 1988 году 70 % государственных служащих Южной Кореи имели университетские дипломы.

Необходимо отметить, что поступление на государственную гражданскую службу на основе конкурсного отбора значительно повышает профессиональный потенциал государственных гражданских служащих, так как подразумевает поступление на службу наиболее подготовленных, образованных и профессиональных людей [3, с. 129].

Библиографические ссылки

1. Государственная служба. Поиски эффективности. Зарубежный опыт. Вып. 13. М.: Изд-во РАГС, 2005. 65 с.
2. Лукьяненко В. И. Принципы государственной кадровой политики: механизмы и технологии ее реализации. М.: Изд-во РАГС, 2006. 31 с.
3. Пономарев Л. Н. Компетенция и компетентность персонала государственной службы // Государственная служба Российской Федерации: становление, кадровое обеспечение: сб. М.: Изд-во РАГС, 2000. 540 с.

© Цупель Н. Г., 2012

УДК 669.713.7

Е. В. Шевченко, Е. А. Безрукова
Научный руководитель – С. М. Самохвалова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИННОВАЦИОННЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ПЕРСОНАЛА – СУЩНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ

Представлена комплексная характеристика сущности и проблем формирования современных инновационных компетенций персонала.

В определении инновационного развития страны возникают многообразные проблемы, требующие теоретического осмысления и практического моделирования их решения. Одна из них состоит в том, чтобы определить минимально необходимые и достаточные факторы инновационного развития самих субъектов преобразующей деятельности. В связи с этим, проблема компетентности управленческих кадров, становится очень актуальной. В обобщенном определении инновация – это результат инновационной деятельности, полученный в процессе перевода объекта в желаемое состояние в соответствии с целью. Инновационная деятельность отмечена особыми характеристиками своих компонентов: ориентация на новый результат и его внедрение, конкурентоспособность на рынке, экономический эффект и др.

Сочетание «инновационная компетентность специалиста» противоречиво. Характеристика «инновационный» указывает не только на способность субъекта к творческой деятельности, но и на владение им оригинальными компетенциями, позволяющими осуществлять положенную деятельность по необходимости, то есть в зависимости от ситуации. Поэтому указанное понятие разводит всех руководителей по двум группам: те, кто способен к определенной профессиональной деятельности; специалисты, которые, помимо базовой подготовки, приобретают новые профессиональные компетенции, выраженные в реализуемой способности к инновационной, творческой работе. В зависимости от направленности инновационной деятельности, это качество проявляет себя как соотношение конкретных компетенций, необходимых для достижения цели в работе с преобразуемыми либо с новыми объектами.

Инновационная компетентность современного специалиста проявляет себя в умении работать в про-

странстве взаимодействия естественных, технических и социальных наук, во владении методами научных исследований в прикладной области, в способности переводить теорию на язык технико-проектно-конструкторской деятельности и обобщать последнюю на уровне практико-ориентированного знания в аспекте решаемой проблемы. Доведение теоретической разработки (концепции, модели, проекта и др.) до технико-технологического воплощения предполагает у специалиста способность осуществить анализ формируемого объекта как обладающего собственными технико-технологическими параметрами, как объекта, включенного в естественную среду функционирования, как социально размерного объекта, опосредующего отношения людей, т. е. включенного в гуманитарную коммуникацию. Следовательно, принцип междисциплинарности предполагает особое прочтение объекта инновационной деятельности.

Следующая проблема субъекта инновации связана с его способностью перевести опыт практической инновационной деятельности в теоретическую форму. Такая компетентность предполагает не просто описание опыта на языке теории, а стремление выявить связи творческого поиска в области решения проблемы, причем нередко в пространстве междисциплинарного обмена. Эти компетенции представляются исключительно важными не только для собственно инновационной деятельности, но и для подготовки кадров в такой системе образования, в которой приоритет отдается формированию творческой личности, ставящей задачи собственного роста.

Предпосылкой культуры работы с инновациями является методологическая рефлексия субъекта. Она предполагает сформированное у специалиста метапредметное знание и мышление, которое работает с

такими познавательными структурами, как «объект реальный и объект идеальный», «предмет и объект», «проблема и проблематизация», «целеполагание и задачестроение» и др. Специалист, ориентированный на продуктивную деятельность, может сформировать свой методолого-методический инструментарий посредством постоянного методологического и методического рефлексирования собственной деятельности. Это позволяет ему, во-первых, оптимизировать ее по критерию целедостижения и разумной достаточности интеллектуальных, материальных и иных ресурсов и, во-вторых, сформировать и усовершенствовать индивидуальный стиль творческой деятельности.

Компетентный специалист, ориентированный на продуктивную деятельность, может, во-первых, оптимизировать ее по критерию целедостижения и разумной достаточности интеллектуальных, материальных и иных ресурсов и, во-вторых, сформировать и

усовершенствовать индивидуальный стиль творческой деятельности.

Инновационная компетентность предполагает, таким образом, инновационную восприимчивость субъекта. Такая нацеленность предполагает у субъекта особое избирательное отношение к объекту инновационного изменения как результат соотнесения, разделения способов решения проблемы по признаку оптимальности.

Можно сделать вывод, что стратегия управления человеческими ресурсами состоит в определении путей развития этих компетенций у всего персонала организации и каждого из сотрудников в отдельности. Стратегия лучшее решение для уже сформировавшихся проблем инновационной компетенции, а так же для проблем уже близких к формированию.

© Шевченко Е. В., Безрукова Е. А., 2012

УДК 669.713.7

Е. В. Шевченко

Научный руководитель – С. М. Самохвалова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ РАБОЧЕЙ ГРУППОЙ

Представлены факторы, определяющие актуальность использования компетентностного подхода при управлении рабочей группой.

Компетентностный подход как эффективный инструмент оценки, отбора, обучения и развития сотрудников используется в практике управления персоналом с 1970-х годов XX века. Термин «компетенция» впервые был использован Р. Боядисом в 1982 году, который определил компетенцию как сумму способностей, которыми обладает конкретная личность и которые направляют её поведение на соответствие требованиям работы и достижение желаемых результатов: «это может быть мотив, характерная черта, навык, аспект самовосприятия, или социальная роль, или набор знаний, которыми он/она пользуются» Р. Боядис выделил такие составляющие компетенции, как цели управления, руководство подчинёнными, управление человеческими ресурсами и лидерство. Причём, несмотря на путаницу и неопределённость в использовании термина «компетенция», уже в конце 1980-х годов он вошёл в лексикон ведущих консультантов в области управления персоналом, множество научных работ посвящено исследованию роли и возможностей использования компетенций в управлении компаниями. К началу 1990-х годов методы оценки персонала по компетенциям использовались более чем в 20 странах мира, были созданы всемирная база данных компетенций, общий словарь компетенций.

На сегодняшний день сформировалось два подхода к определению понятия «компетенция»: английский, который рассматривает компетенцию как стандарт деятельности или ожидаемые результаты работы; и американский, в рамках которого компетенция

рассматривается как поведение, необходимое для эффективной работы.

Продолжающаяся трансформация российской экономики в качественно новое состояние, растущая конкуренция компаний, необходимость их быстрой адаптации к сложному и постоянно изменяющемуся рынку, давление новых технологий свидетельствует о необходимости направления деятельности компаний на постоянное развитие и усовершенствование, что должно обеспечить и повысить их конкурентоспособность, как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Важнейшей характеристикой новой экономики является интенсификация инновационных процессов, превращение их в фактор экономического роста. Инновационный процесс выступает как равнодействующая многих экономических факторов, объективных и субъективных, внешних и внутренних. Инновационный процесс – это последовательная цепь событий, в ходе которых инновация вызревает от идеи до конкретного продукта, технологии, структуры или услуги и распространяется в хозяйственной практике и общественной деятельности.

Инновации – это изменения, повышающие эффективность управления и определяющие развитие фирмы, укрепляющие позиции фирмы. Инновации – это не стихийно возникающие изменения, а запланированные и разработанные, реализуемые и реализованные. Инновации – это нововведения, улучшающие деятельность и ее результаты.

Современный менеджмент должен быть менеджментом инновационного типа, т. е. обладать определенным инновационным потенциалом. Инновационный потенциал менеджмента – это способность и возможность видеть необходимость нововведений и изменений инновационного типа, проектировать нововведения и успешно реализовывать их в практике управления.

Естественно, если не управлять развитием данной сложнейшей структуры, не получится ввести важных изменений в деятельность фирмы, что впоследствии может нанести компании вред.

При высоком инновационном потенциале менеджмента в процессах управления поощряется инициатива организационных преобразований, ведется регулярная оценка эффективности управления, или мониторинг качества управления, функции исследования отдается явный приоритет, в коллективе царит атмосфера творчества, поиска, развития.

Проведение изменений в фирме требует энергичных, целенаправленных и ответственных действий. Инновационная фирма – это фирма, которая органи-

зована так, что изменения в ней становятся нормой. Поэтому значительная роль во внедрении отводится руководителю организации. Как показывает практический опыт внедренческой работы, изменениям способствуют следующие факторы: постоянное внимание руководства организации к вопросам изменений и развития; отработка и применение целенаправленных и постоянных методов; постоянный процесс обратной связи и желание учиться; поощрение за развитие.

Управление работой по развитию требует от руководителя индивидуальной готовности разрешать конфликты, проводить диагностику, воспринимать новые ценности, расширять свой кругозор.

В течение многих лет специалисты по инновационному менеджменту анализируют все программы внедрения изменений, которые потерпели неудачу и обосновали необходимые условия успешного осуществления программ изменений. Но до сих пор анализ данного вопроса является открытой темой.

© Шевченко Е. В., 2012

Секция
«ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК»

УДК 338

О. А. Александрова
Научный руководитель – С. Ю. Пискорская
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

К ВОПРОСУ О ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

Рассматриваются виды государственной поддержки жилищного строительства.

Сегодняшняя конъюнктура, главенствующая в мировой экономике, располагает к более серьезной проработке такого вопроса, как содействие государства в преодолении трудностей для отдельных отраслей и предприятий. Этот вопрос в особой степени актуален для Российской Федерации, экономика которой еще не утратила черты плановой, и выживание некоторых отраслей невозможно без своевременного государственного участия. Следует отметить, что реакция нынешнего российского правительства является достаточно оперативной, – по многим заслуживающим внимания вопросам официальные лица делают своевременные заявления, обещая наращивание объемов финансирования, действуют Федеральные целевые программы.

Существуют следующие виды государственной поддержки жилищного строительства:

1) государственные гарантии Российской Федерации по заимствованиям, осуществляемым на обеспечение земельных участков инженерной инфраструктурой и модернизацию коммунальной инфраструктуры в целях жилищного строительства;

2) субсидии на возмещение затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях на обеспечение земельных участков коммунальной инфраструктурой в целях жилищного строительства;

3) субсидии на обеспечение автомобильными дорогами новых микрорайонов массовой малоэтажной и многоквартирной застройки;

4) субсидии на развитие социальной и инженерной инфраструктуры. [1]

Одна из успешно реализованных программ – программа по обеспечению жильем погорельцев, обусловленная форс-мажором лета 2010 была в целом выполнена на должном уровне. Новая программа «Жилище» одобрена правительством на 2011–2015 гг. За пять лет предполагается обеспечить ввод 370 млн квадратных метров жилья. При этом годовой объем ввода жилья к 2015 г. увеличится до 90 млн кв. м [2].

В заключении отметим, что государственная поддержка строительной области отвечает требованиям сложившейся в России экономической ситуации – кризису, требующему эффективных, взаимовыгодных действий и решений от представителей власти и бизнеса. Только совместными усилиями можно решать задачи, поставленные перед строительной отраслью, с помощью которой решаются жизненно важные задачи структурной перестройки материальной базы всего производственного потенциала страны и развития государства в целом.

Библиографические ссылки

1. Родионова Ю. В. Государственная поддержка – антикризисный инструмент строительства // *Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование*. 2009. № 2.

2. Федеральная целевая программа «Жилище» на 2002–2010 годы // *СЗ РФ*. 2009. № 8. С. 993.

© Александрова О. А., 2012

УДК 070

Е. А. Алексеева
Научный руководитель – А. Н. Городищева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МЕДИАКУЛЬТУРА: АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ НА СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО

Рассматриваются вопросы и различные аспекты влияния медиакультуры на социальные и культурно-психологические процессы, происходящие в современном обществе.

Состояние духовности общества во многом зависит от уровня его культуры. Медиакультура сегодня стала важнейшим компонентом массовой культуры,

средством манипулирования и эффективным инструментом воздействия на поведение человека в обществе. Исследования свидетельствуют о том, что

интенсивное развитие медиакультуры пришлось на конец 20 – начало 21 века. И сегодня медиакультура все более активно влияет на общественное сознание, выступая не только в качестве мощнейшего средства информации, но и обеспечивая людям культурные и образовательные контакты, возможности для развития творческих способностей. На сегодняшний день медиа – это не просто средства для передачи информации, ограничивающееся обычным «посредничеством», это целая среда, в которой не только транслируются, но и производятся культурные и иные коды. В этом заключается актуальность данной темы.

Понятие «медиакультуры» принято определять как совокупность информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности. Медиакультура включает в себя культуру передачи информации и культуру ее потребления; она может выступать системой уровней развития личности, способной воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиаторством, усваивать новые знания в области медиа [1].

Объектом данного исследования является проявление способов и методов влияния элементов медиакультуры на современное общество и отдельных его членов.

На первом этапе исследования были выявлены положительные аспекты влияния медиакультуры на современное общество. Обусловлены они, прежде всего, такими основополагающими базовыми задачами массовых коммуникаций, как создание и поддержание общей картины мира, социализация членов общества, передача из поколения в поколение культурных ценностей, предоставление массовой аудитории способствующей релаксации информации.

Таким образом, в область влияния медиакультуры попадает обширный спектр современных тем и проблем: от вопросов медиаобразования молодежи до проблем информационных войн. В связи с этим отмечается и широкий разброс терминологии. Наиболее распространены как в России, так и в других странах можно назвать такие термины, как «медийная культура», «информационная культура», «медиаграмотность», «информационная грамотность», «медиаобразованность», «информационная образованность», «мультимедийная грамотность», «информационная компетентность», «медиакомпетентность», «медийная компетентность», «медиакомпетенция». Такое разнообразие терминов вполне объяснимо, ведь носителями медиатекстов являются как классические виды художественной культуры (изобразительное искусство, литература, музыка, театр), так и медиа, связанные с техническим прогрессом (цифровая фотография, спутниковое телевидение, сеть Интернет).

В дальнейшем в ходе исследования были выявлены и негативные аспекты влияния медиакультуры на современное общество.

Неограниченные технические возможности на сегодняшний день стирают грани между копиями и

оригиналами, обесценивают такие понятия как творчество, гениальность, таинство искусства. Таким образом, уникальность и элитарность искусства во многом заменяется и поменяется массовостью.

Также стоит сказать о таком понятии, как эффект медиа – феномене, связанном с изменениями в поведении людей, которые напрямую зависят от информации, полученной из масс-медиа. Психологами разработаны различные теории понимания эффекта медиа, влияния масс-медиа на социум. Наиболее известная из них – это теория механизма социального научения, в рамках которой эффект медиа понимается как копирование людьми образцов поведения и социальных норм, с которыми они соприкоснулись в текстах и образах, транслируемых масс-медиа [2]. С помощью эффектов медиа объясняют увеличение различных проявлений асоциального поведения среди членов аудитории медиа. Серия экспериментов психологов Альберта Бандуры и Ричарда Уолтерса под общим названием «Куклы», в рамках которых наблюдение детей за тем, как взрослые избивали куклу, приводило к тому, что ребенок тоже начинал проявлять агрессию по отношению к игрушке, еще в 60-ые годы прошлого века явилось одним из объяснений того, как имитация насилия в медиа становится причиной роста насилия в социуме и иллюстрацией того, как работает эффект медиа.

Профессор Вестфальского университета Г. Шнайдер в своей статье «Преступность и средства массовой информации» ввел понятие «информпреступности». По его словам, «информпреступность» – это мнение СМИ о преступности, доносимое до аудитории и становящееся таким образом общественным мнением. Оно оказывает существенное воздействие на восприятие населением вопросов общественной безопасности. В результате рождается немало ложных стереотипов, а также нередко у людей появляется чувство страха, ощущение незащищенности [3]. По мнению Шнайдера, СМИ способны вызвать даже «криминальные волны», то есть создать впечатление о периодических взрывах, эпидемиях уголовных преступлений. А следствием избытка некачественной криминальной информации является травмирование психики людей [4]. Вполне объяснимо, что впервые официальный орган, контролирующий количество и качество сцен насилия был создан еще в 1952 году, возглавил его Уилл Н. Хайс. В его кодексе как нежелательные для медиа тематики перечислены: грубость, запугивание и жестокость к детям или животным. В подтверждение некоторых пунктов кодекса было сказано, что показываемые преступления не должны обучать способам совершения преступления, вдохновлять потенциальных преступников на их имитацию, героизировать и оправдывать преступников.

Таким образом, можно сделать вывод о неоспоримом влиянии медиакультуры на современное общество в целом и отдельных его членов в частности. Область исследований данной темы лежит на стыке многих наук: культурологии, философии, психологии, искусствоведения, экономики, социологии, педагогики, политологии и антропологии.

Библиографические ссылки

1. Кириллова Н. Б. *Медиакультура: от модерна к постмодерну*. М. : Академический Проект, 2005. С. 31.
2. Брушлинская Н. В. *Криминальное насилие в семье и его трансляция средствами массовой информации // Проблемы медиапсихологии / Сост. Е. Е. Пронина. М. : РИП-холдинг, 2002. С. 80.*
3. Шнайдер Г. *Преступность и средства массовой информации // Советское государство и право. 1990. № 7. С. 118–122.*
4. Трубицына Л. В. *Средства массовой информации и психологическая травма // Проблемы медиапсихологии / Сост. Е. Е. Пронина. М. : РИП-холдинг, 2002. С. 33.*

© Алексеева Е. А., 2012

УДК 069:002

В. Г. Багаева

Научный руководитель – С. Ю. Пискорская
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РОЛЬ И МЕСТО АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В МУЗЕЕ

Автоматизированная информационная система (АИС) в современном музее – это сложный человеко-машинный комплекс. Если рассматривать АИС с позиций системного подхода, то можно представить ее в виде иерархической структуры и выделить отдельные элементы (функциональные подсистемы, задачи, автоматизированные рабочие места и пр.). АИС, разрабатываемая для музея, должна охватывать как административно-хозяйственную, так и основную деятельность, связанную с коллекциями.

Сегодня музейные специалисты широко используют компьютерные технологии в своей практической работе, но далеко не всегда компьютеры приносят ожидаемый эффект. Отечественный и зарубежный опыт свидетельствуют, что максимальная польза бывает только в том случае, если создатели АИС четко осознают сущность проблем, стоящих перед музеем, если сформулированы цель, функции и задачи, которые должны быть решены с помощью компьютерных технологий, если определены требования к совершенствованию технологии сбора, хранения, передачи и представления информации.

Основная цель создания АИС в музее заключается в том, чтобы усовершенствовать информационную деятельность музея, избежать многократного ввода информации, облегчить и упростить труд музейного специалиста, освободив его от выполнения трудоемких рутинных операций, и сделать это на основе применения современных информационных технологий [3].

Для того, чтобы добиться этой цели, необходимо создать и непрерывно пополнять и корректировать информационный ресурс – базу данных о музейных коллекциях (БД). Эта БД должна содержать электронные картотеки предметов основного и вспомогательного фондов, лиц, связанных с коллекцией (авторов, изготовителей, хранителей и др.), выставок, литературы, топографическую картотеку, терминологические и тематические словари-тезаурусы [1]. С помощью АИС должны быть автоматизированы функции, связанные с основной деятельностью, в том числе:

- создание базы данных по музейным коллекциям, включающей текст и изображения;
- ведение сквозного учета приема, выдачи и движения музейных предметов, оформления всей учетно-хранительской, реставрационной, выставочной документации;
- ведение книг – поступления, временного хранения, инвентарных,

- обеспечение поиска и выборки данных,
- подготовка инвентарных карточек, научных паспортов, списков, каталогов и других документов, в том числе – для представления данных в Интернете [2, с. 615].

АИС в музее должна отвечать ряду специфических требований, основные из которых могут быть сформулированы следующим образом:

- соответствие стандартам, максимальное приближение к сложившимся в музее правилам работы с коллекциями;
- гибкость системы, что означает, что в АИС должны быть предусмотрены средства, позволяющие легко и быстро осуществить настройку параметров системы в зависимости от специфических особенностей конкретного музея или конкретного музейного специалиста: настройку на различные виды описаний музейных предметов, различные виды учетных документов, каталогов и др.;
- удобство и простота работы;
- экономичность технологических решений. Это означает, что данные о музейном предмете вводятся в компьютер единственный раз, на последующих же этапах описание может пополняться и корректироваться;
- интегрированность системы. АИС должна быть спроектирована таким образом, чтобы различные задачи были связаны друг с другом информационно и технологически;
- защита информации и разграничение доступа к системе различных категорий пользователей;
- постоянное развитие системы с учетом потребностей пользователей, подготовка и выпуск новых версий системы, должно быть обеспечено сопровождение и техническая поддержка со стороны компании-изготовителя.

Для каждого музея АИС должна создаваться индивидуально, исходя из его особенностей, с учетом

функциональных требований, технических и финансовых возможностей конкретного музея. Тем не менее, в российских музеях широкое распространение получили АИС, в основе которых лежат типовые проектные решения, легко адаптируемые к конкретным требованиям того или иного музея [4].

В настоящее время на «игровом поле» музейной информатики предлагают свои услуги команды, создающие музейные автоматизированные информационные системы, выполненные на высоком профессиональном уровне и отвечающие, при выполнении необходимых настроек, конкретным потребностям любого музея. Две из них (АИС-Музей и КАМИС) начали внедряться более десяти лет назад; различные версии этих систем работают в сотнях небольших региональных и крупных музеях страны. В последнее время появилась и активно продвигается еще одна музейная система – НИКА-Музей. Это совместная разработка компании Cognitive и Института системного анализа РАН – организаций, имеющих большой опыт в создании систем для управления документооборотом в самых различных сферах деятельности [4]. Подробное описание этих систем представлено в Интернете на сайтах.

Создатели всех трех систем декларируют способность обеспечить автоматизацию практически всего технологического цикла учета и научной обработки данных о коллекциях с момента поступления предмета в музей. Можно только приветствовать появление

новых «игроков»: здоровая конкуренция будет способствовать как совершенствованию самих систем, так и снижению стоимости [5].

В заключении важно отметить, что Российская музейная общественность прекрасно понимает, чтобы добиться максимального эффекта от внедрения информационных технологий в музей, необходимо не только оснастить музей техническими средствами, создать и внедрить специализированное программное обеспечение, но и подготовить персонал, способный эффективно использовать возможности этих технологий и непрерывно поддерживать свой профессиональный уровень.

Библиографические ссылки

1. Армс В. Электронные библиотеки. М. : ПИК ВИНТИ, 2001. 274 с.
2. Музейное дело в России / под ред. М. Е. Каулен. М., 2003.
3. Ноль Л. Я. Компьютер: четверть века в музее // Первобытная археология. Человек и искусство : сб. науч. тр. // Новосибирск, 2002. С. 109–113.
4. Сотникова С.И. Музеология. М. : Дрофа, 2004. 190 с.
5. Хадсон К. Влиятельные музеи. Новосибирск : Сибирский хронограф, 2001. 194 с.

© Багаева В. Г., 2012

УДК 659.1

К. И. Белоусова

Научный руководитель – С. Ю. Пискорская
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

К ВОПРОСУ ОБ ОТЛИЧИЯХ СОЦИАЛЬНОЙ И КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

Рассматривается явление социальной рекламы, ее отличие от коммерческой рекламы, а также становление социальной рекламы в России.

Социальная реклама – средство привлечения внимания людей к ежедневным, «вошедшим в привычку» проблемам и «язвам» общества. Термин социальная реклама, является дословным переводом с английского public advertising, во всем мире ему соответствуют понятия некоммерческая реклама и общественная реклама.

«Некоммерческая реклама – это реклама, спонсируемая некоммерческими институтами или в их интересах и имеющая целью стимулирование пожертвований, призыв голосовать в чью-либо пользу или привлечение внимания к делам общества» [1]. Общественная (или социальная реклама) передает сообщение, пропагандирующее какое-либо позитивное явление. Коммерческая реклама – это вид деятельности либо произведенная в ее результате продукция, целью которых является реализация сбытовых или других задач промышленных, сервисных предприятий и общественных организаций путем распространения оплаченной ими информации, сформированной таким об-

разом, чтобы оказывать усиленное воздействие на массовое или индивидуальное сознание, вызывая заданную реакцию выбранной потребительской аудитории [2].

Цель социальной рекламы – изменить отношение публики к какой-либо проблеме, а в долгосрочной перспективе – создать новые социальные ценности. Зоной приложения рекомендаций и ожиданий, которые транслирует социальная реклама, преимущественно оказывается бытовая сфера, где регулятором поведения чаще всего выступают механизмы психологических свойств человека таких, как совесть, мораль, этические соображения.

Социальная реклама использует тот же набор средств, что и коммерческая: телевизионные ролики, печатная, уличная, транспортная реклама и т. д., но она принципиально отличается от коммерческой рекламы. Основное отличие заключается в цели. Так, если конечной целью коммерческой рекламы является изменение потребительских привычек, то целью со-

циальной рекламы является привлечение внимания к определённой социальной проблеме, и в стратегической перспективе – изменение поведенческой модели общества. Также есть отличие в целевых аудиториях: у коммерческой рекламы – это достаточно узкая маркетинговая группа, а у социальной – все общество или значительная его часть. При этом любое личностное поведение или состояние (например, индивидуальное здоровье) становится предметом социальной рекламы лишь в одном случае, если отсутствие его становится социальной проблемой.

Сам принцип социальной рекламы исключает возможность преследования коммерческих или политических целей, упоминаний конкретных коммерческих брендов, организаций, марок (артикулов, моделей) товаров, а также политических партий и отдельных политиков.

Задачи социальной рекламы формулируются следующим образом:

- 1) формирование общественного мнения;
- 2) привлечение внимания к актуальным проблемам общественной жизни;
- 3) активизация действий по их решению;
- 4) формирование позитивного отношения к государственным структурам;
- 5) демонстрация социальной ответственности бизнеса;
- 6) укрепление социально значимых институтов гражданского общества;
- 7) формирование определенных типов общественных отношений;
- 8) изменение поведенческой модели общества.

В связи с этим в социальной рекламе можно выделить следующие блоки тем:

1. Борьба с пороками и угрозами, предупреждение катастроф или нежелательных последствий, декларация благих целей. В этом случае используются наиболее актуальные опасения, например, экономические (низкий уровень жизни и угроза его дальнейшего снижения; остановка промышленного производства и сельского хозяйства); геополитические (потеря могущества и влияния); государственные (неспособность власти эффективно править страной); духовные (отсутствие национальной объединительной идеи, общепризнанных ценностей).

2. Декларация ценностей, таких как: здоровье, карьера, семья, дети, доход, личное счастье, безопасность, комфорт и т. д.

3. Призывы к созиданию, которые основываются на стремлениях достижения социальных и индивидуальных идеалов.

4. Социальная психотерапия. Данный блок тем используется в случае, когда массовыми являются определенные негативные эмоциональные состояния и чувства, такие как: состояние повышенной тревожности, страх; неуверенность в себе, в будущем; обес-

покоенность за свою судьбу и судьбу близких; переживание низкого группового и социального (общего-сударственного) статуса и т. д. [3].

Таким образом, социальную рекламу можно определить как рекламу, направленную на распространение объективно необходимых социальных норм, ценностей, моделей поведения.

Сегодня социальную рекламу используют различные некоммерческие институты: церковь, медицинские учреждения, высшие учебные заведения, школы и т. д. В развитых странах существует множество государственных и негосударственных программ, которые немыслимы без социальной рекламы. В США к социальной рекламе относятся как к своеобразному лекарству, применяемому для профилактики болезней общества.

В нашей стране о социальной рекламе впервые заговорили в 1994 г., когда был запущен проект «Позвоните родителям», в котором участвовали все центральные телеканалы. Идея проекта принадлежит Общественному совету, организованному в Москве в 1992 г. по инициативе рекламной фирмы «Домино». В этот совет вошли редакции газет «Комсомольская правда», «Семья», «Труд», «Вестник благотворительности», телекомпании НТВ, Останкино, МТК, радиостанции «Европа плюс», «Маяк», «Радио России», «Эхо Москвы», Женский либеральный фонд, Московский фонд милосердия и здоровья, благотворительный фонд «Сопричастность» и еще ряд организаций. Совет ставил перед собой цель создать единый рекламный продукт по социальной проблематике. Принципиальная позиция Совета состояла в том, чтобы не ставить на рекламу своей марки. Место на газетных полосах и эфирное время Совет и его информационные партнеры предоставляли бесплатно.

В заключение отметим, что у социальной рекламы в нашей стране есть огромный потенциал развития. Ведь, социальная реклама является мощным инструментом формирования общественного мнения. А это весьма необходимо российскому обществу в данный период, поскольку социальная реклама способствует социальной поддержке населения, восстановлению гуманистических отношений между людьми и на этой основе – развитию новых экономических связей и построению гражданского общества.

Библиографические ссылки

1. Бове К. *Современная реклама* / К. Бове, У. Аренс. М., 2003. 403 с.
2. Ученова В. В., Старых Н. В. *Социальная реклама: учеб. пособие*. М.: ИндексМедиа, 2006. 304 с.
3. Федотова Л. Н. *Реклама в коммуникационном процессе: учебник*. М.: Изд. дом «Камерон», 2005. – 464 с.

© Белоусова К. И., 2012

УДК 7.017.4

Е. С. Гавричкова
Научный руководитель – О. А. Петрова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВЛИЯНИЕ ЦВЕТА НА ВОСПРИЯТИЕ ЧЕЛОВЕКА

Рассматриваются особенности влияния цвета на человека, а также особенности применения цветов при создании web-сайтов и рекламных материалов.

Влияние цвета на человека довольно велико и разработке этого вопроса посвящен ряд исследований. Различные цвета воздействуют на человека по-разному и способны вызвать определенные эмоции, что может быть обусловлено как объективными, так и субъективными причинами. Так восприятие цвета у людей во многом сформировано в результате их взаимодействия с окружающей средой. На протяжении длительного периода исторического развития человек был очень зависим от окружающей обстановки, и цвета являлись для него символами определенного окружения. Светлый день (цвета: белый, желтый, зеленый и т. д.) – это время активной деятельности. Темная ночь (в первую очередь черный и синий цвет) – это время отдыха, но одновременно и возможной угрозы нападения какого-либо противника. На границе дня и ночи – сумерки (серые, неясные тона). Связи между цветом и окружающей средой закрепились у людей на подсознательном уровне. Поэтому человек эмоционально реагирует на цвет вне зависимости от своих мыслей [4, с. 71].

Также реакция людей на тот или иной цвет может быть обусловлена культурным окружением (в разных культурах одни и те же цвета могут символизировать различные понятия) и личными предпочтениями конкретного человека. Таким образом, цветовые воздействия могут повлиять на принятие решения или изменить его.

Большое внимание влиянию цвета на восприятие человека и его психическое состояние уделял швейцарский психолог Макс Люшер. Так, он установил, что желто-красные тона создают чувство взволнованности, возбуждения, активности. Синие, серые цветовые тона, напротив, действуют успокаивающе [3].

Специалистами также показано, что количество используемых цветов непосредственно влияет на эффективность воздействия. Если эффективность восприятия черно-белого изображения принять за 100 %, то эффективность двухцветного возрастает на 20 %, а многоцветного – на 40 % [2]. Также, существенным фактором для создания нужной атмосферы при восприятии является температура цвета, которая оказывает психологическое воздействие на посетителя. Так, если теплый белый цвет создает спокойную и, скорее, вялую окружающую среду, более холодный и нейтральный белый цвет подчеркивает активный настрой и более приемлем для мест непосредственной продажи. Обычно рекомендуется применять не более двух различных цветов, которые, однако, можно разнообразить за счет родственных им оттенков, поскольку такое родство создает ощущение цветовой последовательности и не раздражает зрения.

В связи с этим, использование цвета может быть весьма эффективно при продвижении товаров и услуг, в рекламе, при оформлении торговых помещений. Продажи становятся более успешными при правильном использовании цветовой гаммы.

Важным является цветовое решение и для web-сайта. Цвет на сайте может выполнять несколько функций. Так цвет используется для идентификации тех элементов сайта, на которые вы хотите обратить внимание пользователя (например, для выделения текущего выбора). Цвет также имеет ассоциативный аспект – во многих случаях объекты одного цвета воспринимаются людьми как взаимосвязанные. Цветовая гамма может также оказывать определенное эмоциональное или психологическое воздействие.

Обычно при создании сайта используются три цвета.

1. Главный цвет страницы – занимает наибольшую площадь и придает основной тон всей странице.
2. Вторичный цвет – дополняет основной цвет, и, как правило, близок к основному.
3. Цвет подсвечивания – используется для выделения определенных областей на web-странице. Этот цвет более контрастен, чем основной и вторичный и используется в умеренных количествах.

Расцветка web-сайта и его цветовая гамма напрямую влияют на восприятие сайта и размещенной на нем информации, а также на эффективность размещенной на сайте рекламы и её кликабельность. Психологами Оксфордского университета в начале октября 2011 года в результате наблюдений удалось подсчитать, что среднестатистический интернет-пользователь проводит на каком-либо сайте около двух минут. После чего он принимает решение: либо покинуть сайт, либо нажать на предложенную его вниманию рекламу. То, каким будет его выбор, зависит, в том числе, и от цветового решения всего сайта и конкретного рекламного блока. Самыми неудачными в оформлении web-сайтов учёные Оксфордского университета признали серый и красный цвета. Белый цвет сайта, напротив, внушает пользователям спокойствие. Контекстную рекламу замечают только в том случае, если её заголовки написаны очень крупными буквами и вызывающе ярким контрастным цветом. Самым удачным, по мнению учёных, для нее является жёлтый цвет. Каждый пользователь, посетивший «жёлтый» сайт кликает, как минимум, на два объявления. Но вот баннеры на таком фоне обычно не замечают. Синий цвет вызывает в людях доверие и уважение. Реклама на «синих» сайтах лучше работает, если размещена на белом фоне, а её заголовки темнее

на пару тонов. Также удачным учёные посчитали не-контрастный коричневый цвет. Оформленные в такой цветовой гамме интернет-ресурсы эффективны и по баннерам, и по рекламе [1].

На выбор цвета сайта непосредственно влияет и его тематика. Так, например, сайты со спортивной водной направленностью обычно используют такие цвета как голубой (цвет воды, свободы, свежести, полета), оранжевый (способствует хорошему настроению, вызывает ощущение тепла, стремление к движению, активизирует) и белый (нейтральный цвет, цвет легкости и чистоты). В целом, сайты спортивной тематики также имеют обычно яркие цвета, которые не успокаивают, а скорее наоборот, возбуждают, тревожат.

Однако невозможно дать приемлемого во всех случаях рецепта использования цвета. Это связано с тем, что вызываемое цветовыми сочетаниями психологическое воздействие дифференцировано для различных людей, в поведении которых существенную роль играют культура и традиции. Тем не менее, су-

ществуют особенности восприятия цвета, которые нужно учитывать при разработке web-сайтов и рекламной продукции.

Библиографические ссылки

1. *Влияние цвета на рекламу в Интернете [Электронный ресурс]: 10.03.12. URL: <http://www.seoded.ru/news/2011/6i-vliyanie-tsveta-v-reklame.html>.*
2. *Иттен Иоханнес. Основы цвета [Электронный ресурс]: 12.03.12. URL: <http://colory.ru/color-basics/>.*
3. *Мокшанцев Р. И. Психология цвета в рекламе [Электронный ресурс]: 10.03.12. URL: http://www.adbusiness.ru/content/document_r_7A22D1D6-C202-4A7B-AE80-A1519A28795B.html.*
4. *Назайкин А. Н. Иллюстрирование рекламы. М.: Эксмо, 2005. 320 с.*

© Гавричкова Е. С., 2012

УДК 349.4:903

С. М. Гайнанова

Научный руководитель – В. В. Сафронов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИСТОРИЯ РИЭЛТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассматривается история риэлтерской деятельности в России и ее становление в г. Красноярске.

История риэлтерской деятельности в России берет свое начало в дореволюционном прошлом. Тогда, как и сейчас самым выгодным вложением средств была недвижимость. Одна из первых риэлтерских контор возникла в XIX веке в Санкт-Петербурге. Она назвалась «Контора агентства и комиссионерства первого разряда» и принадлежала она петербургскому купцу первой гильдии Н. Любавину. Контора занималась только продажей и покупкой недвижимости. Для совершения сделки с недвижимостью продавец должен был предоставить конторе план, продаваемого объекта недвижимости и сведения о площади земли, сведения о доходах, приносимых его недвижимостью, также информацию о залогах и перезалогах данного имущества; после предоставления данной информации продавец и контора заключали соглашение о доверии представлять интересы продавца представителем конторы. В это же время появились первые руководства по ведению данного вида деятельности, которые были направлены на улучшения работы контор. Одним из крупнейших комиссионерских предприятий того времени была «Справочная – комиссионерская контора первого разряда» при компании «Торговый дом «Е. Копаныгин» и Ко», данное предприятие успешно работало на рынке недвижимости более 30 лет. Контора предоставляла услуги по сдаче, найму жилья, продавала землю под строительство и занималась всеми видами сделок с коммерческой недвижимостью.

Копаныгин стал первым издателем предложение о недвижимости в стране, его сборник назывался «Сбор-

ник спроса и предложений». Также именно ему принадлежит идея по объединению всех российских комиссионных учреждений в одну фирму «Центральный справочно-комиссионный дом Е. Копаныгина и Ко» [1].

Во времена СССР зарегистрированных риэлторов не существовало. Функцию посредника могло выполнять государственное «Бюро по обмену жилой площади». В Москве единственное подобное бюро находилось в Банном переулке, возле которого в 1970-е и 1980-е годы можно было встретить нелегальных маклеров, предлагавших услуги в решении вопросов с недвижимостью[2]. Первые частные фирмы, предлагающие услуги в сфере недвижимости стали появляться в начале 1990-х годов. С 1996 года по 2002 год риэлторы обязаны были лицензировать свою деятельность, с обязательным страхованием профессиональной ответственности участников, что было весьма сомнительным аспектом. Многие называли лицензирование, бессмысленной и абсурдной процедурой, представляющей собой лишь формальную регистрацию при одной из общественных организаций, что приводило к коррумпированию и бюрократизации этого бизнеса. Сейчас такие порядки принято называть излишними «административными барьерами». После отмены лицензирования значительная часть наиболее успешных специалистов ушла из агентств, начав работать самостоятельно, на себя. Очевидно, что специалист, полностью владеющий своим делом, не станет работать на кого-то, имея возможность работать на себя. Эти люди стали частными риэлторами

(работающие самостоятельно, на себя, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей), а кто-то открыл собственные риэлтерские фирмы. С этого момента рынок недвижимости страны вышел на более высокий, цивилизованный уровень, что вызвало необходимость создания профессиональных объединений для решения общих проблем и повышения эффективности риэлтерской деятельности.

Одним из первых подобных объединений стала Российская Гильдия Риэлтеров, основанная в 1992 году. Ее главной задачей было и остается развитие в России цивилизованного рынка недвижимости. В своей работе все члены РГР обязаны руководствоваться профессиональными стандартами и Кодексом Этики. РГР нацелена на формирование стабильного рынка недвижимости путем участия в разработке законодательных актов, регулирующих рынок недвижимости. В настоящее время РГР создала связанный комплекс информационных ресурсов для членов РГР, главный из которых Федеральный Реестр аттестованных специалистов по недвижимости РГР - агентов и брокеров.

РГР участвует в экспертной и законодательной деятельности, направленной на совершенствование законодательства на рынке недвижимости. Сегодня продолжается активная работа над Законом «О риэлтерской деятельности РФ». В рамках существующей системы проходят аккредитацию учебные заведения для проведения обучения и аттестации агентов и брокеров, страховые компании, а также проводится сертификация аналитиков рынка недвижимости.

В условиях отмены лицензирования риэлтерской деятельности в России в 2002 году РГР создала Систему добровольной сертификации риэлтерских услуг. Данная система помогает потребителю выбрать надежную компанию, демонстрирующую на практике высокие стандарты качества услуг.

Идея создания подобного объединения в г. Красноярске родилась еще в девяностые годы. Тогда крупнейшие агентства недвижимости создали «Красноярскую Гильдию риэлторов», позднее было создано

еще одно объединение профессиональных участников рынка недвижимости «Игра по правилам». 22 октября 2004 г. на основании решения учредителей произошло их слияние, вследствие которого возник «Красноярский Союз риэлтеров».

За семь лет существования «Красноярского Союза Риэлтеров» сделано многое. Разработаны стандарты этики и профессиональной деятельности членов Союза Риэлтеров, введена единая система обучения, аттестации и сертификации агентств недвижимости, которая позволяет быть уверенными в качестве работы сотрудников. В 2007 году «Красноярский Союз Риэлтеров» стал действительным членом Российской Гильдии Риэлтеров (РГР). Сегодня членами Красноярского Союза Риэлтеров является 16 крупнейших агентств недвижимости, каждое из которых придерживается в своей работе самых высоких этических и профессиональных стандартов [3].

В перспективе развития Красноярского Союза Риэлтеров – переход в формат саморегулируемой организации, выстраивание тесных взаимоотношений с банками и госструктурами в области совершения сделок с недвижимостью, включение в состав Красноярского Союза Риэлтеров не только красноярских, но и региональных агентств недвижимости.

Резюмируя выше сказанное, следует отметить, что риэлтерский бизнес в г. Красноярске стоит на основательном фундаменте и имеет серьезные перспективы для дальнейшего развития.

Библиографические ссылки

3. История риэлторской деятельности в России. URL: <http://www.rieltorsem.ru/rielterskie-agentstva/istoriya-rieltorskoj-deyatelnosti-v-rossii>.

4. Абгафоров В. Обмен сегодня – что это такое? // Недвижимость и цены. 2008. № 40.

5. История Красноярского союза риэлторов. URL: <http://www.ksr.su/about/history/>

© Гайнанова С. М., 2012

УДК 316.77:007

Ю. Ю. Городкова

Научный руководитель – С. Ю. Пискорская

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОТ МЕДИАИННОВАЦИЙ – К СОЦИАЛЬНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ

Рассматриваются процессы социальной модернизации становления медиакультуры.

Бурное развитие средств массовых коммуникаций, которые способствовали созданию такого явления, как *медиакультура*, находится в тесной связи с самим процессом социальной модернизации, суть которой заключается в трансформации сознания и культуры в контексте становления индустриального общества.

На рубеже XX–XXI веков многие российские исследователи (историки, социологи, политологи, культурологи, философы), пытаясь прогнозировать процесс дальнейшего развития общества уже в третьем тысяче-

лети, выявляют процессы социокультурных трансформаций, под которыми понимается «комплексное, преимущественно эволюционное преобразование общества как социокультурной системы: ее типа или конкретно-исторической формы».

Вместе с тем многие отечественные ученые под «модернизацией» понимают переход от традиционного общества к индустриальному (постиндустриальному), однако в историографии существует множество вариантов толкования того, к чему приводит этот процесс.

Ряд ученых рассматривают модернизацию как явление цивилизационного масштаба, как глобальный феномен мировой истории [1].

С точки зрения современных подходов интересна точка зрения Н. И. Лапина о том, что модернизация – это переход «от закрытости к открытости общества или большей его открытости путем дифференциации и усложнения структуры общества, которые существенно расширяют свободу выбора и ответственность субъектов в соответствии с усложнением личности и возвышением ее потребностей» [2].

Ранними аналогами концепции модернизации являются идеи о содержательной трансформации социокультурной сферы в период перехода от традиционного к нетрадиционному обществу, высказанные в разных философских традициях (Э. Дюркгейм, К. Маркс, Ф. Теннис, Ч. Кули, Г. Мейн). В различных контекстах данные авторы фиксировали содержательный сдвиг в эволюции социальности, сопряженный с формированием промышленного уклада. Так, Э. Дюркгейм выделяет общества с механической солидарностью, основанные на недифференцированном функционировании индивида внутри гомогенной архаической общины, и общества с органической солидарностью, базирующиеся на разделении труда и обмене деятельностью. Переход к такому обществу предполагает, с одной стороны, развитость индивида, дифференцированность индивидуальностей, с другой – основанные именно на этой дифференцированности взаимодополнение и интеграция индивидов, важнейшим моментом которой является «коллективное сознание», «чувство солидарности» [3]. Высказанная Марксом идея различения обществ с «личной» и с «вещной» зависимостью фиксирует тот же момент перехода от традиционных «естественных родовых связей» к социальным отношениям, основанным на частной собственности и товарном обмене.

Теория «рационализма» Макс Вебера предполагает смещение акцентов от ценностей коллективизма к ценностям индивидуализма, к идее формирования свободной личности – личности, преодолевшей иррациональность традиционных общинных практик и осознавшей себя в качестве самодостаточного узла рационально понятых социальных связей. Ментальность носителя врожденного статуса сменяется сознанием субъекта договора, традиционные наследственные привилегии – провозглашением равных гражданских прав, несвобода «генетических» (родовых) характеристик – свободой социального выбора. Как было показано М. Вебером, и свобода предпринимательства, и свободомыслие равно базируются на фундаменте рационализма и особом

типе индивидуализма – «моральном индивидуализме» (в терминологии Дюркгейма) [4].

Индустриализация и модернизация, таким образом, выступают как две стороны одного и того же процесса. Как индустриализация, так и модернизация равно необходимы, но лишь обе вместе достаточны для формирования индустриального общества. В тех случаях, когда их параллелизм нарушается в силу исторических причин, имеем дело с внутренне противоречивым, технологически неблагополучным и социально нестабильным социальным организмом, где носитель фактически патриархального сознания приходит в соприкосновение с высокими технологиями, требующими совсем иной меры дисциплины и ответственности.

В модернизации общества, его социальной сферы существенную роль играет новая культура – культура эпохи технической революции, то есть *медиакультура*, которая становится неотъемлемой частью социума, ускоряя процесс модернизации эффективностью воздействия на общественное сознание.

Речь, естественно, идет о западном (европейском) типе модернизации. Страны Азии и Востока шли иным путем. Однако при всей восточной специфике правомерно говорить о социальной модернизации как глубокой трансформации массового сознания на основе выработанных западной культурой социальных идеалов и рационализма при возможности сохранения специфики этнонациональных традиций.

В заключение следует отметить, что современная концепция цивилизованного поворота как перехода от цивилизаций локального типа к глобальной цивилизации выдвигает идеал единого планетарного социоприродного комплекса, основанного именно на этнокультурном многообразии и полицентризме. Только в этом случае возможен «диалог культур», взаимовлияние уникальных этнонациональных традиций как основы цивилизационной стабильности человечества.

Библиографические ссылки

1. Алексеев В. В. Введение // *Опыт российских модернизаций. XVIII–XX века. М., 2000.*
2. Лапин Н. И. Социокультурная трансформация // *Российская цивилизация: этнокультурные и духовные аспекты: энциклопедический словарь. М., 2001. С. 420–421.*
3. Дюркгейм Э. *Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М.: Канон, 1995. 352 с.*
4. Вебер М. *Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с.*

© Городкова Ю. Ю., 2012

А. А. Демкина
Научный руководитель – С. Ю. Пискорская
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ

С методологических позиций прикладной политологии подвергаются анализу прикладные информационные технологии, выявляются проблемные ситуации текущей политической практики, решение которых может быть найдено в ходе адекватного выстраивания информационного пространства.

Одной из основ политики является политическая деятельность, неотъемлемой частью которой представляется борьба за информационное воздействие и управление сознанием, психическим состоянием социальных групп общества и политической элиты. Информационное воздействие, в свою очередь, – это упорядоченная система мероприятий по блокированию процесса получения, обработки и обмена информацией, частичному или комплексному внедрению дезинформации. В связи с этим, разработки и достижения в области способов формирования, получения, обработки и передачи информации активно интегрируются в сферу политической деятельности, в том числе в системе политического противоборства [1, с. 283]. Следовательно, политические технологии получили прочную постоянно развивающуюся информационную и техническую основы, поэтому они должны быть существенным образом модернизированы.

Само понятие технологий в общепринятом смысле представляет собой различные способы и средства, с помощью которых осуществляется преобразовательная деятельность над различными исходными материалами, информация и сами люди, для достижения поставленных целей и задач в различных сферах жизни и деятельности человека.

Обязательными элементами технологии как системы являются: цели и задачи, исходные ресурсы, стратегический и тактический планы применения ресурсов, методология применения ресурсов, разработка схемы и установление принципов определенных мероприятий.

Политика как одна из сфер жизни и деятельности общества подверглась и продолжает подвергаться активному процессу технологизации. Политические технологии представляют собой «совокупность последовательно применяемых процедур, приемов и способов деятельности, направленных на наиболее оптимальную и эффективную реализацию целей и задач конкретного субъекта в определенное время и в определенном месте» [3, с. 418]. Политические технологии распространяются на все поле политической власти и государственного управления. В силу этого они включаются как в конвенциональные, то есть легальные процессы применения политической власти и соответствующего распределения ресурсов государства, так и в неконвенциональные процессы. Последние предполагают использование приемов и процедур, прямо запрещенным законом или противоречащих политическим традициям (технологии подрывных акций, терроризма или проведение режисси-

руемых выборов, манипулирование общественным сознанием).

Автор разделяет точку зрения ученых, которые представляют информационные технологии в политическом процессе как целенаправленное производство и распространение специальной информации, оказывающей позитивное или негативное влияние на функционирование и развитие информационно-психологической и политической среды общества, психику и поведение политической элиты и населения. Данное определение не является ортодоксальным с точки зрения науки и часто подвергается различного рода дополнениям, однако оно вполне может быть взято за основу для дальнейшей конкретизации.

Информационные технологии в политическом процессе носят универсальный характер, и в сочетании с активным использованием средств массовой информации они могут успешно применяться при различных сценариях ведения политической борьбы, осуществляя воздействие на политическую элиту или формируя общественное мнение, что также вполне определенно можно отнести к особенностям данных технологий. Следует так же подчеркнуть, что информационно-психологическая составляющая прекрасно сочетается со всеми известными на сегодняшний день технологиями, применяемые в процессе подготовки и проведения выборов и в политике в целом.

Известно, что применение информационных технологий в политическом процессе всегда основывается на полном или частичном искажении реальности. При этом процесс постепенной или мгновенной замены элементов подлинной реальности происходит при непосредственном участии средств массовой информации. Политическое влияние СМИ в основном заключается в том, что обычно они сами определяют, что нужно и что не нужно выносить на суд общественности. Поэтому нередко можно наблюдать явно предвзято скорректированную информацию, которую СМИ доводят до аудитории. Именно средства массовой информации с помощью информационных технологий в политическом процессе трансформируют и преломляют информационные потоки, преобразовывая сообщение и моделируя вариант его принятия, осмысления и дальнейшую реакцию получателя информации [2, с. 91].

Информационное пространство современного мира не выстраивается в качестве аналога реального пространства, хотя и воспринимается массовым сознанием именно так. Данное расхождение, неэквивалентность двух пространств, которая не заметна мас-

совому сознанию в целом и политическому сознанию в частности, подвержены активной эксплуатации в процессе осуществления информационного воздействия. В качестве примеров неэквивалентности двух пространств могут выступать следующие: а) мини-события реального пространства, которые могут становиться мини-событиями информационного пространства, и б) макси-события реального пространства, которые могут становиться мини-событиями реального пространства. Иными словами, массовое сознание, реагируя на информационную реальность, переносит эту реакцию на подлинную реакцию.

Таким образом, информационные технологии в политическом процессе в информационную эпоху играют исключительно важную роль в политической жизни общества. Они не только доносят политическую информацию до тех или иных социальных слоев, но, прежде всего, трансформируют ее в интересах

субъектов политики, способствуя тем самым интенсификации борьбы за политическую власть в обществе. Функционирование информационно-политических технологий объективно предполагает их непосредственную опору на средства массовой информации и коммуникации, которые помогают представить политическую действительность в выгодном для субъектов политики свете.

Библиографические ссылки

1. Василик М. А., Вершинин М. С. Политология : словарь-справ. М. : Гардарики, 2001.
2. Панарин И. Н. Информационная война и выборы. М. : ИД «Городец», 2011.
3. Соловьев А. И. Политология: Политическая теория, политические технологии. М. : Аспект-пресс, 2011.

© Демкина А. А., 2012

УДК 316.75

А. В. Ковригина

Научный руководитель – Е. В. Титов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРНЫХ НОРМ В ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛАХ

Еще с XVII века, гляцевые журналы начали играть существенную роль в жизни общества. Новое средство массовой информации, сделало мужчин более интеллигентными, а женщин-домохозяйками заботящимися о своей внешности. Сегодня, “глянец” продолжают выполнять роль обозревателя элитной жизни, выступать источником информации life-style и диктовать нормы, которым должны следовать в современном обществе.

Актуальность работы заключается в том, что печатные издания ненаучной тематики, прививают современному человеку вкус к определенному уровню жизни. Из контента журнала, который составляют рекламные фотографии «Модных Домов», ювелирных украшений, дорогих домов и машин, курортов класса люкс и элитных ресторанов, психологические статьи об отношениях между мужчиной и женщиной, советы по уходу за собой и правила жизни, человек получает представление о мире той социальной группы, к которой он принадлежит или хочет приобщиться.

Цель данной работы – рассмотреть формирование культурных норм на примерах крупных гляцевых журналов, таких как VOGUE, ELLE и Marie Claire. Для достижения поставленной цели, необходимо решить ряд задач:

- определить, что такое норма и какие функции она выполняет;
- раскрыть понятие «гляцевый журнал»;
- проанализировать контент гляцевых изданий и выявить какие нормы прививает гляцевый продукт.

Культурная норма – стандарт культурной деятельности, регулирующий поведение людей, свидетельствующий об их принадлежности к конкретным социальным и культурным группам и выражающий их представление о должном, желательном. Нормы выполняют ряд важнейших для общества функций: они упорядочивают поведение индивидов, регулируют общественные отношения, контролируют дивантное

поведение, сегментируют индивидов по группам, а группы внедряют в общество [1].

Гляцевый журнал – это иллюстрированное периодическое печатное издание, высокого полиграфического качества, самой разнообразной тематики [2].

Издатели данных СМИ, дают четкое представление о том, как нужно жить, выглядеть и отдыхать индивиду современного общества. Согласно социологическим исследованиям, проведенным в университете Ньюкасл, представления об идеальных внешних данных формируются именно из гляцевых журналов. [3] Девушки с идеальным стройным телом, роскошными волосами и гладкой кожей – вот, что демонстрируется в глянце, а, следовательно, это то, к чему хотят приобщиться общество. Красочными фотографиями и ни к чему необязывающими статьями, гляцевые СМИ задают стандарты, к которому должны стремиться члены социума. Под эти понятия попадают: внешний вид, салоны красоты, элитные квартиры, дорогие ювелирные украшения и машины, отдых на лучших курортах мира.

Несмотря на то, что гляцевые журналы ориентированы на определенную целевую аудиторию – людей социального класса выше среднего, способные приобрести вещи «от couture», – он попадает в руки среднему слою общества, что в результате может понизить их самооценку. Это связано с тем, что у этой части населения отсутствуют средства и возможности, для удовлетворения потребностей мира глянца.

Однако психология человека такова, что стараясь получить желаемое, у отдельных индивидов, неосознанно запускается механизм: считывание образа-порождение «желания-действие-результат» (покупка). Люди стремятся приобщиться к элитной жизни и незаметно для себя, начинают усердней работать, действовать и делать шаги к своей цели, что в конечном итоге приводит к реализации желания. Безусловно, не все могут добиться этого, но тем не менее люди ищут способы, чтобы хоть как-то приобщиться к миру с картинки. Они покупают поддельные вещи известных брендов, сотовые телефоны, похожие на те, которые необходимо иметь, бриллианты заменяют фианитами, а отдых в пятизвездочном отеле на Мальдивах, превращается в хороший отель в Турции. Из этого следует, что гляцевые журналы формируют в сознании потребителя иллюзию идеальной жизни, где привилегированное положение занимает исключительно роскошь.

Подводя итог, можно сделать вывод. Глянцевый продукт прививает специфическую культуру, обладающую определенным набором ценностей и культурных норм. С одной стороны, гляцевые СМИ, напоминая своей целевой аудитории, о том уровне и качестве жизни, которого они обязаны придерживаться в силу своего социального статуса, а с другой стороны, гляцевая периодика, оказывает неосознанное влияние на неплатежеспособный, для журнала, слой населения. Она подталкивает индивида к действиям, для достижения того уровня жизни, в котором начи-

нают работать законы и правила «глянца». Однако не на всякого члена общества можно повлиять и приобщить к красивой жизни. Это связано не только с тем, что каждый отдельный потребитель, в силу своих индивидуальных особенностей, воспринимает продукт со своей точки зрения, и не считает это нужной частью своего существования, а так же с зависимостью от основного манипулирующего фактора – общества. Оно играет непосредственную роль в процессе формирования культурных норм. Влияние социального окружения осуществляется через общение, по средствам которого прививаются нормы. Исходя из этого, нельзя однозначно говорить о том, что только гляцевые журналы формируют определенные культурные нормы. Социум выступает сильнейшим механизмом, навязывающим правила поведения, внешнего вида и самого уровня жизни.

Библиографические ссылки

1. *Культурология. XX век [Электронный ресурс] // Энциклопедия. URL: <http://www.cyclopedia.ru/68/205/2134804.html>.*
2. *Аналитика культурологии [Электронный ресурс]. URL: http://www.analiculturolog.ru/archive/item/464-article_47.html.*
3. *Психология : электронная версия журнала [Электронный ресурс]. URL: [Psychologies http://www.wday.ru/psychologies/](http://www.wday.ru/psychologies/)*

© Ковригина А. В., 2012

УДК 168.522

М. М. Кожемякина

Научный руководитель – А. И. Виноградова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЯПОНИЯ: СПЕЦИФИКА СОЦИОКУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ

Рассматриваются особенности культуры народа, причины возникновения традиций, их специфика, роль и место в жизни и развитии страны. Подчеркивается уникальность и самобытность культуры, охватывающей все сферы жизни японцев.

Изучение культуры Японии на примере ее лучших традиционных и современных образцов позволяет сформировать широкий взгляд на мировую культуру в целом, предоставляет возможность приобщиться к лучшим образцам мировой культуры. Во многом из-за своей уникальности, загадочности и неизведанности Япония и привлекает внимание к своей культуре, истории, особенностям.

Для Японии характерно сосуществование, взаимопроникновение традиционных устоев и новых обычаев и обрядов, то есть устоев, опирающихся на многолетний (а иногда и вековой) опыт, и новых направлений, вызванных к жизни изменившимися условиями существования. Даже в наиболее подвижной сфере развития общества – экономике, показавшей чудеса модернизации и выведшей современную Японию на второе место в капиталистическом мире, иногда новое тесно переплетается со старым,

подчас создавая прочный фундамент поступательного движения.

В конце XIII в. венецианский путешественник Марко Поло, изучая страну, которую он назвал по аналогии с Китаем (Сина) «Сипангу», так писал о японцах «...идолопоклонники, которые ставят сами себя в зависимость только от своего статуса». Он считал их странными, обособленными и очень непохожими на других людей [2, с. 200].

Япония расположена на островах Тихого океана, которые находятся в зоне, подверженной частым землетрясениям и тайфунам. Жители островов привыкли постоянно быть настороже, довольствоваться скромным бытом, быстро восстанавливать жилище и хозяйство после стихийных бедствий. С XVII и до середины XIX века Япония была практически закрыта для иностранцев (связи сохранялись только с Нидерландами и Китаем). В период этой изоляции в Японии

получило творческое развитие национальное своеобразие.

Следы древнейших поселений на японском архипелаге датируются X тысячелетием до нашей эры. Первые «деревни» состояли из землянок с крышами из веток деревьев, поддерживаемых шестами, известных как «татэ-ана дзюкё» («жилища из ям»). Практически все японские постройки представляют собой комбинации прямоугольных элементов. Окружности появляются только в верхней части конструкций двухъярусных пагод. Важным аспектом традиционной архитектуры Японии является взаимоотношение дома и окружающего пространства, в частности сада [1, с. 305].

Японская живопись и графика очень разнообразна не только по содержанию, но и по формам: это настенные росписи, картины-ширмы, вертикальные и горизонтальные свитки, исполнявшиеся на шелке и бумаге, альбомные листы и веера. Самые ранние из сохранившихся выдающихся произведений относятся к периоду Хэйан [1, с. 308]. Характерной особенностью культуры той эпохи, созданной довольно узким кругом аристократического сословия, был культ красоты, стремление найти во всех проявлениях материальной и духовной жизни свойственное им очарование, подчас неуловимое и ускользающее.

Японская литературная традиция считается весьма древней и высокоразвитой. Хотя самые ранние письменные произведения относятся к VIII в. н. э., существуют основания считать, что устная традиция восходит к несравненно более раннему периоду. Возникновение же письменной литературы связано с заимствованием китайской иероглифической письменности, на основе которой в IX в. был разработан японский алфавит – кана, служивший для передачи фонетического строя японского языка.

Некоторые ремесла и искусства, которыми в Японии занимались ещё несколько веков назад, до сих пор развиваются и привлекают внимание людей. Театр – это одно из достояний этой самобытной страны. Всего насчитывается пять основных направлений в театре – это кабуки, бугаку, ноо, кёген, и бунраку. Японское театральное искусство – это уникальная смесь традиций, обычаев и особенностей японского народа, которая даже с течением времени не теряет своего таинства и очарования для зрителей [1, с. 320].

Японцы любят дарить друг другу подарки и делают это весьма часто. Европейцы привыкли просто дарить подарки, если им хочется это сделать, у японцев же в обязательном порядке должен быть ответ на подарок, причём равной стоимости. Возможно, такие культурные отличия коренятся в отличиях религиозных: религии Запада предполагают, что давать лучше, чем получать, а японцы очень часто делают подноше-

ния своим богам в надежде на благосклонность в ответ.

Чайная церемония – это строго регламентированное искусство приготовления и питья чайного напитка в присутствии гостей. Чайная церемония восходит к обычаю, берущему свое начало в VII веке, употреблять чай во время медитации в дзэн-буддийских храмах в Китае. Этот обычай получил широкое распространение в Японии с 729 года и сохраняется почти неизменным по сей день. Чайная церемония – воплощение единства творческого начала, восприятия природы, религиозно-философского настроения и социального общения.

Миниатюрная скульптура нэцкэ получила широкое распространение в XVIII – первой половине XIX в. как один из видов декоративно-прикладного искусства. Появление ее связано с тем, что национальный японский костюм – кимоно – не имеет карманов и все необходимые мелкие предметы (трубка, кiset, коробочка для лекарств и др.) прикрепляются к поясу с помощью брелока-противовеса.

Икебана – традиционное японское искусство аранжировки цветов. Дословно икебана – это «цветы, которые живут». Простота как знак оригинальности и единичное как знак целого – вот кредо истинных художников икебаны. Их творения в этом смысле напоминают японские стихи хайку: их отличают те же краткость, глубина и совершенство. Искусство икебаны в современной Японии является одним из самых популярных, оно осознается как символ национального своеобразия и как воплощение высокого художественного вкуса, признанного во всем мире.

Таким образом, можно сказать, что японская культура во многих отношениях уникальна и удивительна. Здесь изумительная вежливость уживается со смелостью, отвагой и готовностью самопожертвования самураев. Традиционная культурная основа настолько важна для самих японцев, особенно в условиях, стремительно меняющегося послевоенного мира высоких технологий, что в 1950 году правительство обнародовало закон, известный как Акт о культурном достоянии. Главная особенность японской культуры связана с многообразным взаимодействием, взаимопроникновением и борьбой двух начал – мира природы и мира человека. При этом то «мир природы выражался через образ человека, то, наоборот, мир человека олицетворялся через образы природы» [2, с. 136].

Библиографические ссылки

1. Виноградова Н. А., Николаева Н. С. *Искусства стран Дальнего Востока. М. : Искусство, 1979.*
2. Пронников В. А., Ладанов И. Д. *Японцы. М. : Наука, 1985.*

© Кожемякина М. М., 2012

УДК 18:7.01

Н. А. Король
Научный руководитель – А. Н. Городищева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Ситуация с влиянием информационной среды на культурное наследие не очевидна и потому не вызывает острого социального беспокойства, хотя – это экология человека: от качества информационной среды зависит качество нашей жизни и качество нашего будущего. Речь в данном случае идет не о чувстве комфорта и удовольствия, а о культурных ориентирах и, следовательно, судьбах подрастающего поколения и об информационной безопасности каждого из нас.

Глобальный процесс информатизации, наряду со своей положительной стороной – аккумуляцией различного рода информации и обеспечением многоканального доступа к ней, может иметь и отрицательные последствия. Подвергаясь неконтролируемому информационному воздействию, объекты социокультурной сферы могут утрачивать значительную часть своей достоверности, что влечет за собой потерю значимых фрагментов оригинального культурно-исторического опыта человечества. Таким образом, реактивность и глобальность процесса информатизации социума и культуры выводят на первый план вопрос об информационной безопасности духовной сферы, обеспечении целостности, достоверности и доступности культурно-исторической информации в современном обществе [3]. Задача данной статьи исследовать место и роль культурных институтов, обеспечивающих сохранение культурного наследия, в качестве субъектов информационной безопасности.

Словосочетание *информационная безопасность (ИБ)* в разных контекстах может иметь различный смысл. В Доктрине информационной безопасности Российской Федерации термин *информационная безопасность* используется в широком смысле. Имеется в виду состояние защищенности национальных интересов в информационной сфере, определяемых совокупностью сбалансированных интересов: личности, общества и государства [1, 2].

Несмотря на огромный интерес к проблеме информационной безопасности, ее изучение имеет преимущественно технико-прикладной характер и ориентировано на решение конкретных научно-технических задач. Соответственно этому специфика сферы культуры требует своего, особого подхода к изучению данной проблемы.

Духовная жизнь современного общества подвергается огромному количеству внутренних и внешних угроз, нередко провоцирующих разрушение нравственных идеалов, культурных традиций, патриотизма, духовного единства и многого другого. Духовные знания стали объемней и доступней, но значительно осложнился их отбор, восприятие и осмысление.

Соответственно тому, как актуализируется в обществе потребность в достоверной культурно-исторической информации, возрастает значение социальных институтов, которые в силу своей природы ориентированы на работу с ней потребность в сохранении и приумножении достоверной информации

была осознана человечеством еще в древности. С этой целью создавались учреждения, целенаправленно занимающиеся работой со значимыми с информационной точки зрения, предметами – музеи, библиотеки и архивы. В них знания становились основой для выявления новых природных и общественных закономерностей, базой научного и социального прогресса человечества. Информационные технологии возникли как средство разрешения противоречия между накапливающимися во все возрастающих объемах знаниями, с одной стороны, и возможностями и масштабами их социального использования, с другой. Отсюда и двоякая роль информационных технологий: с одной стороны, это средство преобразования знаний в информационный ресурс общества, а с другой – это средство реализации социальных технологий и преобразования их в социально-информационные технологии.

Учитывая, что сущность объекта обнаруживается через его свойства, можно говорить о безопасности связанных с информацией свойств объекта. Рассматривая возможные виды нарушения процесса информационного обмена, можно увидеть, как именно нарушается функционирование устоявшейся системы оценки – анализа – систематизации информации. Процессы отбора информации разрушаются, выводя на первый план зачастую доброкачественную, но обладающую внешней привлекательностью информацию (появление большого количества вторичной информации). Цифровые технологии совершили революцию в области технической репродукции произведений искусства, в связи с чем возникла проблема сохранения подлинности произведений искусства. Появились цифровая музыка, изобразительное искусство, литература, и оказалось, что художественную ценность представляют не объектные формы произведения, а информационные, а произведения цифрового искусства в цифровом формате всегда являются подлинными, чего невозможно сказать об оцифрованном произведении искусства. В цифровой репродукции материальный возраст неуловим, а следовательно, подвергаются нарушению как историческая ценность, так и авторитет вещи. В случае ручного копирования подлинность сохраняет свой авторитет, в случае технического репродуцирования этого не происходит [4].

С точки зрения семиотики можно говорить об этапе формирования новых символов и предвари-

тельной оценке возможностей их включения в общую символическую систему культуры. Это означает, что из общего объема информации уже выделены отдельные элементы, произведена их оценка, и настало время их систематизации и инкорпорирования в ранее сложившуюся систему. При этом сама система, безусловно, уже не может оставаться такой, как она была прежде. Это обстоятельство заставляет говорить об информационной безопасности в культуре. Следовательно, обеспечение «чистоты» информационных потоков не может быть ограничено рамками деятельности отдельных учреждений. Общество должно стремиться к такому протеканию информационных процессов, при котором все достоверные знания, весь накопленный человечеством опыт будет доступен, востребован, пополняем и обновляем.

Следовательно, моделирование информационных угроз в сфере культуры и, в частности, сохранения культурного наследия, представляет собой важнейшее

направление обеспечения информационной безопасности, как составной части обеспечения национальной безопасности государства.

Библиографические ссылки

1. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. М. : Ось-89, 2004. 48 с.
2. Концепция национальной безопасности Российской Федерации от 17.12.1997 г.
3. Хитарова И. Ю. *Философско-культурологический анализ информационной безопасности культурного наследия : автореф. дис. ... канд. культурологии. СПб., 2008.*
4. Ерохин С.В. *Проблема подлинности произведений цифрового изобразительного искусства // Вестник ТГУ. 2008. № 10 (66). С. 159–165.*

© Король Н. А., 2012

УДК 168.522

А. В. Маланов

Научный руководитель – А. И. Виноградова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПОСТМОДЕРНИЗМ КАК ФИЛОСОФИЯ ИНТЕРНЕТА

Раскрывается постмодернизм как философия Интернета, подчеркивающий разнообразие индивидуальных и социальных форм, плюрализм и открытую демократию, ставящий акцент на автономии.

Термин «постмодернизм» изначально зародился как направление в живописи, а затем распространился на всю культуру и стал ассоциироваться с критикой универсального знания, фундаментализма [6]. Наиболее существенными характеристиками постмодернизма являются стирание всяческих границ между искусством и повседневной жизнью, элитной и поп-культурами, эклектика и смешение стилей. Постмодернизм предполагает сочетание несочетаемого. О постмодернизме в науке можно говорить, когда мы имеем дело с чем-то, образующимся за счет парадоксального соединения несоединимого. Постмодернизм отличает многозначность, плюрализм, сомнение, отстраненность, ирония, коллажность, трансформация реальности в образ, рефлексия, цитирование и самоцитирование, случайность и амбивалентность, стремление к разрушению порядка. Отсюда проблема утраты реальности, которая формулируется как «гибель реального» или «царство симулякров».

«Реальность не просто отчуждается, овеществляется или обесмысливается - она исчезает, а вместе с ней исчезает и общий субстрат человеческого опыта, заменяясь множеством знаково произвольных и относительных картин мира. Каждая раса, культура, пол, возраст, местность, индивид создают свою «реальность» - само это слово в современных гуманитарных науках редко употребляется без кавычек. Отчуждение реальности от человека и, далее, исчезновение самой реальности - ступени одного поступательного процесса, в котором сумма всей информации, выработанной

человечеством, делается все менее доступна отдельному индивиду» [2].

Интернет с его виртуальной жизнью как нельзя лучше соответствует этим представлениям. Интернет называют «миром, управляемым мышами, ошибками, возможностями» [1]. С этой точки зрения философией Интернета может быть только постмодернизм, подчеркивающий разнообразие индивидуальных и социальных форм, плюрализм и открытую демократию, ставящий акцент на автономии.

С другой стороны, диспропорция между человеком, чьи возможности биологически ограничены, и человечеством, которое благодаря Интернету практически не ограничено в своей информационной экспансии, приводит к постмодерновой «чувствительности» – как бы безучастной, притупленной по отношению ко всему происходящему. Постмодерновый индивид всему открыт, но воспринимает все на уровне легких и быстрых касаний, как цитату, как условность, за которой нельзя отыскать никаких истоков, начал, происхождения [2].

О влиянии новых средств коммуникации на общество писали многие авторы. Еще в 1978 году С. Хилтц и М. Турофф [3] в своей книге «Нация сети» (содержащей ряд удивительно точных предсказаний) указывали, что компьютерные коммуникации могут быть использованы как во благо, так и во зло. Авторы, впрочем, выражали надежду, что эти средства будут способствовать социальному прогрессу, позволят людям открыто говорить о своих идеях и воспринимать чужие.

Марк Постер отмечает, что многие специалисты социальных наук видели в электронных коммуникациях средство гигантских социальных трансформаций. Согласно Постеру, наряду с «розовыми» надеждами на улучшение качества жизни в обществе появились «серые» опасения растущей изоляции людей и усиления их зависимости от средств глобальной коммуникации [5].

В компьютеризированном постмодернистском обществе технологические трансформации оказывают существенное влияние на знания. В контексте всеобщих изменений природа знаний не может сохраниться в прежнем состоянии. А вместе с природой знаний меняется и их статус. Жан-Франсуа Лиотар писал в своем «Состоянии постмодерна»: «Старый принцип, по которому получение знания неотделимо от формирования (Bildung) разума и даже от самой личности, устаревает и будет выходить из употребления. <...> Знание производится и будет производиться для того, чтобы быть проданным, оно потребляется и будет потребляться, чтобы обрести стоимость в новом продукте, и в обоих этих случаях, чтобы быть обмененным. Оно перестает быть самоцелью и теряет свою „потребительскую стоимость“» [4].

Один из наиболее известных философов-постмодернистов Мишель Фуко полагал, что власть не есть результат объединения производителей или владельцев средств производства. Он считал, что скорее следует говорить о сетях взаимодействия между знанием и властью («могу-знаю»). С его точки зрения, сложные разнообразные властные отношения охватывают все стороны нашей социальной, культурной и политической жизни, вовлекают все противоречивые мнения. Таким образом, в эпоху компьютеризации вопрос знания (информации) становится наиболее важным для власти. Знания становятся важнейшим фактором в борьбе за власть. Власть и знания - это

две стороны одного и того же вопроса: кто знает, что есть знание, и кто знает, что нужно, чтобы принять решение?

С другой стороны, расширение пропускной способности Интернета, который становится для многих средством общения, может улучшить социальное и культурное развитие. Люди имеют возможность использовать Интернет как средство художественного самовыражения, размещая на своих веб-страницах семейные фотоальбомы, устраивая персональные художественные и фотовыставки (даже с элементами анимации), организуя музейные экспозиции, кинопросмотры, интерактивные спектакли. Взаимопроникновение живописи, музыки, литературы в Интернете может породить и новые формы искусства.

Библиографические ссылки

1. Андреев А. Интернет № 13. Мушый шум. 2000 [Электронный ресурс]. 15.02.2012. URL: <http://inter.net.ru:8100/old/13/11.html>.
2. Эпштейн М. Информационный взрыв и травма постмодерна [Электронный ресурс]. 08.02.2012. URL: <http://philosophy.ru/library/epstein/epsht.html>. 1998.
3. Hiltz S. R. & Turoff M. The network nation: Human communication via computer. Reading: Addison-Wesley. 1978.
4. Lyotard J.-F. The postmodern condition: A report on knowledge, Manchester: Manchester University Press. 1984 (Русский перевод [Электронный ресурс]. URL: www.kulichki.ru/moshkow/CULTURE/LIOTAR/liotar.txt).
5. Poster M. Critical theory and poststructuralism: In search of a context. Ithaca: Cornell. 1989.
6. Sarup M. An Introductory guide to post-structuralism and postmodernism. 2 ed. Athens: The University of Georgia Press. 1993.

© Маланов А. В., 2012

УДК 168.522

А. В. Милов

Научный руководитель – А. И. Виноградова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СТАРООБРЯДЧЕСТВО КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН СИБИРИ

Феномен старообрядчества существует в России уже более трехсот лет. Старообрядчество оказало огромное влияние на развитие Сибири в различных областях. Целью исследования является изучение быта и нравов старообрядцев Сибири.

Старообрядчество — совокупность религиозных течений и организаций в русле русской православной традиции, отвергающих предпринятую в 1650–1660-х гг. патриархом Никоном и царём Алексеем Михайловичем церковную реформу, целью которой была унификация богослужебного чина Русской Церкви с греческой Церковью. Приход патриарха Никона к управлению русской православной церковью, вызвал широкое недовольство народа. В результате возникло движение сторонников старой веры, родоначальниками которого были провинциальные ревнители благо-

чества, большинство состояло из посадских людей и крестьян.

В Сибири проживает достаточно большой процент старообрядцев, в журнале «Церковь» за 1908 год приведены данные о том, что 1/3 часть населения Сибири имеет старообрядческие корни. На территории Красноярского края проживают старообрядцы разных сословий, есть места компактного проживания на Ангаре, в южных районах края, в районе Обь - Енисейского канала [1]. Старообрядческое население проживает в компактных поселениях. В старообрядческой среде,

как ни в какой другой, сохранились исконно русские национальные традиции. Это касается как образа жизни, обычаев, укладов, так и способов ведения хозяйства, строений. Основное направление в хозяйстве – земледельческо-промысловое. Быт старообрядцев тесно связан с их образом жизни. Основную часть своего времени они отдают хозяйству, чтобы прокормить себя, но также свято чтут свою веру и относятся к труду как к высшему предназначению человека. У старообрядцев сохранилась своя система образования, включающая заучивание наизусть множества молитв, обучение чтению и началам арифметики, знаменному пению. Особо одарённых детей учили славянскому письму и иконописи [2].

Старообрядчество заложило основы сибирской культуры и определило ее специфические черты. Старообрядцы внесли особую твердость духа, трудолюбие и ответственность, сыграли важную роль в развитии земледелия, торговли и промышленности в Сибири. Старообрядчество расшевелило народные массы и в нравственном отношении [1].

Старообрядчество, как культурный феномен оказало огромное влияние на развитие Сибири в различных областях. В наше время роль старообрядчества становится все менее заметной, однако до сих пор существуют старообрядческие общины. Кроме того существует крупнейшее современное православное старообрядческое религиозное объединение в РФ и за ее границами – Русская Православная Старообрядческая Церковь, насчитывающая около миллиона прихожан; имеет два центра – в Москве и Браиле, Румыния.

Библиографические ссылки

1. Сибирь. Мир староверов [Электронный ресурс]. 29.02.2012. URL: <http://www.memorial.krsk.ru/work/konkurs/5/Alyasevo.html>.

2. Мельников Ф. Е. Краткая история старообрядческой церкви. Барнаул : Изд-во БГПУ, 1999. 557 с.

© Милов А. В., 2012

УДК 004.9

К. Л. Непомнящий
 Научный руководитель – А. Н. Городищева
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СТАНДАРТЫ ЦИФРОВОГО АУДИОВИЗУАЛЬНОГО АРХИВИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Цифровые аудиовизуальные документы не менее, а в некоторых условиях и более важны, чем другие виды документов или артефактов. Поэтому для составления стандарта по цифровому архивированию должны соблюдаться требования к понятию «культурное наследие», разработанные в библиотечном деле, архивистике, документоведении, информатике, музееведении, искусствоведении.

Желание защитить память сосуществует с желанием уничтожить ее. Существует убеждение, что «никто и никакая сила не может уничтожить память», однако история показала, в особенности за последнюю сотню лет, что она поддается искажению и управлению, и что ее носители уязвимы, в том числе и преднамеренному разрушению. Как считают участники международного проекта MINERVA EC (MINisterial NETwoRk for Valorising Activities in digitization) в рамках программы eContentplus – Поддержка Европейской Цифровой Библиотеки, связано это с тем, что оцифровка культурного наследия осуществляется в самых разнообразных стандартах [2]. Поэтому очень важно иметь сведения о тех стандартах, которые используют музеи, библиотеки, картинные галереи и как они соотносятся с принятыми нормами и правилами сохранения культурного наследия.

Концепции сбора материалов библиотек, архивов и музеев имеют глубокие корни, поскольку накопление и передача памяти от одного поколения к другому лежит в основе человеческого общества. XX век сформировал новую, технологическую форму памяти – регистрацию звука и движущихся изображений. Сегодняшние пользователи Интернета хотят прочитать текст, посмотреть изображение, услышать звук и

посмотреть видео, относящиеся к интересующему их вопросу, в одном информационном пространстве. В основном они смотрят то, что присутствует в социальных сетях, и очень мало обращаются порталам культурного наследия. Можно предположить, что связано это с тем, что представленные на них материалы – это цифровые копии артефактов культуры, которые не всегда соответствуют оригиналу. Поэтому выработка стандартов для оцифровки и представления данных о культурном наследии актуальная проблема развития культуры.

В России всё начиналось с нуля, с создания формата представления данных. Первым опытом было создание Сводного каталога библиотек России и создание российского национального библиотечного каталога. С этого проекта начались эксперименты по использованию различных видео и аудио форматов для оцифровки и сохранения культурного наследия, в связи с чем проявилась проблема формирования собственной политики, правил и процедур аудиовизуального архивирования.

Аудиовизуальное архивирование подпадает под стандартные определения профессий сбора информации и Программ, Рекомендаций и Соглашений ЮНЕСКО, которые касаются защиты и доступа к докумен-

тальному и культурному наследию, типа Соглашения по охране неосязаемого культурного наследия (2003), Память Мира: Общие рекомендации по охране документального наследия (2002), и Рекомендаций по охране по охране и сохранению движущихся изображений (1980) [1]. Аудиовизуальное архивирование имеет задачу по поддержанию подлинности и целостности полученного материала. Он должен быть защищен от повреждения, цензуры или намеренного искажения.

Основная часть стандартов относится к оцифровке с целью репродукции артефактов культуры. Стандарты не обязательно содержат разъяснения того, как их технически применять. Часто их рассматривают как примеры положительного опыта в определённой области. Они направлены на описание информации о ресурсах: книгах, архивных документах, музейных предметах, людях, территориях и организациях. Описание каждого стандарта выполняется с помощью стандарта метаданных Дублинского ядра.

Описание стандартов структурируется в соответствии с тем, к какой области деятельности в сфере культурного наследия они относятся: музейные стандарты; архивные стандарты; библиотечные стандарты; стандарты описания недвижимого наследия; стандарты описания культурного наследия, а также в соответствии с целевой направленностью: поиск ресурсов; кодирование документов.

Стандарты для оцифровки культурного наследия не связаны ни с каким конкретным сектором сферы культуры, но могут использоваться в любой области деятельности, связанной с культурой. Например, стандарты сохраняющие информацию в мультимедиа форматах относятся к текстам, изображениям, звуку и т. д. [2] Стандарты кодирования текста определяют, как тексты хранятся в компьютерных системах. Это промышленные стандарты (de facto), такие как Microsoft Word, а также стандарты, предложенные World Wide Web Consortium (W3C)48, такие как XML.

Для того чтобы представить статическое изображение в цифровой форме, оно кодируется. Для архивирования может использоваться TIFF – формат файла растрового статического изображения общего использования, совместимый с большинством сканеров и программного обеспечения для обработки изображений. Он не зависит от оборудования и используется в большинстве программных сред. Этот промышлен-

ный стандарт данных используется большинством производителей сканеров и программного обеспечения.

Оцифровка звука достигается путем дискретизации по времени. Открытый стандарт для сжатого звука – MP3. Принадлежащие коммерческим компаниям стандарты дают лучшее качество звука или меньший размер файла (т. е. скорость передачи аудио информации).

Оцифровка видео аналогична получению растровых изображений, но для очень быстро меняющейся последовательности изображений. При оцифровке видео получаются данные большого объема, из-за этого очень важно сжатие. Сжатие основывается на том, что из всей последовательности изменяется лишь небольшое число кадров. Открытый стандарт для сжатого видео – MPEG. Кроме того, на рынке предлагается некоторое количество стандартов, принадлежащих частным компаниям.

Хороший современный справочник стандартов, которые должно использовать учреждение культуры, разработан и опубликован проектом Minerva: «Техническое руководство для программ создания цифровых информационных ресурсов по культуре»[3].

Существует ограниченное число ключевых стандартов, которые широко используются в Европе и в мире. Они используются в наиболее успешных проектах, но, как показало исследование, для достижения совместимости надо пройти еще очень долгий путь, поскольку до сих пор приходится принимать во внимание национальные стандарты некоторых стран.

Библиографические ссылки

1. Эдмондсон Р. Аудиовизуальное архивирование: философия и принципы. Париж : ЮНЕСКО, 2004. IX. 73 с.
2. Gordon McKenna, Chris De Loof. Оцифровка: ландшафт стандартов для европейских музеев, архивов, библиотек // Публикация Рабочей группы 3 «Исследование стандартов и подготовка рекомендаций» проекта ATHENA. Электронное издание. ATHENA EC Project, Центр ПИК, 2010. 52 с.
3. Technical Guidelines for Digital Cultural Content Creation Programmes <http://www.minervaeurope.org/interoperability/technicalguidelines.htm>

© Непомнящий К. Л., 2012

УДК 008

Д. М. Пискорский
 Научный руководитель – А. Г. Соколова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ТЕХНИЧЕСКАЯ МЕДИАКУЛЬТУРА

Рассматриваются понятия медиа, медеакультуры, технической медиакультуры.

Медиа (от латинского «media», «medium» – средство, посредник) – это термин XX века, первоначально введенный для обозначения феномена «массовой куль-

туры» («mass culture», «mass media»). Что касается понятия «медиакультура», то это понятие введено для обозначения особого типа культуры информационного

общества, являющейся посредником между обществом и государством. Медиакультура включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия, поэтому правомерно выделять такое понятие как «техническая медиакультура».

Техническая медиакультура связана с эстетикой кадра. Это свойство не только фотографии, но и кино, видео, компьютерной графики, анимации и т. д. Новые виды медиакультуры являются производным технического прогресса. На их знаковую систему влияют общие закономерности развития технической культуры, связанной с техникой съемки действительности. На этой базе формируется новое видение – новый тип образного мышления, интегрирующий речевые и визуальные формы [1].

Так, если в письменной культуре основной знаковой системы выступают буква, слово, то в аудиовизуальной культуре «первокирпичиком» является кадр. В зависимости от того, каким образом осуществляется «включение» путем фотографического способа воспроизведения в «поток событий», различают фотографическую, кинематографическую и телевизионную форму культуры кадра. Фотографическая культура кадра связана с использованием фотокадра, передающего непосредственное впечатление от реального события. Кинематографическая культура кадра использует кадр как «ячейку монтажа», что позволяет не только передать непосредственное впечатление от события, но и выявить его смысл. Телевизионная культура кадра связана с таким использованием кадра, при котором зритель как бы непосредственно включается в «поток событий» и видит его «изнутри».

Осмысление образного потенциала кинокадра было связано с пониманием кадра не как элемента монтажа,

а его ячейки. В конце концов это привело к формированию того нового способа образного мышления, который был наиболее адекватен новому видению действительности, распространившемуся благодаря использованию эстетики моментального фотокадра. Не случайно С. Эйзенштейн видел в фотографическом способе воспроизведения действительности технический «первофеномен», на базе которого возникла поэтика кино, обращенная лицом ко времени, истории [2]. Важно подчеркнуть, что все это вело к открытию фундаментальных закономерностей создания кинопроизведения, позволяющих не только понять достаточно глубоко природу этого нового искусства, но и его неразрывную связь с традициями мировой художественной классики.

Общим признаком для языка фотографии, кино и телевидения является не только универсальность его изначальной клеточки – кадра, но и его событийность. Все это широко используется в фото-, кино- и телевизионном творчестве, где кадру придаются черты художественного изображения, драматической сцены, элемента образного повествования, и все же при всех указанных трансформациях в нем сохраняется наличие того момента, которого нет и не может быть в «художественной картине», созданной с помощью языка классических искусств.

Библиографические ссылки

1. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М. : Академический проект, 2005. С. 32.
2. Эйзенштейн С. М. *Избранные статьи*. М. : Наука, 1956. С. 199.

© Пискорский Д. М., 2012

УДК 339.138

А. А. Рожкова

Научный руководитель – С. Ю. Пискорская
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА КАК ЭЛЕМЕНТА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Рассматривается корпоративный имидж и методика его формирования.

Актуальность данной темы заключается в том, что на сегодняшний день формирование и развитие имиджа организации является одним из важнейших направлений современного менеджмента. Необходимость создания и поддержания имиджа компании диктуется стратегическими целями функционирования и развития организации. Опыт анализа имиджирования на мировом рынке показывает, что позитивный имидж способствует успешному управлению персоналом и созданию достойной репутации в деловых кругах.

Развитие рыночных отношений требует усвоения этого опыта, а значит, формирует социальный заказ на качественно новый тип имиджевых технологий для управленцев различного уровня. В современной соци-

ально-экономической литературе под имиджем понимается вариант самоподачи, акцентирующий внимание на лучших качествах повышающий самооценку и авторитет у потенциальных потребителей. Один из инструментов выступает корпоративный имидж достижения стратегических целей предприятия, затрагивающих основные стороны его деятельности и ориентированных на перспективу.

Корпоративный имидж требует целенаправленной систематической работы связанной с превращением реального имиджа предприятия в позитивный. Для российской создание корпоративного имиджа обособленно считается инновационным и справедливо находится в зоне особого внимания руководителей организаций, видящих в этом подходе мощный рычаг

для развития. Грамотно созданный корпоративный имидж позволяет увеличить доход компании, а не сформированный профессионалами высокой квалификации, и – как следствие воспринимаемый коллективом как «модное» движение, – такой «корпоративный имидж» способен пошатнуть не только доверие клиентов, но и репутацию всей фирмы. Имидж может быть несколько различным для различных групп общественности, поскольку желаемое поведение этих групп в отношении организации может различаться. Другими словами, одна и та же организация может по-разному восприниматься (или стремиться к специфическому восприятию) инвесторами, государственными структурами, местной, национальной и международной общественностью. Например, для широкой национальной общественности предпочтительна гражданская позиция компании. Для международной общественности глобальные компании стремятся быть «корпоративными гражданами мира». Для партнеров важна высокая конкурентность позиции. Кроме того, существует внутренний имидж организации – как представление персонала о своей организации. Можно сказать, организация имеет несколько имиджей: для каждой группы общественности – свой [1].

Методика формирования корпоративного имиджа предприятия может быть представлена следующей последовательностью шагов:

1. Анализ маркетинговой среды предприятия и выделение целевых (наиболее важных для его деятельности) групп общественности.
2. Формирование набора наиболее существенных имиджеобразующих факторов для каждой из целевых групп общественности.
3. Разработка желаемого образа предприятия (с точки зрения установленных стратегических целей) для каждой целевой группы общественности.
4. Оценка состояния имиджа предприятия в каждой из целевых групп общественности.
5. Разработка и реализация плана мероприятий по формированию позитивного имиджа предприятия в сознании целевых групп.
6. Контроль достигаемых результатов и коррекция (при необходимости) плана.

Разработка корпоративного имиджа – сложный многоплановый процесс, требующий участия различных специалистов: по связям с общественностью, специалистов – системотехников, социологов, специалистов кадровых служб, программистов и электронщиков, юристов [2].

Разработка корпоративного имиджа предполагает проведение ряда важных мероприятий, которые должны осуществляться в строгой логической последовательности и в определенные периоды (этапы).

В процессе разработки коммуникационной политики организации предприятия необходимо решить следующие основные вопросы:

- выявление проблем и барьеров, которые стоят на пути эффективного использования человеческих ресурсов организации;
- определение и ясное формирование целей организации и стратегии, которая будет использована для их достижения;
- создание мобильной организационной структуры управления коммуникациями организации, которая, во-первых, была бы гибкой, динамичной и постоянно соответствовала меняющимся тактическим целям предприятия; во-вторых, быстро адаптировалась при непредвиденных изменениях внешних условий; в-третьих, имела бы способность к эффективной самоорганизации звеньев по мере изменения задач [3].

По каждой из этих проблем предполагается опережающее создание комплекса правовых, регламентирующих, организационно-распорядительных, руководящих и других нормативно-методических документов, которые должны создать условия, обеспечивающие реализацию вышеназванных мероприятий.

Таким образом, корпоративный имидж создается основной деятельностью организации, а также информационно-коммуникационной работой, ориентированной на целевые группы общественности. Работа по созданию имиджа ведется целенаправленно для каждой группы и различными средствами. У каждой общественной группы есть своя система ценностей, соответственно их поведение в отношении организации будет различным.

Корпоративный имидж представляет собой один из важнейших элементов формирования корпоративной культуры организации как совокупности моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов организации, а потому грамотное формирование корпоративного имиджа является неотъемлемой частью развития организации.

Библиографические ссылки

1. Решетникова И. И. *Формирование и развитие делового имиджа фирмы*. М. : Экономика, 2008. 272 с.
2. Ульяновский А. *Корпоративный имидж. Технологии формирования корпоративного имиджа для максимального роста бизнеса*. М. : Эксмо, 2008. 400 с.
3. Шарков Ф. И. *Имидж фирмы. Технологии управления*. М. : Академический проект, 2006. 277 с.

© Рожкова А. А., 2012

УДК 168.522

В. В. Сакович
 Научный руководитель – В. П. Бочкарев.
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СПЕЦИФИКА ОСНОВНЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРИНЦИПОВ, ЗАДАЧ И МЕТОДОВ СПЛОЧЕНИЯ КОЛЛЕКТИВА НА ОСНОВЕ ТРЕНИНГОВ

В культурологии коллектив (группа) есть деятельная совокупность людей, объединенных общими целями, задачами, образом, манерой поведения, нормами нравственности, спецификой речи, традиций. От степени сплоченности коллектива зависят все его показатели. Важную роль в его сплочении играют тренинги в форме командообразования – «тимбилдинга».

Основным методом развития групповой сплоченности, в соответствии со взглядами Д. Морено, является приведение в соответствие «макроструктуры» отношений, то есть пространственно-временных, социокультурных, коммуникативных и функциональных связей в группе, с «микроструктурой», определяемой результатами социометрического исследования и управления ей как единой командой [1].

Важную роль в процессе командообразования играют следующие семь принципов организации командной работы, отличающих её от других форм сплочения коллектива: коллективность исполнения работы; коллективность ответственности; единство для команды формы стимулирования; адекватность стимулирования команды за конечный результат; автономность самоуправления команды; повышение исполнительской дисциплины, добровольно принимаемой каждым членом команды; добровольность вхождения в команду: в ее состав может быть включен только тот, кто добровольно изъявил готовность к этому на основе полного знания и понимания всех условий ее деятельности [2].

Тренинги по сплочению коллектива изначально ориентируются на следующие культурологические задачи по формированию: отношения руководителя к проводимому мероприятию; отношения участников к тренингу; корпоративной культуры компании; программы тренинга на основании целей, которые ставит перед обучением руководство по результатам предварительной диагностики сотрудников компании; профессионализма у руководителя тренинга; качественного сценария организации тренинга.

Среди наиболее эффективных методов командообразования выделяют тренинг в форме «тимбилдинга» (team – команда, building – строить) [3].

Классический тимбилдинг – это тренинги, проводимые в помещении, сочетающие как теорию, так и практику. Тренинг от четырех часов до нескольких дней или курс из нескольких модулей. Цель таких тренингов – получение систематических знаний и умений в области командообразования, в сплочении коллектива. Проводятся они и для команды-коллектива, и для ее руководителей [4].

Экстремальный тимбилдинг – это выездные тренинги, которые обычно носят чисто практический характер. Теоретическая часть может быть начальной стадией серии тренингов. Его цель – не развлечение, а личностное и командное развитие [5].

Рассмотрим основные методы проведения тренинга в группе, члены которой разделены на микрогруппы по 2–3 человека.

«Слепой скульптор». Члены микрогрупп должны вместе слепить из пластилина что-то очень важное для всех: образ идеального руководителя, видение проекта, цели и так далее. Тренинг направлен на командную работу, повторение рабочих моментов: в случае вспоминания целей и видения проекта, более чуткого взаимодействия с руководителем в случае лепки идеального руководителя и так далее.

Коллаж «Команда». Каждой микрогруппе выдается лист ватмана, пачка журналов, брошюр, открыток, подходящих по тематике. Тренинг направлен на командную работу, а также осмысление ценности своей команды, нахождение новых моментов в процессе работы над материалом.

«Галерея изобразительного искусства». Каждой микрогруппе дается общее одно задание, используя подручный материал – крупа, изделия из стали, бусы, фольга, цветная бумага и т.д., изобразить символ компании. Тренинг направлен на командную работу, совершенствование умения каждого прислушиваться к идеям других, на расширение творческих подходов в работе.

«Самая красивая статуя». Каждая микрогруппа должна за определенное время построить при помощи обычных офисных принадлежностей самую красивую статую. Тренинг направлен на командную работу, расширение нестандартных подходов в работе.

«Сказка». Полностью вся команда должна сочинить и написать сказку о своем проекте, опираясь на тайм-лайн и цели проекта. Руководитель в игре не участвует. Игра направлена на командную работу, повторение рабочих моментов, также это неформальный способ рассказать о фокусах проекта новому участнику, возможность пометать и настроиться на рабочий лад.

«Сад». Участники всей группы сидят в кругу. Ведущий предлагает спокойно посидеть, и представить себя цветком. После того, как все представили это, каждый рисует и вырезает свой цветок. Все садятся в круг. Ведущий расстилает полотно любой ткани или ватман и объявляются «поляной», которую нужно засадить вырезанными цветами. Это побуждает к проявлению своего мнения в коллективе.

«Фигура». Сидя в кругу, составляется фигура из всего агрессивного, плохого, проявляемого в команде.

Рисуются, например, клыки, зубы, когти и так далее всеми участниками по кругу. Затем лист сворачивается, привязывается к воздушному шару и отпускается в небо, унося все проблемы и недоразумения. Тренинг направлен на снятие агрессии в коллективе.

Завершающим этапом каждого тимбилдинга являлся прием «До – Во время – После», суть которого сводилась к оценке проведенного занятия. Участники могут рисовать на листе бумаги свое социокультурное состояние до тренинга, во время и после него. Далее проводится небольшой интерактив с участниками, обсуждается, почему они нарисовали так или иначе, что означает их рисунок или диаграмма и так далее. В конце подводятся итоги, резюмируются результаты проведенного занятия.

Автор, исходя из вышесказанного и личного опыта в проведении тренингов, считает, что специфика тренингов, использующих современную методологию тимбилдинга, заключается в интенсификации эффективности сплочения на основе системного содержания реализации сценария тренинга как отдельных

микрогрупп, группы, так и всего коллектива, в отличие от иных средств и форм сплочения коллектива, с использованием только нравственно-поучительных или карательных форм воздействия.

Библиографические ссылки

1. Пригожий А. И. Современная социология организаций. М. : Проспект, 1995.
2. Левин К. Разрешение социальных конфликтов. СПб. : Речь, 2000.
3. Ткаченко Е. Д. Командообразование: дань моде или производственная необходимость? // Справочник кадровика. 2011. № 3. С. 24–27.
4. Кон И. С. Социология личности. М. : Прогресс, 1967.
5. Сидоренков А. В., Сидоренкова И. И. Методики изучения доверия в малой группе. Ростов-на-Дону : ЛППМФП ЮФУ, 2007.

© Сакович В. В., 2012

УДК 004.5

А. О. Сальникова
Научный руководитель – А. Н. Городищева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МУЛЬТИМЕДИА ТЕХНОЛОГИЙ

На сегодняшний день самым уникальным и современным способом представления информации является мультимедиа презентация. Это программный продукт, который может содержать текстовые материалы, фотографии, рисунки, слайд-шоу, звуковое оформление и дикторское сопровождение, видеофрагменты и анимацию, трехмерную графику. Следовательно, мультимедиа презентация предстает как специфическая коммуникативная технология обмена информацией.

За последнее пятидесятилетие в мире произошла компьютерная революция. Компьютеры основательно вошли в нашу жизнь. Многие сферы деятельности человека невозможно представить без помощи компьютера. Бизнес, как одна из самых динамичных областей деятельности, тоже не остался в стороне от этого процесса. В этой ситуации возникает вопрос, как на компьютере максимально удобно и эффективно представить нужную вам информацию для другого человека, чтобы облегчить его общение с компьютером, привлечь его внимание, заинтересовать. Здесь очень большую помощь могут оказать современные мультимедиа технологии.

Известно, что человек большую часть информации воспринимает органами зрения (~80 %), и органами слуха (~15 %) (это давно замечено и эффективно используется в кино и на телевидении). Мультимедиа технологии позволяют воздействовать одновременно на эти важнейшие органы чувств человека. Сопровождаемая динамический визуальный ряд (слайд-шоу, анимацию, видео) звуком, мы можем рассчитывать на большее внимание со стороны человека. Следовательно, мультимедиа технологии позволяют представлять информацию в максимально эффективном виде [1].

В отличие от видео, мультимедиа технологии позволяют управлять потоком информации, т.е. могут быть интерактивны. Мультимедиа презентации дают прямой доступ к информации. Пользователь может сразу видеть все содержание и переходить к тому, что его заинтересовало. Извлечение информации не будет связано с большими затратами труда и времени.

В отличие от других видов представления информации мультимедиа презентации могут содержать десятки тысяч страниц текста и тысячи рисунков и фотографий, несколько часов видео и аудио записей, анимацию и трехмерную графику, при этом обеспечивая низкую стоимость тиражирования и длительный срок хранения.

Среди имеющихся в настоящее время инструментальных систем можно найти различные по спектру предоставляемых возможностей и сложности освоения, но обладающие одним общим недостатком: это коммерческие программные продукты, которые трудно где-то найти в продаже и заплатить за них достаточно «весомые» деньги. Однако, в большинстве случаев, требуется разрабатывать сравнительно несложные мультимедиа-приложения, «презентационного» характера, интерактивность которых сводится лишь к

реализации произвольной (нелинейной) траектории просмотра карточек. В этом случае вполне достаточно более простых средств, например, входящего в комплект общераспространенного сегодня пакета Microsoft Office стандартного приложения Power Point, рассматриваемого в этом случае уже не просто как система для подготовки коммерческих и др. презентаций, а как хотя и простая, но полноценная инструментальная среда.

Microsoft Power Point. К преимуществам этого приложения как инструментальной среды для разработки мультимедиа-приложений можно отнести:

- доступность (пакет Microsoft Office версии 97 и выше сегодня считается стандартным программным обеспечением практически для любого персонального компьютера);

- легкость в освоении и простоту создания мультимедиа-презентаций (при достаточно широком наборе имеющихся возможностей, в частности, для реализации «оформительских» анимационных эффектов, особенно в Power Point XP);

- возможность переноса данных из других приложений Microsoft Office, что позволяет расширить для непрофессионального пользователя возможности подготовки содержательного наполнения, а также включать в создаваемые презентации материалы, ранее подготовленные средствами Word и Excel.

Презентация или «слайд-фильм», подготовленная в Power Point, представляет собой последовательность слайдов, которые могут содержать план и основные положения выступления, все необходимые таблицы, диаграммы, схемы, рисунки, входящие в демонстрационный материал. При необходимости в презентацию можно вставить видеоэффекты и звук [2].

Prezi. Prezi является сетевым инструментом и социальным сервисом, который дает пользователям возможность графически представлять общую картину, а затем углубиться в детали составляющие презентации используя Prezi масштабируемый интерфейс. Сильные стороны:

- обеспечивает контекстуальные рамки, позволяя показать полное представление всех слайдов презентации на одном общем холсте в конкретных направлениях показа;

- предоставляет шаблоны для обучения пользователей;

- Prezi совещание позволяет проводить совместные презентации везде, где есть Интернет;

- Prezi используются технологии Adobe Flash для создания анимированных презентаций;

- в презентацию могут быть вставлены URL-адреса, видео, графика (Prezi.com, 2011).

Слабые стороны:

- Flash-система требует 1 Гб оперативной памяти;

- сервис – платный,

- сложно добавляется звук;

- труден для понимания и обучения.

Prezi Desktop позволяет создавать и сохранять масштабированные презентации на PC, Mac или Linux системах [3].

Итак, компьютерная презентация представляет собой набор слайдов (электронных страниц), последовательность показа которых может меняться в процессе демонстрации презентации. Презентация является мультимедийным документом; каждый слайд может включать в себя различные формы представления информации (текст, таблицы, диаграммы, изображения, звук, видео), а также включать анимацию появления объектов на слайде и анимацию смены слайдов.

Библиографические ссылки

1. Елизаветина Т. М. *Компьютерные презентации: от риторики до слайд-шоу.* М. : КУДИЦ-ОБРАЗ, 2003.

2. Мануйлов В. Г. *Мультимедийные компоненты презентаций Power Point XP // Информатика и образование.* 2004. № 12. 2005. № 1, 2, 5.

3. Prezi – *The Zooming Presentation Editor.* URL: <http://prezi.com/>

© Сальникова А. О., 2012

УДК 004.9:77

М. И. Свинцицкая

Научный руководитель – А. Н. Городищева

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЦВЕТОВАЯ НАСТРОЙКА СРЕДСТВ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ФОТОГРАФИИ

Рассмотрены основные принципы цветокалибровки устройств, непосредственно работающих с изображением, правильная работа которых обеспечит все условия для создания мастером настоящего произведения искусства.

Необходимым элементом каждого оцифровки произведения искусства является его грамотная визуализация. В этом процессе большую роль играет правильная настройка устройств обработки и параметров изображения при выводе на экран, либо печатный носитель.

Принцип калибровки т. е. цветовой настройки изображений был введен в 1995 г. Он определил ма-

териальную базу, которая включала в себя: во-первых, тест-объекты, во-вторых, программное обеспечение для настройки параметров визуализации. В результате чего появилась необходимость создания программного ядра, которое бы связывало эти две составляющие. Ядро было создано и получило название ColorSync. Сначала было введено в Mac OS, а несколько позже в Windows была создана подобная

система сквозной цветокоррекции под названием ICM. Благодаря появлению соответствующего программного обеспечения появилась возможность самостоятельной качественной цветовой настройки изображений, которые наиболее полно реализованы в графической обрабатывающей программе Photoshop.

На первом этапе работы с любым цифровым изображением необходимо уделить внимание настройке монитора, на котором эта работа будет производиться. Ситуация очень неоднозначная. Единственное, что стандартизирует производитель на заводе, – цвета свечения люминофора, нанесенного на трубку монитора (в случае же с ЖК-монитором все еще сложнее, поскольку они не имеют светящегося люминофора и изображение на них строится по другому принципу). Кроме того, производитель создает несколько заводских пресетов яркости, контрастности и цветовой температуры. Но пользователь всегда может подкрутить какие-либо настройки, да и люминофор со временем выгорает, поэтому мониторы цветовыми профилями либо вовсе не снабжаются, либо снабжаются, но сильно усредненными. Поэтому, чтобы добиться хороших результатов при работе с графикой, монитору необходимо настраивать.

Для профессиональной калибровки необходимы специальные устройства, измеряющие параметры монитора и создающие максимально точный цветовой профиль. Но можно самостоятельно настроить на мониторе «баланс белого», яркость и контрастность экрана. Далее можно переходить к непосредственной цветовой калибровке монитора при помощи различных утилит. Одной из таких программ является Adobe Gamma. Она поставляется с графическими пакетами производства фирмы Adobe, такими как PhotoShop или Adobe Illustrator для платформы Windows, но не с версиями для платформы Macintosh. Это связано с тем, что запуск утилиты Adobe Gamma на платформе Mac OS X невозможен. Поэтому рекомендуется использовать утилиту калибровки ColorSync, поставляемую вместе с OS X.

Если планируется обработка изображений в графическом редакторе, например в Photoshop, также рекомендуется настроить и его. Для этого необходимо зайти в меню с настройками. В диалоговом окне *Color Settings* (настройка цветов) задаются значения очень важных параметров, касающихся того, как именно Photoshop отображает цвета и выполняет их преобразование. Четкое понимание и выбор корректных параметров – ключ к успешной работе с цветом в Photoshop и обеспечению корректной цветопередачи в изображениях.

Данное диалоговое окно – одно из наиболее важных окон в программе. Заданные параметры оказывают влияние на открытие изображений, на результат вставки пикселей из одного изображения в другое, на отображение цвета на экране, а также на уведомление пользователя об изменении цветов в результате выполнения определенной операции.

Но чаще всего и базовые настройки Photoshop работают корректно при правильной настройке монитора. Тем не менее, необходимо заранее установить цве-

товой пространство в зависимости от дальнейшей «судьбы» изображения. Различие в этих настройках сводится к тому, что для редактирования и сохранения качественных изображений для печати применяется цветовое пространство «Adobe RGB», а «sRGB» – является упрощенным, гораздо более узким, чем цветовой диапазон монитора, но его используют браузеры и программы-просмотрщики изображений в сети интернет. С пространством CMYK нужно работать только в том случае, если планируется печать изображения на печатной машине в типографии. Хотя настольные струйные принтеры используют голубую, пурпурную, желтую и черную краски, они все равно считаются устройствами RGB, поскольку получают данные RGB, преобразовывают их, после чего печатают; при этом качество отпечатков достаточно высокое [1].

Самым последним этапом является настройка принтеров: задачи у них совершенно одинаковые – обеспечить на уровне операционной системы автоматическую подстройку цвета между разнообразными устройствами таким образом, чтобы воспроизводимые ими цвета были максимально похожими. Например, при печати картинки на струйном принтере правильно настроенная система должна так изменить цвета исходной картинке, посылаемой на принтер, чтобы выжать все из его возможностей по воспроизведению цветов, при этом передав их максимально близко к оригиналу. Для этого система управления цветом должна знать о возможностях цветопередачи устройства, на которое выводится изображение. Эти возможности записываются в специальные цветовые профили устройства – ICC profile. Система управления цветом состоит из «движка», являющегося своим для каждой операционной системы или платформы, и цветового профиля устройства, который может использоваться на разных платформах. Каждый профиль уникален для данного устройства или класса устройств. Так, все струйные принтеры одной модели имеют один и тот же ICM Profile, хотя для достижения наилучшей цветопередачи вообще-то необходимо создавать для каждого отдельного принтера свой профиль и обновлять его каждый раз при смене чернил или сорта бумаги – только в этом случае цветопередача будет максимально точной [2].

На качество и художественную ценность фотографии влияет не только творческая идея и мастерское исполнение. Но и правильно подобранные средства визуализации. Соединив вместе три основных пункта цветовой настройки технической составляющей, художник создает все предпосылки для возникновения настоящего произведения искусства.

Библиографические ссылки

1. Айсмани К. Маски и композиция в Photoshop. М.: Вильямс, 2007. 560 с.
2. Настройка цветопередачи // ComputerBild. 2009. № 21. URL: http://www.computerbild.ru/how_it_works/29879/

© Свинцицкая М. И., 2012

А. А. Скурихина
 Научный руководитель – А. Н. Городищева
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МАНИПУЛЯЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ КАК МЕТОД PR-АКЦИЙ

Манипуляция общественным мнением как «акт влияния на людей или управления ими, как скрытое управление или обработка» отличается от банального обмана граждан. В статье рассматриваются основные особенности манипулирования сознанием в процессе PR-акций.

Манипуляция общественным мнением (син. «манипуляция общественным сознанием») – один из способов господства и подавления воли людей путём духовного воздействия на них через программирование их поведения. Это воздействие направлено на психические структуры человека, осуществляется скрытно и ставит своей задачей изменение мнений, побуждений и целей людей в нужном некоторой группе людей направлении [2].

Как указывал в своей основополагающей работе по этой теме С. Г. Кара-Мурза, симптомами и признаками скрытой манипуляции могут быть: язык, эмоции, сенсационность и срочность, повторение, дробление, изъятие из контекста, тоталитаризм источника сообщений, тоталитаризм решения, смешение информации и мнения, прикрытие авторитетом, активизация стереотипов, некогерентность высказываний и т. д. [2].

Методов манипуляции сознанием, используемых в средствах массовой информации, довольно много, но чаще всего выделяются следующие:

1. Использование внушения.
2. Перенос частного факта в сферу общего, в систему.
3. Использование слухов, домыслов, толкований в неясной политической или социальной ситуации.
4. Метод под названием «нужны трупы».
5. Метод «страшилок».
6. Замалчивание одних фактов и выпячивание других.
7. Метод фрагментации.
8. Многократные повторы или «метод Геббельса».
9. Создание лжесобытий, мистификация.

Какой же вид воздействия на наше поведение мы определим как манипуляцию?

Само слово «манипуляция» имеет корнем латинское слово manus – рука (manipulus – пригоршня, горсть, от manus и ple – наполнять).

Первое (и, вероятно, главное) условие успешной манипуляции заключается в том, что в подавляющем большинстве случаев подавляющее большинство граждан не желает тратить ни душевных и умственных сил, ни времени на то, чтобы просто усомниться в сообщениях. Во многом это происходит потому, что пассивно охотиться в поток информации гораздо легче, чем критически перерабатывать каждый сигнал. На это никаких сил не хватит, если человек не овладел, до автоматизма, некоторым набором контролируемых «умственных инструментов», которые как бы сами собой, без усилий сознания и воли, анализируют информацию по одному признаку: есть ли в ней симптомы манипуляции его поведением [4].

Очень важны смыслы, скрытые в образах (картины, фотографии, кино, театр и т. д.). Разумеется, эффективнее всего действуют комбинации знаковых

систем, и при наличии знания и искусства можно достичь огромного синергического (кооперативного) эффекта просто за счет соединения «языков».

Какую же цель преследует тот, кто желает манипулировать нашим сознанием, когда посылает нам сообщения в виде текстов или поступков?

Его цель – дать нам такие знаки, чтобы мы, встроив эти знаки в контекст, изменили образ этого контекста в нашем восприятии. Он подсказывает нам такие связи своего текста или поступка с реальностью, навязывает такое их истолкование, чтобы наше представление о действительности было искажено в желательном для манипулятора направлении. А значит, это окажет воздействие и на наше поведение, причем мы будем уверены, что поступаем в полном соответствии с нашими собственными желаниями [3].

Какова задача человека, который, не желая быть пассивной жертвой манипуляции, предпринимает маленькое исследование в духе герменевтики – пытается дать свою интерпретацию словам и поступкам?

Его задача – воссоздать в уме, возможно полнее, реальный контекст сообщения и разными способами встроить в него услышанное или увиденное. Разумеется, совершенно полно воссоздать действительность невозможно, нужно провести отбор существенных ее сторон. Для этого герменевтика, как научный метод, как раз и дает полезные указания. Ясно, что особенно важно и трудно воссоздать специально скрывающиеся стороны действительности и их связи с сообщаемым. Например, интересы тех, кто «организует» сообщение (недаром еще древние римляне открыли важнейший принцип социальной герменевтики – «ищи, кому выгодно») [1].

Поиск скрытого смысла – психологически трудный процесс. Он требует мужества и свободы воли, ведь нужно на момент сбросить бремя авторитета, каким часто обладает отправитель сообщения.

Таким образом, спастись от манипуляции с помощью догматизма и упрямства, просто «упершись», невозможно. Можно лишь продержаться какое-то время, пока к тебе не подберут отмычку.

Библиографические ссылки

1. Доценко Е. Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы, защита. М. : Прогресс, 1996.
2. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М. : Алгоритм, 2000.
3. Конечная В. П. Социология коммуникации. М. : Флинта, 1997.
4. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М. : Мысль, 1980.

УДК 004.9:77

О. В. Соколова
Научный руководитель – А. Н. Городищева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СЕМЕЙСТВО ПРОДУКТОВ ADOBE PHOTOSHOP КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ОБРАБОТКИ ЦИФРОВЫХ ФОТОГРАФИЙ

Фотография – это то, чем становятся живопись,
композиция, пластический ритм, геометрия, разме-
щенные в считанных долях секунды...

Лири Картье-Брессон

Современный мир – это мир компьютеров и цифровых технологий. В настоящее время рынок программного обеспечения переполнен различными программами и фото-редакторами, позволяющими в удобной форме обрабатывать цифровые изображения, и представлен как зарубежными, так и отечественными разработками. Неоспоримым лидером рынка в области коммерческих средств редактирования цифровых изображений является многофункциональный графический редактор – Adobe Photoshop. В настоящей статье рассмотрены продукты семейства Adobe® Photoshop® – различные инструменты обработки цифровых фотографий и изображений, которые помогают создавать выразительные художественные образы и находить новые необычные способы демонстрации готовых работ.

Цифровая фотография зародилась в 1981 году, когда компания *Sony* выпустила на рынок камеру *Sony Mavica* с ПЗС-матрицей, записывающей снимки на диск. Этот аппарат не был цифровым в современном понимании, так как на диск записывался аналоговый сигнал, но он позволял отказаться от фотопленки. В 2000 году цифровая техника перешла в массированное наступление на фоторынок, изрядно потеснив пленочные фотоаппараты, чему способствовал рост цифровых фотолабораторий, разразившийся в Европе, США и Японии [1, с. 31]. На сегодняшний день мировой рынок цифровой фототехники уже несколько лет сохраняет высокие темпы роста.

Преимущества цифровой фотографии бесспорны. Во-первых, цифровые фотографии можно переместить на компьютер, выбрать самые удачные и распечатать на домашнем принтере, профессиональной цифровой печатной машине или отдать диск или другой носитель информации с фотографиями в фотолабораторию. Файлы изображений не боятся отпечатков пальцев и пыли, более стойки к внешним воздействиям, их можно достаточно долго использовать в работе без потери качества, а цифровые носители информации, используемые при съемке, не боятся света, достаточно прочны, легки и компактны.

Ценным дополнением к цифровому фотоаппарату является поставляемое с ним программное обеспечение и дополнительное оборудование. Программы, поставляемые вместе с камерой, позволяют быстро просмотреть фотографии, подготовить их к печати, отправить по электронной почте или разместить на домашней веб-странице. В дополнительные возможности фотокамеры может входить прямая печать фотографий на

принтере без участия компьютера или просмотр отснятых кадров на экране телевизора [2, с. 3].

Одно из основных преимуществ, которое предоставляет цифровая фотография, вернее, те компьютерные технологии, внедрение которых произошло практически мгновенно, – это, по сути, безграничные возможности в модифицировании той документальности, которая, собственно, и является отличительной чертой фотографии как искусства [3].

Компания Adobe, основанная в 1982 году на сегодняшний день насчитывает в арсенале около 40 программных продуктов, предоставляющих широкие творческие возможности в создании документов. Самый популярный продукт Adobe – Photoshop – многофункциональный графический редактор, на долю которого приходится 27% всех продаж компании. Линейка продуктов семейства Adobe® Photoshop® представлена следующими инструментами, предоставляющими широкие возможности работы с цифровой фотографией:

Photoshop CS5 Extended: Последняя версия Adobe® Photoshop® CS5 Extended поддерживает все новейшие функциональные возможности для редактирования, композитинга и рисования, соответствующие отраслевым стандартам, которые реализованы в программном обеспечении Photoshop CS5, а также дополнительные инструменты для работы с 3D-объектами и анимированной графикой.

Программа позволяет выполнять операции по обработке как небольших, так и крупных изображений благодаря межплатформенной поддержке 64-разрядных вычислений, предоставляет возможность эффективного управления кэшированием и размером памяти в зависимости от того, где будет использоваться изображение: в Интернете или на печати, реализована поддержка различных форматов изображений, можно эффективно обрабатывать видео.

Photoshop Lightroom 3 – программный продукт, предоставляющий возможность быстрого выполнения действий по импорту, обработке и демонстрации изображений, а также по управлению ими – как для одного снимка, так и для целой серии.

Программное обеспечение Adobe Photoshop Lightroom® 3 обеспечивает отличные результаты с помощью современных инструментов обратимого редактирования, включая профессиональную функцию снижения шума, позволяет помещать готовые работы в профессиональные макеты для печати, слайд-шоу с музыкальным сопровождением, а также загружать их

на популярные фотосайты. Lightroom соединяет фотографии в «коллекции», хранит информацию о ключевых словах, «превью» и метаданных не в каждом графическом файле, а в централизованной базе данных. Отличительной чертой пакета Photoshop Lightroom является дифференциация процесса работы со снимками на отдельные этапы. Для каждого из них предназначен свой функциональный модуль с соответствующим набором инструментов и палитр настроек [4].

Качественная обработка цифровых фотографий достаточно трудоемкое занятие, и успех во многом определяется не только умением и навыками работы человека, но и теми средствами, которые предоставляют графические редакторы. Постоянно возрастающие возможности применения продуктов семейства

Adobe Photoshop практически ни в чем не ограничивают различные категории пользователей.

Библиографические ссылки

1. Бажак К. *История фотографии. Возникновение изображения ; пер. с франц. А. Кавтаскина. М. : АСТ : Астрель, 2006.*
2. Солоницын Ю. *Photoshop CS2 и цифровая фотография. СПб. : Питер, 2004. С. 3.*
3. Круглов А. *Параллельные миры // Foto&Video. 2007. № 1.*
4. *Комплексное решение для работы с цифровыми фотографиями // URL: <http://www.adobe.com/ru/>*

© Соколова О. В., 2012

УДК 007

Е. В. Тетерина, В. В. Черненко
 Научный руководитель – С. Ю. Пискорская
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИНФОРМАЦИЯ И ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА

Рассматривается понятие информации и процесс информатизации общества.

Прежде чем войти в информационный мир, следует сказать несколько слов о том, что представляет собой информация. Термин «информация» широко используется в научной литературе.

Из-за многозначности понятия «информация» дать его четкое определение очень трудно, можно лишь попытаться выразить его через другие известные понятия.

Клод Элвуд Шеннон предложил в 1948 году теорию информации, как раздел математики, исследующий процессы хранения и передачи информации и ее границ, которая дала вероятностно-статистическое определение понятия количества информации [2].

В теории Шеннона под информацией понимались не любые сообщения, которыми обмениваются люди или передают их по техническим каналам связи, а лишь те, которые уменьшают неопределенность у получателя, неизбежно возникающую в том случае, когда из-за недостаточной полноты информации необходим выбор лишь одной из двух или большего числа возможностей. Согласно Шеннону информация может оцениваться как степень упорядоченности или организованности систем, как отрицательная энтропия или негэнтропия. Другими словами, информация выступает параметром, характеризующим динамику системного бытия объекта познания.

Понятие информации широко используется в кибернетике, где оно выступает как одна из центральных категорий. Кибернетика формирует принцип единства процессов управления и переработки информации в сложных, самоорганизующихся биологических и социальных системах (Н. Винер).

Информация, по Н. Винеру, – это «обозначение содержания, полученного из внешнего мира в процес-

се нашего приспособления к нему и приспособления к нему наших органов чувств». Развита в работах Винера концепция предполагает, что процесс управления в упомянутых системах является процессом переработки, некоторым центральным устройством информации, получаемой от источников первичной информации, и передачи ее в те участки системы, где она воспринимается ее элементами как приказ для выполнения того или иного действия. По совершении самого действия сенсорные рецепторы готовы к передаче информации об изменившейся ситуации для выполнения нового цикла управления. При этом главную роль играет содержание информации, передаваемой рецепторами и центральным устройством.

Опираясь на работы К. Шеннона, Н. Винера, У. Р. Эшби в теории были разработаны исходные принципы практического воплощения информации, количественные и структурно-функциональные методы вычисления объемов и сложностей различных текстов, границы возможностей технических и биологических систем по передаче информации. «Мир без ограничения разнообразия был бы полностью хаотическим... понятие «разнообразия» неотделимо от понятия «информации», и как важно сознавать, что мы имеем дело с некоторым множеством возможностей» [3]. Однако в концепциях классиков информационных теорий рассматривались лишь сигналы, несущие ту или иную присущую им информацию, независимую от контекстов – структур и функций тех сложных систем, которые их принимают и понимают.

Теория информации была принята на вооружение во всех научных сферах. С ее помощью описывали многие физические, химические, биологические процессы, но во всех этих описаниях присутствовало

только измерение количества информации, выступающее как некоторая формальная процедура. Более расширенное представление об информации было разработано в философии, где информация предстает как один из главных, определяющих сосуществование разнонаправленных тенденций и процессов, источников развития в природе и обществе, условие стабильности, и одновременно раскрывает проблему воздействия знания на само знание.

Проблема воздействия знания на само знание вводит нас в мир информации, информатизации общества и его результата – в мир информационного общества.

Информатизация – политика и процессы, направленные на построение и развитие телекоммуникационной инфраструктуры, объединяющей территориально распределенные информационные ресурсы. Процесс информатизации является следствием развития информационных технологий и трансформации технологического, продукт-ориентированного способа производства в постиндустриальный. В основе информатизации лежат кибернетические методы и средства управления, а также инструментарий информационных и коммуникационных технологий. «Под информатизацией, – пишет В. С. Толстой, – понимается развитие и широкомасштабное применение методов и средств получения, преобразования, хранения и распространения информации, обеспечивающих систематизацию и формирование новых знаний и их использование обществом в целях его дальнейшего совершенствования и развития» [1].

Одним из основных этапов информатизации науки выступает широкое использование в науке современных информационных технологий, создание информационной среды, формирование специализированной инфраструктуры, содействие развитию науки и технологий в стране. Изменяя материальную и технологическую базу общества, ключевое значение принимают различного рода управляющие и аналитические информационные системы, созданные на базе компьютерной техники и компьютерных сетей, информационной технологии, телекоммуникационной связи. Как видим, отечественными исследователями особо подчеркивается взаимосвязь между техническими и мировоззренческими новациями.

Таким образом, информация и информатизация являются важнейшими атрибутами развития науки, которые ассоциируются с развитием интеллектуализации, внедрением высоких технологий и ростом инновационной и информационной среды.

Библиографические ссылки

1. Толстой В. С. Социальные условия информатизации // Социальные проблемы информатизации общества : сб. тр. / ВНИИСИ. М., 1988. С. 11.
2. Шеннон К. Математическая теория связи // Работы по теории информации и кибернетике. М. : Инostr. лит., 1963. С. 243–332.
3. Эшби У. Р. Введение в кибернетику. М. : Инostr. лит., 1959. С. 177–199.

© Тетерина Е. В., Черненко В. В., 2012

УДК 004.891

В. В. Черненко

Научный руководитель – С. Ю. Пискорская
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЭКСПЕРТНЫЕ СИСТЕМЫ

Экспертные системы (ЭС) появились в результате развития систем с искусственным интеллектом. Решение задач с помощью логического вывода возможен только если база знаний ЭС содержит высококачественные знания о предметной области, тогда механизм логического вывода будет содержать информацию о том, как эти знания эффективно использовать.

В настоящее время проявлен большой интерес к экспертным системам во всех областях современной науки и человеческой деятельности. Экспертные системы используются для решения различных типов задач в самых разнообразных проблемных областях, таких, как нефтяная и газовая промышленность, финансы, энергетика, транспорт, фармацевтическое производство, космос, химия, образование, телекоммуникации и связь и др. С другой стороны это вся деятельность ограничена недостаточной разработанностью данных систем.

В информатике экспертные системы рассматриваются совместно с базами знаний как модели поведения экспертов в определенной области знаний с использованием процедур логического вывода и принятия решений, а базы знаний – как совокупность фак-

тов и правил логического вывода в выбранной предметной области деятельности [1].

Под экспертными системами понимаются это сложные программные комплексы, аккумулирующие знания специалистов в конкретных предметных областях и тиражирующие этот эмпирический опыт для консультаций менее квалифицированных пользователей [2].

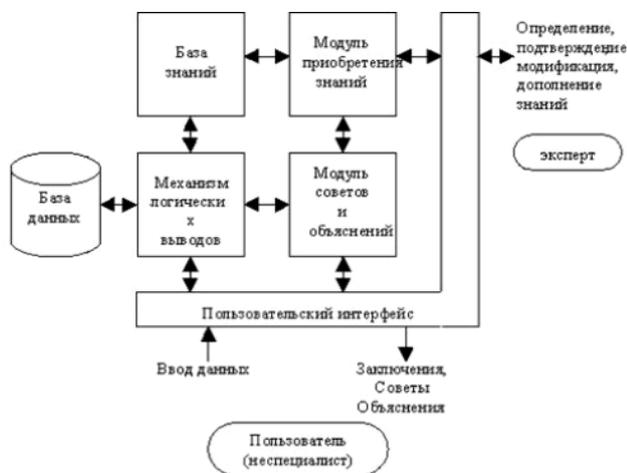
Области применения систем, основанных на знаниях, весьма разнообразны: бизнес, производство, военные приложения, медицина, социология, геология, космос, сельское хозяйство, управление, юриспруденция и др.

Системы, основанные на знаниях (СОЗ) являются системы программного обеспечения, основными структурными элементами которых являются база

знаний и механизм логических выводов. Среди СОЗ можно выделить:

- интеллектуальные информационно-поисковые системы;
- экспертные системы (ЭС).

Базовая структура экспертной системы приведена на рисунке.



Структура экспертной системы

Структурные элементы, составляющие экспертную систему, выполняют следующие функции:

- база знаний (БЗ), содержит факты и правила, по которым в зависимости от входной информации принимается то или иное решение. Знания в базе знаний представлены в конкретной форме, и организация базы знаний позволяет их легко определять, модифицировать и пополнять. База знаний реализует функции представления знаний в конкретной предметной области и управление ими;

- механизм логических выводов выполняет логические выводы на основании знаний, имеющихся в базе знаний. Механизмом логического вывода называются общие знания о процессе нахождения решения. Он выполняет две основные функции:

- 1) дополнение, изменение БЗ на основе анализа БЗ и исходной информации;
- 2) управление порядком обработки правил в БЗ.

Существует две основные стратегии логического вывода:

1. Прямая цепочка рассуждений.
2. Обратная цепочка рассуждений [3].

- пользовательский интерфейс необходим для правильной передачи ответов пользователю, иначе пользоваться системой крайне неудобно;

- модуль приобретения знаний необходим для получения знаний от эксперта, поддержки базы знаний и дополнения ее при необходимости;

- модуль ответов и объяснений формирует заключение экспертной системы и представляет различные комментарии, прилагаемые к заключению, а также объясняет мотивы заключения.

Перечисленные структурные элементы являются наиболее характерными, хотя в реальных экспертных системах их функции могут быть соответствующим образом усилены или расширены.

В общем случае, все системы, основанные на знаниях, можно подразделить на системы, решающие задачи анализа и системы, решающие задачи синтеза. Основное отличие задач анализа от задач синтеза заключается в том, что если в задачах анализа множество решений может быть перечислено и включено в систему, то в задачах синтеза множество решений потенциально не ограничено и строится из компонент или подпроблем. Задачами анализа являются интерпретация данных, диагностика, поддержка принятия решения; к задачам синтеза относится проектирование, планирование, управление. Комбинированные задачи направлены на обучение, мониторинг, прогнозирование [4].

В заключение стоит отметить, что на сегодняшний день создано уже большое количество экспертных систем, которые имеют одно большое отличие от других систем искусственного интеллекта: они не предназначены для решения каких-либо универсальных задач. Они предназначены для качественного решения задач в определенной разработчиками области, в редких случаях – областях. И несмотря на все ограничения и недостатки, экспертные системы уже доказали всю свою ценность и значимость во многих важных приложениях.

Библиографические ссылки

1. *Экспертные системы [Электронный ресурс] // Википедия. Свободная библиотека. URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/экспертные системы](http://ru.wikipedia.org/wiki/экспертные_системы). 12.03.2012.*
2. *Экспертные системы [Электронный ресурс]. URL: <http://itteach.ru/predstavlenie-znaniy/ekspertnie-sistemi>. 12.03.2012.*
3. *Коробова И. Л. Методы представления знаний : метод. указ. / сост. И. Л. Коробова. Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2003. 24 с.*
4. *Портал искусственного интеллекта [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aiportal.ru/articles/expert-systems/examples-expsys.html>. 12.03.2012.*

Секция
«ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ
В АЭРОКОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ»

УДК 629.7

Э. В. Алиев
Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова
Сибирский федеральный университет, Красноярск

**ЧАСТНЫЕ КОСМИЧЕСКИЕ АППАРАТЫ И ПЛАТФОРМЫ В МЕЖДУНАРОДНОМ
КОСМИЧЕСКОМ ПРАВЕ**

Анализируются вопросы международного контроля качества частных космических аппаратов, а также некоторые недостатки международных соглашений об ответственности за ущерб, связанные с деятельностью частных космических аппаратов и платформ.

Роли покорителей космоса всегда отводилась государствам. Еще несколько лет назад невозможно было представить, что частные компании способны вклиниться в космическую гонку. Однако с развитием частных систем спутниковой связи, космического туризма и даже частных космических грузоперевозок становится очевидным, что доля частных космических аппаратов будет только расти. Частные космические аппараты – новое понятие для международного космического права. Соответственно, необходимо адаптировать существующие нормы, чтобы не возникало ситуаций, где и применение этих норм будет затруднительным или невозможным.

Первым в мире частным космическим аппаратом был искусственный спутник Земли, выставленный на аукционе американской компанией SpaceDev 10 ноября 2003 года. В настоящее время самыми популярными частными космическими аппаратами по-прежнему являются искусственные спутники. Они необходимы для всех современных способов спутниковой коммуникации: телевидение, интернет, связь, то есть тех отраслей, которые в последнее время развиваются наиболее динамично. С появлением спроса на продукт, появился целый ряд компаний, предлагающих спутники связи на мировые рынки. Самой крупной компанией является французская компания Astrium с долей рынка в 25 % [1].

В связи с невероятно быстрым развитием технологий и одновременно недостаточным государственным финансированием космических программ, космическое пространство становится все более и более привлекательным для частных инвесторов. В ноябре 2011 года первый частный космический шаттл “Dragon” компании SpaceX вышел на орбиту и успешно вернулся на Землю. Уже заключены контракты по поставке оборудования и грузом на Международную Космическую Станцию в 2012 году [2].

Еще одно перспективное направление для частных компаний – это космический туризм. В сентябре 2011 года начал работать первый в мире частный завод космических кораблей на базе американской компании Spaceship Company, который ориентирован именно на туризм. В коммерческой версии корабля поместятся шесть пассажиров и два пилота [3].

Несмотря на бурное развитие отрасли, остается несколько нерешенных правовых проблем. Одним из самых важных пробелов является отсутствие международного договора или соглашения по регулированию и контролю качества космических аппаратов, что особенно важно из-за большого количества международных сделок. В России существуют стандарты (ГОСТ Р 52745-2007), регламентирующие порядок подготовки и проведения космических экспериментов, сбора, обработки, хранения и использования материалов космических экспериментов научного, социально-экономического и коммерческого назначения, проводимых на пилотируемых и автоматических космических аппаратах, входящих в состав пилотируемого космического комплекса, создание которых полностью или частично финансируется из средств федерального бюджета. Порядок подготовки и проведения коммерческих и зарубежных экспериментов определяют условия контрактов. Какие-либо международные соглашения по данному вопросу отсутствуют. Таким образом, частные компании разных государств, заключая сделку, могут самостоятельно устанавливать стандарты качества для космических аппаратов, что может негативно сказываться на безопасности деятельности таких космических аппаратов [4].

Очевидным решением данной проблемы может быть разработка международных стандартов, регламентирующим основные требования к сборке, материалам и системам безопасности. На практике для создания норм можно использовать успешный опыт деятельности Совета Управления Международного Консультативного Комитета по космическим системам передачи данных (CCSDS) и Технического подкомитета системы передачи космических данных и информации (ИСОТК20/ПК13), которые, консолидируя международный опыт, разработали и много раз усовершенствовали международные стандарты по космическим системам передачи данных [5].

Следующая правовая проблемы плавно втекает из предыдущей – это проблемы ответственности в международном космическом праве. Договор о космосе 1967 года содержит, которые устанавливают обязанности государств нести ответственность за национальную космическую деятельность, а также опреде-

ляет вопросы возмещения ущерба. Данные принципы были детализированы Конвенцией о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами от 1972 года.

Главным недостатком Конвенции в контексте данной темы является независимость применения нормы от факта участия государства в запуске. Согласно Конвенции, государства несут ответственность за космическую деятельность как собственную, так и за космическую деятельность граждан и юридических лиц, находящихся под его юрисдикцией. Очевидно, что применение нормы вызовет затруднение на практике из-за деятельности транснациональных компаний, организующих частные запуски, например, компания Sea Launch (Россия, США, Норвегия). Очевидно, что необходимо разграничить ответственность за ущерб государственных и частных компаний, особенно транснациональных [6].

Адекватным решением может быть принятие поправок к Конвенции, которые бы регламентировали ответственность за ущерб, нанесенный космическими аппаратами, запущенными с частных платформ. Еще одной очевидной поправкой должно быть снятие ответственности с государства при запуске с государственной платформы частного космического аппарата,

если запуск был произведен корректно, а ущерб был нанесен в результате технической неисправности самого космического аппарата.

Библиографические ссылки

1. ГИС Ассоциация [Электронный ресурс]: Геоинформационный портал. URL: <http://www.gisa.ru/12148.html>.
2. TERRARUM [Электронный ресурс]: Информационный портал. URL: <http://terrarum.info/news/209>.
3. КОМПЬЮЛЕНТА [Электронный ресурс]: Информационный портал. URL: <http://science.compulenta.ru/635388/>
4. NormaCS [Электронный ресурс]: Каталог документов. URL: <http://www.normacs.ru:8889/Doclist/doc/16EJ.html>.
5. РОСКОСМОС [Электронный ресурс]: Официальный сайт ФКА. URL: <http://www.federalspace.ru/main.php?id=2&nid=18266>.
6. Конвенция о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zonazakona.ru/law/abro/401/s/legal/file/warsaw.pdf>.

© Алиев Э. В., 2012

УДК 34.096

Т. Б. Андрусова, Л. Н. Сидорова
 Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО СТАТУСА КОМПЛЕКСА «БАЙКОНУР»

Рассмотрено определение комплекса «Байконур» и его составляющих, проанализированы источники правового регулирования взаимодействия Российской Федерации и Республики Казахстан, выявлены существующие проблемы жизнеобеспечения комплекса.

Для понимания особенностей правового статуса комплекса «Байконур» большое значение имеют связанные с ним основные понятия:

- комплекс «Байконур» – испытательные, технологические, научные, производственно-технические, социальные и обеспечивающие объекты космодрома «Байконур» и города с их движимым и недвижимым имуществом;
- космодром «Байконур» – территория с размещенными на ней технологическими, техническими, обеспечивающими и административно-служебными объектами, входящими в комплекс «Байконур» и предназначенными для выполнения космических программ;
- город Байконур – административно-территориальная единица Республики Казахстан, функционирующая в условиях аренды с размещенными на его территории объектами космодрома Байконур, а также другими объектами, создающими необходимые коммунально-бытовые и социально-культурные условия для персонала космодрома Байконур, членов их семей и других жителей города [1].

После распада СССР комплекс перешел в собст-

венность Казахстана. Для решения политических и экономических проблем был заключен договор аренды космодрома Российской Федерацией у Республики Казахстан. Особый правовой статус комплекса «Байконур» является уникальным примером совместного использования ресурсов космодрома несколькими странами. Байконур – город республиканского значения Республики Казахстан (РК), но до 2050 года наделен статусом города федерального значения РФ, при этом не имеет статуса субъекта РФ [2]. Органы исполнительной власти города не представлены в Совете Федерации РФ. На данный момент город управляется российской администрацией под руководством главы администрации, назначенным совместным решением президентов России и Казахстана.

Признание «Байконура» собственностью Казахстана породило массу проблем юридического характера на межгосударственном уровне, связанных с отсутствием статуса и правовой базы космодрома и города Байконур. Заново создавалась юридическая база функционирования комплекса в правовом поле двух государств, определялись социальная платформа и система обеспечения конституционных прав граждан

России, Казахстана и других стран СНГ. В настоящее время правовой статус закреплён следующими межправительственными соглашениями: «Договор аренды комплекса «Байконур» между правительством республики Казахстан и правительством Российской Федерации» от 10.12.1994 г. и «Соглашение между Российской Федерацией и Республикой Казахстан о статусе города Байконур, порядке формирования и статусе его органов исполнительной власти» от 23.12.1995 г. Нормы международного договора аренды и соглашения по комплексу «Байконур» имеют приоритет перед национальными законодательствами обеих государств, и требуют обязательной реализации исполнительными органами государств-участников.

Перечисленные нормативно-правовые акты имеют ряд нестыковок и отчасти не соответствуют современным реалиям, это наблюдается в сфере строительства. Администрация города выступает заказчиком на строительство, реконструкцию и капитальный ремонт объектов инфраструктуры, находящихся в ее ведении. Договором аренды комплекса предусмотрено, что строящиеся или реконструируемые здания при согласовании с правительством Казахстана становятся собственностью России и подлежат последующей компенсации при определенных условиях. Понесенные арендатором расходы должны учитываться при расчетах за аренду комплекса «Байконур». Однако все юридические тонкости и согласования по этим вопросам не доведены до конца (наблюдается недоработка п. 6.3 и п. 6.4. Договора). И это один из важнейших пунктов совершенствования нормативно-правовой базы комплекса «Байконур».

Особого внимания заслуживает деятельность правоохранительных органов комплекса, и в особенности УМВД России на комплексе «Байконур». Правоохранительная система комплекса представлена как российскими, так и казахстанскими структурами. В Байконуре имеется казахстанский суд, гарнизонный военный суд РФ, российская и казахстанская прокуратуры, следственный комитет РФ, ОФСБ, а также представительство МВД РК [3]. Тем не менее, правоохранительными органами РК по законодательству РК. Из-за несоответствия законодательства РК международным договорам и соглашениям в отношении граждан РК при совершении административных правонарушений на территории комплекса «Байконур» российские правоохранительные органы возбуждают административное дело и привлекают правонарушителя к административной ответственности в соответствии с законодательством РФ.

В связи с вышеизложенным полагаем необходимым внести конкретные изменения в Соглашение, предусматривающие административную ответственность граждан РК, совершивших административные правонарушения на территории комплекса «Байконур», по Кодексу об административных правонарушениях РК.

Медицинским обслуживанием комплекса занимается российская сторона. Все больницы города входят в Фонд обязательного медицинского страхования граждан (ФОМС), это означает, что любой обладатель медицинского полиса ФОМС имеет право обратиться в любое из этих медицинских учреждений города за медицинской помощью. Однако ситуация сложилась иначе: руководитель здравоохранения города объявил, что основной задачей ведомства является обслуживание сотрудников предприятий Роскосмоса, и определил две лучшие больницы только под эти цели, вытеснив людей, не занятых на этих предприятиях. Это привело к тому, что население, обслуживающее нужды комплекса, не может получить медицинскую помощь по своему выбору в лучшем учреждении, и вынуждено обращаться в оставшуюся единственную городскую больницу.

Космодром имеет большое международное значение, он не утратил свою важность и актуальность для России как космической державы. В настоящее время с него осуществляется более 70 % всех запусков российских космических аппаратов [4]. Реализация и совершенствование правовых норм способствуют продолжению эффективного использования «Байконура» в космических проектах и улучшению правового взаимодействия между Россией и Казахстаном.

Библиографические ссылки

1. Договор аренды комплекса «Байконур» между правительством республики Казахстан и правительством Российской Федерации от 10.12.1994 [Электронный ресурс] // Правовая консультационная служба «Закон прост». 10.03.12. URL: <http://www.zakonprost.ru/content/base/11534>.
2. О статусе города Байконур, порядке формирования и статусе его органов исполнительной власти : Соглашение между Правительством РФ и Правительством Республики Казахстан от 23.12.95 [Электронный ресурс] // Правовая система «Референт», 13.03.12. URL: <http://www.referent.ru/1/67026>.
3. Талгат М. Жусуп. Аналитическая записка [Электронный ресурс] // Неофициальный сайт города Байконура, 12.03.12. URL: <http://kosmodrom-baikonur.narod.ru/main.htm>.
4. Ходаковский, И. Космодром Байконур – земные проблемы [Электронный ресурс] // Эпистемический ресурс «Оптимальные коммуникации». 10.03.12. URL: <http://jarki.ru/wpress/2011/12/07/2908/>

© Андрусова Т. Б., Сидорова Л. Н., 2012

УДК 33.95

К. Е. Архипкин
Научный руководитель – В. В. Сафронов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОВМЕСТНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В АЭРОКОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Кооперация в аэрокосмической отрасли является одним из наиболее эффективных способов достижения поставленных задач, позволяя материнским компаниям в полной мере концентрировать свои усилия на наилучших направлениях, а также позволяя компаниям существенно сокращать расходы на финансирование НИОКР, а в случае неудач разделять убытки, минимизируя ущерб для каждой отдельной компании. В настоящий момент образуется и уже существует великое множество предприятий с такой формой организации, которые ведут свою деятельность по самым различным направлениям.

В условиях постоянной конкуренции, которая выдвигает требования в непрерывном развитии и увеличения стоимости проведения НИОКР для его осуществления, перед организациями встает множество вопросов как сугубо технического, так и финансового характера (нахождение финансирования, увеличение отдачи с затрачиваемых средств, минимизация рисков). Для множества наукоемких отраслей, в том числе и аэрокосмической отрасли, эти проблемы остаются весьма актуальными.

Стремлением к решению данной проблемы проявляются в объединительных процессах, кооперировании усилий между организациями, когда единый технологический процесс на различных этапах выполняется обособленными друг от друга организациями, что позволяет оптимизировать совокупные затраты.

Следующим этапом подобных процессов стало появление и активное развитие совместных предприятий. Существует три основных элемента, которые отличают совместные предприятия от других форм сотрудничества:

- совместное имущество;
- совместное управление;
- совместное распределение дохода и рисков [1].

Являясь более сложной формой кооперации, оно позволяет решить указанные выше проблемы: договорившись о распределении организационных и управленческих обязанностей, компании-создатели вносят собственные финансовые и производственные средства (оборудование, квалифицированные специалисты), в результате получая возможность проведения более амбициозных, сложных в своем исполнении исследований и производственных работ.

При этом компании не только получают менее затратный способ финансирования проектов, ускоряют темпы инновационного цикла, но также значительно повышают шансы на результативный итог, ведь становится возможным разделение работ по областям, в которых отдельные компании более компетентны. В случае же неудач, компании разделяют свои убытки, снижая, таким образом, персональные финансовые потери.

Законодательной основой для организаций с прямыми иностранными инвестициями (а именно к таким относятся совместные предприятия) была заложена в ФЗ № 160 «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации», которая регламентировала основ-

ные гарантии и права, предоставляемые подобным организациям, порядок их регистрации и ликвидации, а также предусматривающем льготы по уплате таможенных платежей в случае осуществления ими «приоритетного инвестиционного проекта», который устанавливается исходя из совокупных объемов, а также размера доли иностранного капитала [2].

Применительно к аэрокосмической отрасли, удачность данной модели организации возможно оценить по постоянно увеличивающемуся количеству совместных предприятий, которые продолжают организовываться по самым различным направлениям в данной сфере.

Примером использования аэрокосмических СП может послужить работа над проектом гиперзвуковых ракет серии «BrahMos», производимых компанией BrahMos Aerospace, 50,5 % акциями которой владеет Организация оборонных исследований и разработок Министерства обороны Индии и 49,5 % акций принадлежащих НПО Машиностроения. До момента оглашения информации о разработке следующего поколения ракетных систем, данное предприятие поставило на вооружение Индийских ВС около 200 ракет первого поколения общей стоимостью 4 млрд USD [3].

На примере Ural Boeing Manufacturing, мы видим иную цель создания СП. Если в предыдущих случаях речь шла о выполнении совместных научно-исследовательских работ, то здесь имеет место пример использования производственных и материально-ресурсных мощностей на основе уже ранее отработанной компанией Boeing технологии штамповки титановых изделий для стоек шасси гражданского самолета Boeing 787 Dreamliner, которые впоследствии подвергаются последующей доводке на территории США [4].

Активное применение концепция совместных предприятий находит не только в пределах России. В одном из наиболее интенсивно развивающихся регионов – Китае, также осуществляется активное инвестирование, чья авиакосмическая отрасль переживает значительный рост.

Крупнейший производитель реактивных самолетов бизнес-класса «Cessna» 24 марта 2012 г. заключила соглашение с Корпорацией Авиационной Промышленности Китая о формировании предприятия, которое на начальном этапе будет создавать модели самолетов для внутреннего китайского рынка. В дальней-

шем планируется совместное проектирование полностью новых моделей, рынок сбыта которых уже не был ориентирован исключительно внутрь страны [5].

Помимо того, между канадской компанией Bombardier и Корпорацией коммерческой авиации Китая был подписан контракт на создание объединенного предприятия на базе которого будут производиться запчасти для самолетов одноименной компании, а также опытно-конструкторские работы по нескольким проектам [6].

Примером данного типа предприятий в нашем регионе может послужить Железногорское предприятие «Информационные спутниковые системы имени академика М. Ф. Решетнёва», которое совместно со своими давним партнером – европейским лидером в области спутниковых систем «Thales Alenia Space», ведут подготовку к созданию совместного предприятия. Специализацией будущего предприятия станет сборка и интеграция оборудования космических аппаратов связи для российских и зарубежных заказчи-

ков, а также разработка новой платформы и оборудования спутников [7].

Библиографические ссылки

1. Ильченко А. Н., Вэй Хэ Проблемы совместного предприятия в России: внешние и внутренние факторы // Успехи современного естествознания. 2005. № 10. С. 270–271.
2. Об иностранных инвестициях в Российской Федерации : федер. Закон № 160-ФЗ от 09.07.1999.
3. URL: <http://army.lv/ru/bramos/901/26198>.
4. URL: <http://www.ruaviation.com/news/2011/10/12/580/>
5. URL: <http://www.lenta.ru/news/2012/03/23/cessna/>
6. URL: <http://www.theglobeandmail.com/globe-investor/bombardier-strikes-co-operation-pact-with-chinas-comac/article2376319/>
7. URL: <http://krskplus.ru/economy/news/412433>.

© Архипкин К. Е., 2012

УДК 347.8

Д. З. Асланова

Научный руководитель – В. В. Сафронов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРАВОВОЙ СТАТУС МЕЖДУНАРОДНОЙ КОСМИЧЕСКОЙ СТАНЦИИ

Рассматриваются особенности правового статуса Международной космической станции гражданского назначения (далее – МКС). Использование МКС призвано увеличить эффективность научного, технического и коммерческого использования космического пространства на современном этапе развития.

29 января 1998 г. в Вашингтоне было подписано соглашение о сотрудничестве на международной космической станции гражданского назначения между Россией, США, Японией, Канадой и государствами-членами Европейского космического агентства. Данное Соглашение было ратифицировано в РФ Федеральным законом № 164-ФЗ от 29 декабря 2000 г. и вступило в силу для Российской Федерации 27 марта 2001 г. [1].

Целью создания Международной космической станции гражданского назначения является проведение государствами-участниками Соглашения научных исследований в космическом пространстве. Принципы функционирования космической станции предусматривают ее возможное эволюционное развитие [2].

На данный момент Международная космическая станция – беспрецедентный международный проект по количеству участников и масштабам космической деятельности. Это послужило причиной необходимости возникновения инструментария международно-правового регулирования деятельности и эксплуатации станции на околоземной орбите.

Система правовых норм, регулирующих деятельность по созданию и обслуживанию станции, как в космосе, так и на Земле состоит из трех уровней правовых актов, регулирующих взаимные отношения участников. Первым уровнем является Межправительственное соглашение относительно сотрудниче-

ства по международной космической станции гражданского назначения от 29 января 1988 г. В Соглашении закреплены основные принципы сотрудничества, взаимные права и обязанности партнеров. Второй уровень характерен рядом двусторонних меморандумов, заключаемых между космическими агентствами государств-участников Соглашения. Положения меморандумов регулируют технические вопросы непосредственного взаимодействия и координации при разработке компонентов МКС. Третий уровень является «Кодекс поведения космонавтов», который должен регламентировать права и обязанности членов международного экипажа МКС.

Международная космическая станция создается, эксплуатируется и используется в соответствии с международным правом, включая Договор по космосу 1967 г., Соглашение о спасании 1968 г., Конвенцию об ответственности 1972 г. и Конвенцию о регистрации 1975 г. Из этого можно сделать вывод, что ни одно из положений Соглашения не должно противоречить основным соглашениям международного космического права.

Каждый партнер имеет фиксированную долю участия в использовании определенных пользовательских элементов, ее размер предусматривается в меморандумах и договоренностях об исполнении соглашений. Также партнеры сами несут все финансовые расходы, связанные с их участием в деятельности МКС.

Соглашение о МКС предусматривает, что каждое из государств сохраняет юрисдикцию и контроль над теми элементами станции, которые оно регистрирует. Это значит, что с точки зрения права МКС не является единым пространством, а рассматривается как совокупность состыкованных космических объектов со своей юрисдикцией на каждом из них, подобно тому, как если в открытом море пришвартованы друг к другу военные корабли разных держав. Вместе с тем каждое государство сохраняет в ходе полета юрисдикцию, в том числе уголовную, над своими гражданами, даже если они находятся на территории «чужого» модуля или в открытом космосе.

Таким образом, правовой статус Международной космической станции – это совокупность международных договоров и соглашений, которые регулируют право собственности элементов МКС, права и обязанности экипажа, а также юрисдикцию государств — партнеров по МКС в ходе полета.

Права на использование станций возникают на основании предоставления партнером пользовательских элементов и элементов инфраструктуры. Партнеры имеют право на обмен или продажу любой части соответствующей выделенной им доли пользовательских элементов и ресурсов. Также партнерам Соглашения предоставляется право направлять на квалифицированный персонал для работы в составе экипажа космической станции.

Государства – участники Соглашения могут осуществлять уголовную юрисдикцию в отношении членов персонала внутри или на любом орбитальном элементе, которые являются их гражданами. При разрешении вопросов об ответственности при осуществлении своей деятельности на МКС партнеры могут применять как общие, так и специальные нормы меж-

дународного космического права в зависимости от характера ситуации. [3]

Элементы космической станции и ее персонал, находящийся внутри или снаружи, находятся под юрисдикцией и контролем того государства – участника Соглашения, который регистрировал данные элементы и гражданами которого являются данные лица. Право собственности также, каждый партнер осуществляет лишь на элемент, который он предоставляет.[4]

Библиографические ссылки

1. *О ратификации Соглашения между Правительством Канады, Правительствами государств – членов Европейского космического агентства, Правительством Японии, Правительством Российской Федерации и Правительством Соединенных Штатов Америки относительно сотрудничества по международной космической станции гражданского назначения* : федер. закон от 29 декабря 2000 г. № 164-ФЗ.

2. *Международная космическая станция (МКС) // Российское информационное агентство «Вести»*. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=303767>.

3. *Соглашение между Правительством Канады, Правительствами государств-членов Европейского космического агентства, Правительством Японии, Правительством Российской Федерации и Правительством Соединенных Штатов Америки относительно сотрудничества по международной космической станции гражданского назначения (Вашингтон, 29 января 1998 года)*.

4. *Конвенция о регистрации объектов, запускаемых в космическое пространство (Нью-Йорк, 14 января 1975 г.)*.

© Асланова Д. З., 2012

УДК 343.3

А. В. Вацет

Научный руководитель – В. В. Сафронов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АНТИКОРРУПЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Затронуты вопросы, касающиеся коррупции, её влияние на государство и общество в целом, а так же влияние коррупции на сферу космических отношений. Кроме того, будут рассмотрены вопросы о способах и средствах противодействия коррупции.

Институты гражданского общества, международные организации и эксперты на протяжении многих лет оценивают степень поражения коррупцией всех сфер общественных отношений и уровней власти в России как высокую.

В настоящее время в общественной жизни России проблема борьбы с коррупцией становится центральной, так как коррупция, в сочетании с непрофессионализмом чиновников, является причиной, как политических, так и социально-экономических кризисов. Более того, беспрецедентное разрастание масштабов

коррупции в Российской Федерации становится одной из наиболее опасных внутренних угроз национальной безопасности.

Как отметил председатель Правительства Российской Федерации В.В. Путин в ходе проводившегося заседания Президиума Правительства Российской Федерации: одним из вопросов напрямую связанных с обороной и с научно-техническим развитием России является один из самых масштабных проектов современной России, а именно создание нового космодрома «Восточный» [1]. Между тем ещё на стадии подго-

товки к строительству, по словам министра по строительству космодрома «Восточный» правительства Амурской области Константина Чмарова, существенным тормозящим строительство фактором является подготовка базы для разрешения бюрократических вопросов. Между тем министром не было уточнено, про какую именно «базу» идёт речь, про нормативно-правовую или всё же про финансовую.

Анализируя справочно-аналитический доклад Главной военной прокуратуры и Министерства обороны об объемах коррупции в Вооруженных Силах в 2010–2011 гг., можно выделить, что космические войска входят в тройку лидеров среди войск оборонного ведомства, в которых происходит самый большой коррупционный оборот.

Следует отметить, что далеко не новой сферой коррупционной деятельности является область бюджетного законодательства, использование государственного имущества, а также законодательства о размещении заказов на поставки товаров и оказание услуг для государственных нужд.

В свете всего вышесказанного не вызывают удивления те факты что в 2010–2011 годах говорилось, что на строительство космодрома «Восточный» в Амурской области в период с 2011 по 2015 годы выделят более 80 миллиардов рублей, об этом сообщал сам премьер-министр РФ Владимир Путин. Между тем в начале 2012 г. было объявлено, что данной суммы уже не достаточно даже на создание обеспечивающей инфраструктуры, то есть строительство дорог, домов, больниц, коммуникаций и т. д., а на строительство космодрома в целом необходимо от 300 до 400 млрд рублей. Так же в 2012 г. Было заявлено, что данный проект, скорее всего станет очередным долгостроящим из-за недофинансирования о чём заявил глава Роскосмоса Анатолий Перминов при личной встрече с Владимиром Путиным, также он отметил, что первая очередь космодрома будет готова к вводу в эксплуатацию только после 2020 г. До сих пор первый старт ракеты с «Восточного» планировался на 2015 г. [2].

С коррупцией, в том числе и в аэрокосмической отрасли, пытаются бороться всеми возможными методами: полиграфом, принятием огромного пакета изменений и дополнений существующих нормативных документов, созданием научно-исследовательских институтов, изучающих противодействие коррупции в этой сфере, и т. п., но эффект минимальный. Здесь стоит более тщательно подойти к анализу нормативной базы и ужесточить контроль, а также наказания за подобные преступления [3].

Не вызывает сомнения, что для увеличения эффективности борьбы с коррупцией, в том числе и в аэро-

космической отрасли, необходимо принимать во внимание постоянно меняющийся характер коррупции, распространение её влияния на новые сферы общественной жизни, многообразие форм её проявления, появление новых моделей взаимодействия субъектов коррупционной деятельности и другие факторы. Существенно затрудняет выработку актуальных и действенных правовых мер противодействия коррупции факт отсутствия единого правового определения коррупции, что в свою очередь не позволяет установить четкие пределы правового регулирования, в результате чего усилия по противодействию коррупции в большей степени носят точечный, а не системный характер.

На наш взгляд, для того, чтобы хоть как-то изменить сложившуюся в стране коррупционную ситуацию необходимо лишить коррупционера возможности легально владеть и пользоваться преступно нажитым имуществом. Для этого в первую очередь необходимо решить вопрос о ратификации ст. 20 Конвенции ООН против коррупции. Данной статьёй предусматривается конфискация имущества чиновников в случае, если они не могут доказать соответствие их официальных доходов реально имеющимся имуществу и расходам.

Коррупция практически всегда является следствием неэффективного и неразумного управления.

Для борьбы с коррупцией нет одного универсального способа или метода, для минимизации этого явления надо использовать комплексный подход и системные меры. Ужесточение ответственности за взяточничество необходимо сочетать с одновременным повышением культуры общества в целом, нацеливать членов общества на отказ от дачи взяток. Только такого рода действия могут привести к снижению уровня коррупции.

Библиографические ссылки

1. Космодром «Восточный» // Интернет ресурс. URL: <http://www.nic-rkp.ru/default> (дата обращения: 25.03.2012).
2. Космодром «Восточный» может превратиться в долгострой из-за недофинансирования, предупредил Анатолий Перминов // Интернет ресурс. URL: <http://marker.ru/news/4208> (дата обращения: 25.03.2012).
3. Рогов А. С. Коррупция в области осуществления государственных закупок Министерством обороны РФ как угроза экономической безопасности России // Юрист. 2011. № 5. СПС «Консультант Плюс».

© Вацет А. В., 2012

УДК 347.8

С. М. Гайнанова, Д. М. Пискорский
Научный руководитель – В. В. Сафронов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

К ВОПРОСУ О ЮРИСДИКЦИИ И КОНТРОЛЕ НАД КОСМИЧЕСКИМИ ОБЪЕКТАМИ

Рассматриваются понятия юрисдикции и контроля в международном космическом праве и Законе РФ о космической деятельности.

Под понятием «юрисдикция и контроль» в международном космическом праве в широком смысле понимается право государства на осуществление законодательной, исполнительной и судебной власти в отношении лиц и объектов, находящихся в космическом пространстве и на небесных телах [1]. Понятие «контроль», употребляемое в Договоре по космосу 1967 г. вместе с понятием «юрисдикция» понимается в международном космическом праве в двух вариантах. В первом варианте – как один из элементов юрисдикции, ее составная часть; во втором варианте – как технический термин, означающий право на управление космическим объектом и руководство его экипажем. Правовые основы реализации юрисдикции и контроля над космическими объектами заложены в ст. VIII Договора по космосу 1967 г.

В данной статье говорится, что «государство-участник Договора, в регистр которого занесен объект, запущенный в космическое пространство, сохраняет юрисдикцию и контроль над таким объектом и над любым экипажем этого объекта во время нахождения их в космическом пространстве, в том числе и на небесном теле» [2]. Далее в этой же статье определяется, что права собственности на космические объекты, запущенные в космическое пространство, включая объекты, доставленные или сооруженные на небесном теле, и на их составные части остаются незатронутыми во время их нахождения в космическом пространстве или на небесном теле, или по возвращению на Землю. Такие космические объекты или их составные части, обнаруженные за пределами государства-участника Договора, в регистр которого они внесены, должны быть возвращены этому государст-

ву. При этом такое государство должно по требованию предоставить опознавательные данные до возвращения космических объектов [3].

При разработке и принятии отечественного Закона о космической деятельности были учтены основные положения международного права в части, касающейся как юрисдикции и контроля, так и вопросов собственности на объекты, запущенные в космическое пространство. Данный закон сохраняет права собственности на космические объекты на любом этапе полета или пребывания в космосе, а также после пребывания на Землю, если иное не предусмотрено международными договорами РФ.

Таким образом, в настоящее время существует серьезная правовая база, регулирующая международные отношения в области космической деятельности в части юрисдикции и контроля над космическими объектами.

Библиографические ссылки

1. *Словарь международного космического права / Л. А. Афанасьева, В. С. Верецетин, С. В. Виноградов, Г. М. Даниленко, и др. ; под ред. В. С. Верецетина. М. : Междунар. отношения, 1992. 296 с. С. 245.*
2. *Сборник действующих договоров, соглашений и конвенций, заключенных СССР с иностранными государствами. Вып. 25. М., 1972. С. 41–45.*
3. *О космической деятельности : Закон РФ от 20 августа 1993 г. № 5663-1 (с изменениями от 29 ноября 1996 г.). URL: <http://femida.info/14/24005.htm>.*

© Гайнанова С. М., Пискорский Д. М., 2012

УДК 347.9

С. М. Гайнанова
Научный руководитель – В. В. Сафронов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

К ВОПРОСУ О РОЛИ МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕЖПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В КОСМИЧЕСКИХ ПРАВООТНОШЕНИЯХ

Рассматриваются роль международных межправительственных организаций в космических правоотношениях.

Основой правосубъективности международной межправительственной организации является соответствующий учредительный документ, который наделяет ее правом участвовать в международных от-

ношениях и принимать решения от имени организации в целом, а не от имени государств-членов, а также заключать международные договоры с государствами и другими межправительственными организациями.

Правосубъектность международных межправительственных организаций носит, в отличие от государств, функциональный характер, поскольку она ограничена целями и задачами, определенными учредительным документом [1]. Среди основных международных межправительственных организаций, которые принимают участие в исследовании и использовании космического пространства, выделим следующие.

Международная организация спутниковой связи ИНТЕЛСТАТ. В 1962 г. конгресс США принял Закон о спутниковой связи, который содержал положение о том, что одним из направлений политики США является создание в сотрудничестве с другими государствами коммерческой системы спутниковой связи, которая отвечала бы потребностям государств в области коммуникаций.

Интерспутник – международная межправительственная организация, основой деятельности которой является эксплуатация глобальной системы спутниковой связи [2]. Пользователями данной системы выступают более 100 государственных и частных компаний мира, в том числе, России, США, Великобритании и др.

Европейское космическое агентство (ЕКА) – региональная международная космическая организация. Конвенция об учреждении Европейского космического агентства вступила в силу 30 октября 1980 г. [3]. Согласно ст. II Конвенции о ЕКА, деятельность дан-

ной организации направлена на развитие мирного сотрудничества европейских стран в области космических исследований, создания технологий и практического их применения в научных целях и оперативных прикладных космических системах.

Таким образом, в настоящее время существует серьезная правовая база, регулирующая роль международных межправительственных организаций в космических правоотношениях, основной проблемой которой выступает ведущая роль в них РФ.

Библиографические ссылки

1. Малков С. П. *Международное космическое право. СПб. : СПбГУАП, 2002. С. 68.*
2. *Соглашение о создании международной системы и организации космической связи «Интерспутник» // Московский журнал международного права. 1997. № 4. С. 194–203.*
3. *Конвенция о создании Европейского космического агентства (подписана 30.05.1975 г. в г. Париж, вступила в силу 30.10.1980 г.) // Космическое законодательство стран мира. Т. 2. Межгосударственная кооперация в сфере космической деятельности (СНГ, ЕС, СЕ, ЕКА). – М.: Норма, 2002. С. 147–154.*

© Гайнанова С. М., 2012

УДК 34.412.1

К. А. Гончарова

Научный руководитель – В. В. Сафронов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОСМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА В МИРНЫХ ЦЕЛЯХ

Заинтересованность всех государств в исследовании и практическом использовании космоса, а также потенциальное влияние космической деятельности на все государства поставили на повестку дня вопрос о его правовом режиме. Необходимость этого обусловлена тем, что результаты деятельности в космическом пространстве могут оказывать влияние на жизнь людей многих государств мира.

Вся деятельность в космосе должна осуществляться в интересах поддержания мира и безопасности, а также развития сотрудничества. Запрещён вывод на орбиту любых объектов с ядерным и любым иным оружием массового уничтожения (химическим, бактериологическим, радиологическим и др.). Вся деятельность в космическом пространстве должна осуществляться так, чтобы избежать вредного загрязнения, а также неблагоприятных изменений земной среды в результате доставки внеземного вещества. Таким образом, всё космическое пространство, включая Луну и иные небесные тела должны использоваться исключительно в мирных целях.

Среди возможных нарушений использования космического пространства можно выделить национальное присвоение Луны и иных небесных тел, распространение суверенитета расположенных над странами участков геостационарной орбиты, военное и иное враждебное использование средств воздействия на

окружающую среду, включая вывод на орбиту различного оружия массового уничтожения.

Интерес к мирному освоению космического пространства появился вскоре после запуска в 1957 г. СССР первого искусственного спутника Земли и возрастал по мере новых достижений в развитии космической техники.

Генеральная Ассамблея ООН в 1959 г. признала общую заинтересованность всего человечества в развитии использования космического пространства в мирных целях [1]. Кроме того, ООН предусмотрела свою обязанность содействовать международному сотрудничеству в этой области.

Необходимо отметить, что среди общих принципов международного космического права выделяют принцип неприменения силы и угрозы силы. В соответствии с этим принципом государства, в первую очередь, обладающие крупным космическим потенциалом, призываются к активному содействию в достижении

цели исключительно мирного использования космического пространства и предотвращении гонки вооружения в космическом пространстве [2]. Государствам запрещается создание на небесных телах военных баз, сооружений и укреплений, испытание любых типов оружия и проведение военных манёвров [3].

Важную меру по ограничению военного использования космоса предусматривает подписанный в 1963 г. Московский договор «О запрещении испытаний ядерного оружия в атмосфере, в космическом пространстве и под водой», инициатором заключения которого явился СССР. Статья 1 Договора содержит обязательства государств-участников запретить, предотвращать и не производить любые взрывы ядерного оружия в любом месте, находящемся под его юрисдикцией или контролем, в том числе в атмосфере и за её пределами, включая космическое пространство [4].

Серьёзным шагом на пути ограничения военного использования космоса стало заключение в 1977 г. Конвенции «О запрещении военного или иного другого враждебного использования средств воздействия на природную среду». Статья 1 Конвенции содержит обязательства каждого государства-участника не прибегать к любому враждебному использованию средств воздействия на природную среду в качестве способов разрушения, нанесения ущерба или причинения вреда любому другому государству-участнику. В понятие природной среды включается и космическое пространство [5].

Следует отметить, что основным межправительственным органом ООН, активно действующим в области мирного освоения космического пространства, является учреждённый в 1959 г. Комитет по использованию космического пространства в мирных целях. Комитетом проводится анализ масштабов международного сотрудничества в области мирного использования космического пространства, разрабатываются программы, и осуществляется руководство техническим сотрудничеством ООН в этой области.

В результате работы Комитета были выработаны принципы ведения космической деятельности, среди которых следует отметить:

1) принципы использования государствами искусственных спутников земли для международного непо-

средственного телевизионного вещания (1982), которые признают, что такое использование имеет международные политические, экономические, социальные и культурные последствия. Такая деятельность должна способствовать свободному распространению информации при должном уважении суверенных прав государств, включая принцип невмешательства;

2) принципы, касающиеся дистанционного зондирования земли из космического пространства (1986), которые констатируют, что такая деятельность должна осуществляться на благо и в интересах всех стран при неуклонном уважении суверенитета всех государств и народов над их природными ресурсами, а также прав и интересов других государств. Дистанционное зондирование должно использоваться для защиты окружающей среды и уменьшения ущерба от стихийных бедствий.

Несмотря на установленные принципы осуществления деятельности в космическом пространстве, пока всё же нет правовых гарантий предотвращения использования космоса в военных целях. Предполагается, что государствам необходимо прислушаться к призывам международных организаций следовать установленным принципам в области ведения своей деятельности в космическом пространстве.

Библиографические ссылки

1. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН 1472 (XIV) от 12 декабря 1959 г.

2. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН 55/32 от 20 ноября 2000 г.

3. О принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела : Договор от 27 января 1967 г., ст. IV.

4. О запрещении испытаний ядерного оружия в атмосфере, в космическом пространстве и под водой : Договор от 5 августа 1963 г.

5. О запрещении военного или иного другого враждебного использования средств воздействия на природную среду Конвенции от 18 мая 1977 г., ст. I.

© Гончарова К. А., 2012

УДК 341

Я. С. Домбровская

Научный руководитель – В. В. Сафронов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В МЕЖДУНАРОДНОМ ВОЗДУШНОМ ПРАВЕ

Современные государства не могут нормально функционировать, развивать свои экономические и политические связи без надежно действующей системы использования воздушного пространства. Сотрудничество государств в этой области регулируется международным воздушным правом. Все более активное осуществление перевозок пассажиров и грузов между государствами потребовало заключения международных соглашений, единообразно определяющего основные условия международных авиаперевозок.

Воздушный транспорт, способный быстро и с комфортом доставить пассажира в любую точку зем-

ного шара, появился в XX в. Теперь это самый скоростной вид транспорта для перевозок пассажиров и

груза на ближние и дальние расстояния. Столь широкий выход авиации на международную арену, создание сети авиалиний, которые соединяли много стран, требовали установления единых для всех государств правила касательно регулирования вопросов международных воздушных соединений, перевозок пассажиров и багажа. В связи с массовостью, ритмичностью и достаточной сложностью транспортных сообщений необходимым стал четкий правовой механизм осуществления воздушных перевозок, фиксация прав и обязанностей участников транспортного процесса и, что самое главное, их ответственности.

Ответственность государств: государства несут политическую ответственность за нарушения принципов и норм международного воздушного права, а также международную ответственность за нарушение суверенитета иностранных государств на воздушное пространство. Ответственность авиаперевозчика: авиаперевозчик (авиапредприятие) несет гражданско-правовую ответственность за ущерб, причиненный пассажиру или владельцу груза. Международные воздушные сообщения требуют единообразного подхода к вопросам материальной ответственности авиаперевозчика в интересах пользователей воздушным транспортом.

Сотрудничество государств в данной области выразилось в принятии серии договоров, получивших название «Варшавская система».

Согласно Варшавской конвенции 1929 года, перевозчик несет ответственность за вред, выразившийся в смерти и любом телесном повреждении пассажира, в уничтожении, утере или повреждении багажа и груза, а также в опоздании при перевозке [1].

По договорам Варшавской системы установлены максимальные пределы ответственности авиаперевозчика (ограничение ответственности по сумме), что отражает политику своеобразного протекционизма государств в отношении своих национальных авиапредприятий. Регламентирована также процедура возмещения ущерба.

В настоящее время наблюдается тенденция со стороны наиболее мощных капиталистических авиакомпаний, прежде всего американских, к увеличению максимальных пределов ответственности. В этом находит выражение их конкурентная борьба с молодыми неокрепшими авиапредприятиями развивающихся государств. С этих позиций следует оценивать Монреальское соглашение ряда авиакомпаний 1966 года, увеличившее предел ответственности перевозчика до 75 тыс. долл. США допускают к перевозкам на свою территорию лишь те авиакомпании, которые согласились принять этот предел [3].

Гватемальский протокол 1971 года увеличил предел ответственности до 100 тыс. долл. за пассажира и принял систему абсолютной ответственности перевозчика (вне зависимости от его вины) [2].

Гаагская конвенция о борьбе с незаконным захватом воздушных судов (1970 г.) отнесла к преступлениям незаконный, путем насилия или угрозы его применения или другой формы запугивания захват воздушного судна, находящегося в полете, или осуществление за ним контроля, или попытки совершения

указанных преступлений, или соучастия в них. Конвенция применяется, если судно находится вне территории государства его регистрации [4].

Основной особенностью нового правового документа – Конвенции для унификации некоторых правил международных воздушных перевозок, подписанной в Монреале 28 мая 1999 г., является новое решение вопросов ответственности авиаперевозчика. Монреальская конвенция 1999 года вводит двухуровневую систему ответственности. Первый уровень устанавливает объективную ответственность в размере до 100 000 специальных прав заимствования (СПЗ) (около 135 000 долларов США.) независимо от вины перевозчика. Второй уровень основывается на презумпции вины перевозчика и не предусматривает ограничения ответственности. Конвенция затрагивает ответственность за смерть и телесное повреждение пассажиров, повреждение багажа, повреждение груза и задержку [5].

В последние годы стала актуальной проблема предъявления исков непосредственно к изготовителям воздушных судов в случаях авиапроисшествий по техническим причинам. В международном праве эта проблема не урегулирована. В настоящее время также остаются нерешенными актуальные вопросы об ответственности за вред, причиненный шумом авиадвигателей и в результате звукового удара при эксплуатации сверхзвуковых самолетов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что ответственность в международном воздушном праве – это те юридические последствия, которые наступают для субъекта международного воздушного права, в случае нарушения им международно-правового обязательства. При этом необходимо отметить, что ответственность наступает только в том случае, если не имеется оснований, освобождающих от ответственности.

Интересы международных воздушных сообщений, в первую очередь их безопасность и эффективность, требуют унификации и стандартизации национальных норм и правил. Бесспорно, важным аспектом является правовая регламентация и решение проблемы возмещения моральной ответственности, нанесенной авиаперевозчиком в течение осуществления транспортной перевозки как на международном, так и на национальных уровнях. Не одна из исследованных конвенций не предполагает четкого механизма возмещения морального ущерба пассажирам авиационного транспорта. Как Монреальская конвенция для унификации некоторых правил международных воздушных перевозок 1999 года, так и национальное законодательство предоставляют лишь общие ориентиры для определения размеров возмещения моральной ответственности.

Библиографические ссылки

1. Конвенция для унификации правил, касающихся международных воздушных перевозок, 1929 г. (Варшавская конвенция 1929 г.)
2. Конвенция о преступлениях и некоторых других актах, совершаемых на борту воздушного судна, 1963 г.

3. Соглашение, касающееся ограничения ответственности Варшавской конвенцией и Гаагским протоколом, от 13 мая 1966 года. (Монреальское соглашение).

4. Конвенция о борьбе с незаконным захватом воздушных судов 1970 года. (Гаагская конвенция 1970 г.)

5. Конвенция для унификации некоторых правил международных воздушных перевозок. (Монреаль, 28 мая 1999 г.)

© Домбровская Я. С., 2012

УДК 34.069

В. В. Казанцева

Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРАВОВОЙ АСПЕКТ МИЛИТАРИЗАЦИИ КОСМОСА

Проблема размещения оружия в космосе и создание ряда военных программ в области космических вооружений остается актуальной и в настоящий момент. Стремление США к достижению превосходства в космическом пространстве подтверждается активным ведением работ по созданию противокосмических систем вооружения космического, воздушного, морского и наземного базирования. Космическое пространство трансформируется в область активного военного противостояния и противоборства ведущих военных держав мирового сообщества.

Во времена Холодной войны Америка и Советских Союз разрабатывали, испытывали и создавали космическое оружие. Чрезвычайная опасность превращения космоса в театр военных действий побудила правительство СССР выступить с инициативой полной демилитаризации и нейтрализации космоса. Россия ввела мораторий на эту программу в 1980-х годах, а перед этим в 1972 году между Союзом и США были заключены соглашения об ограничении стратегических наступательных вооружений (СНВ), включающих межконтинентальные баллистические ракеты, траектория которых проходит через космос, и Договор между СССР и США об ограничении систем противоракетной обороны [3]. В 1981 году СССР внес в ООН предложение о заключении Договора о запрещении размещения в космическом пространстве оружия любого рода, а в 1983 году проект Договора о запрещении применения силы в космическом пространстве и из космоса в отношении Земли. С 1985 года в Женеве ведутся также советско-американские (а ныне российско-американские) переговоры по ядерным и космическим вооружениям.

Международное право не запрещает размещения в космосе объектов с обычным оружием на борту, а также выход в космос объектов с ядерным оружием и другими видами оружия массового уничтожения, если такой выход не квалифицируется как размещение объекта в космосе. Таким образом, можно говорить о частичной демилитаризации космического пространства, что при современном уровне развития науки и техники создает реальную военную угрозу. Размещение в космосе оружия может нарушить хрупкое равновесие мира на планете Земля [2].

Многие государства, включая Китай, в поддержку России пытались провести многосторонние переговоры о предотвращении размещения оружия в космосе. Однако США пока движутся в противоположном направлении, потенциально подталкивая другие государства к гонке космических вооружений. Сегодня

США обладает большим флотом стратегических бомбардировщиков, размещённых на авиабазах по всему миру. В области стратегии ведения вооруженной борьбы Вашингтон переходит от «ликвидации кризиса после его возникновения» к реализации «стратегии превентивных действий», с тем, чтобы проблемы не перерастали в кризис. Превентивные действия в контексте этой стратегии предполагают возможность применения вооруженных сил в любой точке Земного шара, а также в сфере воздушного и космического пространства, в том числе с использованием ядерного оружия, на основе односторонних решений [4].

Чтобы предотвратить возможную утрату своего потенциала сдерживания, Китай может прибегнуть к наращиванию ядерных сил, а это в свою очередь приведет к тому что, Индия и Пакистан объединятся для разработки и создания недорогого космического оружия. Россия обещала ответить на размещение в космосе оружия любой страны - что подорвет и без того слабый договор о нераспространении ядерного оружия [1]. Решение проблемы парирования военных угроз в космосе, из космоса и через космос Россия будет осуществлять силами и средствами Ракетно-космической обороны (РКО), относящейся к стратегическим оборонительным системам и входящей в состав перспективной системы Воздушно-космической обороны (ВКО) Российской Федерации. Сложившееся положение в сфере военной деятельности РФ нашло отражение в разделе 3 Концепции национальной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом президента РФ от 17 декабря 2000 г. № 1330.

Ракетно-космическая оборона в настоящее время может и должна стать новым и действительно эффективным оружием сдерживания от агрессии развитых военных государств против России. Это позволяет сформулировать предложения в области правового обеспечения для создания эффективной системы РКО.

1) разработка и принятие нормативно-правовых актов доктринально-концептуального уровня, определяющих угрозы Российской Федерации в космосе, из космоса и через космос и способы их парирования в перспективе развития вооруженных сил зарубежных государств, роли и места в современной вооруженной борьбе космических вооружений;

2) определение на законодательном уровне роли и места системы РКО и ее составляющих как стратегического элемента Вооруженных Сил РФ, в том числе как базового элемента ВКО, в обеспечении оборонной достаточности Российской Федерации;

3) определение на законодательном уровне границ ответственности при организации защиты и обороны элементов космической инфраструктуры страны (например, космических аппаратов);

4) формирование законодательной базы (системы) в области создания, развертывания и применения средств и системы РКО, однозначно определяющих права и обязанности всех ветвей власти Российской Федерации и их органов, иных юридических и физических лиц, в том числе, предусматривающих ответственность и контроль деятельности в упомянутой области.

Формирование эффективной отечественной системы РКО создает благоприятные условия для последующего заключения двусторонних и многосторонних международных договоров с ведущими военными державами в области развития современных наступательных вооружений и предотвращения их размещения в космосе.

Библиографические ссылки

1. Договор о нераспространении ядерного оружия : Договор ООН. Москва : Вашингтон : Лондон. 1 июля 1968 г.

2. Конвенция о запрещении военного или любого иного враждебного использования средств воздействия на природную среду (Женева, 10 декабря 1976 г.)

3. Хардести Вон, Айсман Джин. История космического соперничества СССР и США // История. М. : Питер, 2009.

4. Национальная оборона Стратегические оборонительные системы Российской Федерации в общей иерархии задач обеспечения военной безопасности страны, URL: <http://old.nationaldefense.ru/1739/1742/index.shtml?id=3308>.

© Казанцева В. В., 2012

УДК 341.229

Д. В. Капенкина

Научный руководитель – В. В. Сафронов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КОСМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Определяются понятия «космический туризм» и «космический турист», рассматривается нормативно-правовая база, регулирующая туризм в космической отрасли, раскрываются признаки, характерные данному виду космической деятельности.

Космический туризм — это оплачиваемый из частных средств полёт в космос или на околоземную орбиту в научно-исследовательских или развлекательных целях. Начало космического туризма ознаменовал полёт Денниса Тито на борту российского корабля «Союз» на МКС в 2001 году. Организацией полетов туристов в России занимаются Роскосмос и компания «Спейс Эдвенчерс» (Space Adventures), сотрудничающие с 2001 года.

Космический туризм как разновидность коммерческой космической деятельности не запрещается ни одним из действующих международно-правовых актов. К числу основополагающих правовых актов в сфере космической деятельности относятся Закон Российской Федерации от 20 августа 1993 г. № 5663-1 «О космической деятельности», а также ряд международных соглашений, участником которых является Российская Федерация [1]. Особого внимания заслуживает факт, что до полёта первого космического туриста не существовало нормативной базы, регулирующей полёты в космос частных лиц. Позже, в 2002 году государствами-участниками программы Международной космической станции (МКС) был согласо-

ван документ, устанавливающий общие критерии отбора космонавтов и посетителей МКС. Документ носит название «Принципы, касающиеся процессов и критериев отбора, назначения, подготовки и сертификации членов основных экипажей МКС и экспедиций посещения» [2] Примечательно, что правовой статус лиц, совершающих космические путешествия, в полной мере не совпадает со статусом профессиональных космонавтов. Между тем «Соглашение о спасании космонавтов, возвращении космонавтов и возвращении объектов, запущенных в космическое пространство» от 19 декабря 1967 года, распространяется как на профессиональных космонавтов, так и на космонавтов-туристов [3]. Таким образом, понятие «космический турист» является составной частью понятия «участник космического полета». Космическими туристами являются частные лица, которые совершили (или готовятся совершить) космический полет, оплатив его на коммерческой основе [4].

Можно выделить следующие признаки космического туризма:

1. Заключение контракта.

Контракт заключается между космическим тури-

стом и посредником, а также с Роскосмосом. Если потенциальный турист дисквалифицируется в процессе подготовки к полету, он, тем не менее, обязан оплатить полную стоимость полета: соответствующие риски с самого начала нередко страхуются.

2. До начала полета космический турист должен дать письменное согласие на соблюдение Кодекса поведения, принятого на МКС, а также выполнение приказов командира экипажа. Оборудование космического туриста, как полагают специалисты, составляет собственность Роскосмоса с момента взлета до момента посадки.[5]

3. Деятельность, которая будет совершаться туристом в космосе должна быть обдумана и утверждена Российским космическим агентством.

После прибытия космического туриста обратно на землю, могут возникнуть различные юридические вопросы по поводу экспорта информации, которую турист получил в процессе экспериментов, а также реэкспорта оборудования [6].

4. Для полета в космос даже в качестве туриста необходимо пройти очень тщательный отбор.

Согласно принятым «Принципам» в первую очередь проверку проходят биографические данные претендентов, и оценивается их поведение, как в прошлом, так и в настоящем. Затем кандидаты в участники космического полета обязательно проверяются на общую пригодность, состояние здоровья, психологическую устойчивость, владение английским языком, способность соблюдать кодекс поведения членов экипажа станции.

5. У участников космического полета не должно быть таких заболеваний, которые могли бы угрожать жизни и здоровью при полете в космос.

С целью обеспечения медицинской годности космического туриста медицинское сообщество Международной космической станции приняло документ под названием «Медицинские стандарты и процедуры сертификации для участников космического полета МКС». Он предназначен для применения только к участникам космического полета, запускаемым к МКС для полета малой длительности (до 30 суток), и включает требования по медицинскому обследованию

и перечень дисквалифицирующих состояний [7]. Но если претендент не укладывается в эти требования – например, по какому-то из пунктов «турист» не годен, – в этом случае составляется специальный документ «вэйвер» (англ. waiver – исключение из правил) [8].

Подводя итог, можно отметить, что в целях развития и совершенствования правового регулирования в области космического туризма необходимо: систематизация нормативно-правовой базы в области космического туризма, определение статуса, режима пребывания туриста, прав и обязанностей туриста и организаций, отвечающих за организацию и осуществление полета, условий совершения полета, включая вопросы обеспечения безопасности и качества оказываемых услуг.

Библиографические ссылки

1. *Российская газета*. 8 сентября 2006 г. № 199 (4165). С. 10.
2. Лисов И. Кто может лететь на МКС // *Новости космонавтики* : журнал. 2002.
3. Валеев Р. М., Курдюков Г. И. *Международное право. Особенная часть* : учебник для вузов. М. : Статут. 2010. 624 с.
4. *Критерии отбора в космонавты и космические туристы [Электронный ресурс]* // РИА «Новости». Справка. М., 28.04.2010 г. URL: <http://ria.ru/spravka/20100428/227827425.html>.
5. Вылегжанин А., Юзбашиян М. *Космос в международно-правовом контексте* // *Международные процессы* : журнал. 2011. Сентябрь–декабрь. Т. 9. № 3(27).
6. *Российская газета*. 2006. 8 сентября. № 199 (4165). С. 10.
7. *Критерии отбора в космонавты и космические туристы. [Электронный ресурс]*: РИА «Новости». Справка. М., 28.04.2010 г. URL: <http://ria.ru/spravka/20100428/227827425.html>.
8. Писаревский Е. *Правовые основы космического туризма [Электронный ресурс]*. М., 13.10.2008 г. URL: <http://viperson.ru/wind.php?ID=506558&soch=1>, свободный.

© Капенкина Д. В., 2012

УДК 669.713.7

М. А. Калашников, И. С. Краснопеев
 Научный руководитель – Ю. Е. Безкоровайна
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРАВОВОЙ РЕЖИМ ЛУННОГО ПРОСТРАНСТВА

Рассматривается правовой режим лунного пространства и космических небесных тел. Автор указывает на коллизии современного международного законодательства, регулирующего возможность принадлежности небесных тел организациям, государствам и частным лицам.

Большинство элементов этого режима идентично для космоса и небесных тел. В Договоре по космосу почти во всех статьях используется термин «космическое пространство, включая Луну и другие небесные тела», т. е. не проводится принципиального различия с точки зрения их правового режима.

Согласно нормам международного космического права, космическое пространство и небесные тела открыты для исследования и использования всеми государствами на основе равенства, без какой бы то ни было дискриминации. Они не подлежат национальному присвоению ни путем провозглашения на

них суверенитета, ни путем использования или оккупации, ни какими-либо другими средствами. Вместе с тем необходимо учитывать и различия в режимах космического пространства и небесных тел. Луна и другие небесные тела, в отличие от космоса, должны использоваться исключительно в мирных целях.

Согласно данным лунного консульства сегодня на Луне проживают более трех миллионов человек. А все началось с того, что американцу Дэнни-су Хоупу в далеком 1980-м пришла в голову идея присвоить себе в собственность Луну и другие небесные тела солнечной системы. Существующие международные договоры оговаривали лишь то, что планеты и звезды не могут принадлежать государствам и корпорациям, но в них ни слова не говорилось о частных лицах.

Следуя правилу, «что не запрещено, то разрешено», Хоуп подал заявление о приобретении в частную собственность Солнечной системы в один из американских судов, а потом и в Верховный суд США, и выиграл дело.

После этого Хоуп отправил извещения в ООН и правительствам всех стран, причем все эти извещения были нотариально заверены. По международным нормам, если официальное обращение одной страны другому государству игнорируется в течение трех лет, оно вступает в силу. Извещения Хоупа о продаже участков никто не воспринял всерьез. Он выждал три года, создал компанию «Лунное посольство», поделил видимую сторону Луны на участки и стал их продавать.

Себя Дэннис Хоуп провозгласил лунным консулом на Земле, а всех владельцев участков лунной поверхности стал именовать своими подданными.

Каждому, купившему участок Луны выдается документ на владение собственностью, а также карта лунной поверхности и Лунная конституция. Автоматически владельцу участка луны присваивается статус жителя Лунной республики [1].

Перечислю наиболее значимые и интересные, на мой взгляд, положения Лунной конституции:

1. Луна управляется одним человеком, именуемым, как Глава. Эта должность провозглашена, а не выбрана, и не может быть переутверждена. Глава далее и до конца вечности будет известен под именем Дэннис М. Хоуп.

2. Конституция позволяет каждому владельцу и жителю отдать свой голос при избрании Конгресса, Сената, Президента и Вице-президента.

3. Приобретенную в собственность лунную поверхность разрешается сдавать в аренду, продавать, завещать и дарить.

4. Никто не имеет право делить принадлежащую ему недвижимость на Луне на части для продажи этих частей и получения прибыли от этого бизнеса.

5. Разрешается возводить сооружения и подземные конструкции, обеспечивающие людям защиту от суровых лунных природных условий, если они не будут нарушать гармонии окрестности.

6. Запрещается размещать или использовать любое оружие, на приобретенных вами территориях.

7. Только Глава может провозгласить войну против других космических существ, властей и миров.

8. Любой владелец недвижимости на Луне, нарушивший данную конституцию будет лишен прав на лунную поверхность и подвержен изгнанию без права

посещения или использования Луны [2].

На мой взгляд, в данной конституции есть неточность, используя которую можно найти «лазейку» в Лунных законах. А именно: в конституции указано, что все обладатели участков на Луне именуется «владельцами Освещенной Стороны Лунной поверхности». Таким образом, можно сделать вывод, что каждый владелец лунной поверхности имеет права на свой участок только тогда, когда он освещен солнцем. Получается, что в новолуние, когда солнцем освещена невидимая сторона луны, все владельцы временно теряют свои права на недвижимость.

На сегодняшний день продано чуть более 3-х процентов лунной поверхности. На этих 3-х процентах уже виртуально проживают более 3-х млн граждан. При нынешних активных темпах продаж в скором времени могут быть проданы все участки Луны. В связи с этим для регулирования темпа продаж, отсутствует возможность самому выбирать участок на лунной поверхности.

Участки на продажу поступают небольшими партиями с заранее определенными координатами, и выбирать можно только из этих предложенных участков. Помимо этого, Деннис Хоуп решил, что те районы, где приземлялись советские и американские космические корабли, не будут никому проданы. Он хотел, чтобы на этих территориях было в будущем что-то наподобие национальных парков, доступных и свободных для всех.

В России собственниками участков уже стали такие известные люди, как Александр Розенбаум, Юрий Шевчук, Юрий Гальцев, Дмитрий Нагиев, Юрий Стоянов, Илья Олейников и многие другие [1].

Уже известны первые случаи судебных разбирательств, связанных с правами на лунную недвижимость. Например, московско-лунный житель подал в суд на американское NASA за то, что марсоход Opportunity без разрешения собственника нарушает его частную собственность.

Что будет с собственностью лунных граждан в случае начала освоения Луны? Никто по этому поводу не может дать точных прогнозов, но факт того, что при начале освоения Луны миллионы (возможно даже десятки и сотни миллионов) людей предъявят свои права на собственность, говорит о многом. И с этими людьми придется считаться.

А на сегодняшний день лунная республика стремится к вступлению в ООН. Для этого необходимо, чтобы в виртуальном государстве проживало как минимум 6 млн человек. При населении уже в 3 млн и активных продажах этот день уже не за горами [1].

Вот уже четверть века ни один земной суд не может оспорить право Хоупа быть владельцем Луны, Марса и Венеры – просто потому, что у земных судов не существует юрисдикции для решения подобных вопросов. Таким образом, Хоуп – законный владелец планет Солнечной системы, потому что невозможно доказать обратное.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://www.Luna.ru>.
2. Лунная конституция. URL: <http://www.Luna.ru/?page=what&trans=2>.

УДК 323.285(203)

А. И. Лыткина
Научный руководитель – В. В. Сафронов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМА ВОЗДУШНОГО ТЕРРОРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Воздушный терроризм это крайняя форма терроризма. Он страшен жертвами тысячей случайных людей, паникой, страхом незащищенности и народными волнениями, которые оказывают огромное влияние на международные отношения. В современной России проблема воздушного терроризма насущна, требует огромных вложений средств и сил для ее устранения.

Одной из самых актуальных глобальных проблем современности является терроризм. К сожалению, мировая история насчитывает тысячи террористических актов на протяжении тысячелетий, терроризм стал неконструктивным способом разрешения различных политических, социальных и экономических вопросов на протяжении нескольких столетий. Россия столкнулась с этой проблемой открыто только в XIX веке. Народники, анархисты, революционеры считали бомбу «лучшим аргументом против». От рук террористов погиб Александр II, многие видные деятели политики и искусства, но, самое важное, что от руки террористов погибали ни в чем не повинные люди. Но именно в XXI веке терроризм получил широчайшее распространение, стал одним из методов борьбы за интересы и воздействия на массы. Ничем нельзя оправдать принесенные жертвы, не каждая цель оправдывает средства.

Воздушный терроризм это крайняя форма терроризма. Он страшен тем, что наносит тяжелейший урон. Его характерной чертой является закрытое пространство воздушного судна, которое не позволяет проводить немедленные операции по освобождению заложников, что часто приводит к их неминуемой гибели. В результате воздушного террористического акта могут пострадать тысячи случайных людей. Психологическое воздействие на общество, приносимое актами терроризма, в том числе и воздушного, настолько велико, что вызывают панику, страх незащищенности и могут спровоцировать народные волнения, оказывая огромное влияние на международные отношения.

В последние десятилетия воздушный терроризм был одним из самых распространенных видов террористических актов. К нему прибегали сторонники самых разных политических и религиозных идей (японская «Рэнго Сэгикун», исламская «Аль-Каида» и палестинская «Черный сентябрь», а также множество других террористических организаций). До сих пор идут различные споры по поводу произошедшего акта 11 сентября 2001 г. в США. Общественный резонанс был настолько силен, что послужило официальной причиной развернутой операции в Ираке [1].

Для того чтобы дать анализ воздушному терроризму, необходимо определиться с терминологией. Понятие воздушного терроризма до сих пор не сформулировано в международной правовой практике, но мы включаем в этот термин следующие действия: захват воздушных судов и их угон; захват заложников, находящихся на борту воздушных судов; использование

воздушных судов для удержания и транспортировки заложников, захваченных в других местах. Кроме того, актами воздушного терроризма считаются вывод из строя аэронавигационного оборудования, средств обеспечения воздушных сообщений и др. Целью воздушного терроризма, как правило, является принуждение властей выполнять требования террористов об освобождении из заключения и свободном выезде из страны своих единомышленников, а также демонстрация несогласия или осуждения тех или иных политических оппонентов. Захват воздушных судов и заложников осуществляется и с целью получения выкупа.

Обращаясь к Уголовному кодексу РФ, мы можем провести анализ состава преступления. Объектом преступления являются отношения по поддержанию мер общественной безопасности. Объективная сторона преступления, заключается в действиях, устрашающих население и создающих опасность гибели человека, причинения значительного имущественного ущерба либо наступления иных тяжких последствий. Субъектом преступления является вменяемое, достигшее 14-ти летнего возраста лицо. Субъективная сторона преступления состоит в прямом умысле. Состав рассматриваемого преступления относится к числу формальных: для признания его оконченным достаточно установить, что виновный совершил общественно опасное деяние, независимо от того, какие последствия в результате этого наступают. В некоторых случаях общественно опасные последствия вообще могут не наступить. При этом обязательным условием является установление характера и размера наступивших последствий. Для квалификации не имеют значения мотивы совершения преступления (из хулиганских побуждений, личных, политических соображений и др.). Отягчающими обстоятельствами воздушного терроризма (ч. 2 ст. 205 УК РФ) являются совершение этих действий: группой лиц по предварительному сговору или с применением огнестрельного оружия [2].

Мировая практика борьбы с терроризмом только к 70-м гг. (после захвата самолета Бразинскасами 15 октября 1970 г., а также самолета авиакомпании «Эйр Франс», произошедшего 27 июля 1976 г.) выработала эффективные меры по предупреждению террористических актов [3]. Но, к сожалению, и это не исключило жертв в дальнейшем. С развитием науки, техники и совершенствованием охранных технологий, террористы разрабатывают все более изощренные и массовые способы убийства.

В современной России проблема терроризма насущна и требует огромных вложений средств и сил для ее устранения. Разрабатываются различные мероприятия по борьбе с терроризмом, особенно в сфере авиатранспорта. «Совместно с руководством Москвы была разработана целевая программа, в которой предусматривалось управление воздушными силами над столицей на предельно малых высотах, создание систем разведки, системы пресечения воздушных терактов, закупок РЛС миллиметрового диапазона. Но пока нет необходимой законодательной базы», – сказал генерал-полковник Юрий Соловьев, комментируя проблему противодействия воздушному терроризму [4]. Ужесточены меры в аэропортах после недавнего теракта во Внуково. Процесс регистрации при посадке становится все более длительным и тщательным. Европейские СМИ вещают нам о том, что большинство европейцев готовы терпеть любые неудобства во имя безопасности. И мы привыкаем к этому. Осторожность и настороженность друг к другу становятся повседневной нормой.

Воздушный терроризм современного мира лишен идеологической подоплеки. Он разрознен по своим мотивам, но при этом крайне силен. Проблема воздушного терроризма уже давно стала глобальной, постепенно размывая грани между внутренним терроризмом и международным. Численность террористических группировок растет, их разрушающая деятельность становится все опаснее и активнее. Средства массовой коммуникации играют им на руку, нагнетая атмосферу страха в мировой общественности. Похоже, начинают сбываться самые мрачные прогнозы о том, что наше государство входит в новую полосу пиратства в воздухе.

Библиографические ссылки

1. Додолев Е., Леско М. Загадки 11 сентября, или 27 засекреченных страниц // *Огонёк*. 2003. № 52.
2. Уголовный кодекс Российской Федерации.
3. Интернет-ресурс *Newsru.com*.
4. Национальный портал «Россия – Антитеррор».

© Лыткина А. И., 2012

УДК 347.8

А. В. Любецкий
 Научный руководитель – В. В. Сафронов
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРАВОВОЙ СТАТУС КОСМОНАВТОВ

Рассматриваются особенности правового статуса космонавтов, теории определения термина «космонавт», необходимые меры государств в отношении космонавтов, а также перспективы проблемы определения правового статуса космонавтов.

Как сказано в «Договоре о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства», космическое пространство не подлежит национальному присвоению. Государство, в регистр которого занесен объект, запущенный в космическое пространство, сохраняет юрисдикцию и контроль над таким объектом и над любым экипажем, находящимся на нем, во время их нахождения в космическом пространстве [1].

Права собственности на космические объекты, запущенные в космическое пространство, и на их составные части остаются незатронутыми во время их нахождения в космосе и по возвращении на Землю. Все государства несут ответственность за деятельность своих граждан в космосе. Однако кем же с правовой точки зрения являются эти граждане?

В космосе, также как и на земле, действуют некоторые нормы права. Есть и стороны правоотношений. Чёткого описания или определения того, кто же такой космонавт, нет ни в одном законе мира. Конечно, есть различные определения, например, Толковый словарь русского языка С. И. Ожегова даёт определение космонавта как «специалиста, совершающего полет в космическом пространстве». Однако, «космонавтов» не редко путают с «астронавтами» (в некоторых странах эти понятия объединены). Разъяснение даёт словарь Национального управления по воздухоплаванию

и исследованию космического пространства (НАСА): астронавты не обязательно должны слетать в космос, они могут просто участвовать в подготовительном процессе [2].

В различных международных актах (Соглашения о Луне, Конвенция о международной ответственности за ущерб объектам космоса, Договоры о космосе, Соглашения о деятельности государств в космосе, Договоры о деятельности государств при использовании космического пространства) можно также встретить такие термины как экспедиция, экипаж, член экипажа, человек, посланцы человечества. Но опять же, чёткого определения нет нигде. Похожая ситуация и в российском Законе РФ от 20.08.1993 № 5663-1 «О космической деятельности» [3]. Но, пожалуй, главным документом, регулирующим права и обязанности космонавтов, является Кодекс поведения экипажей [4].

Обобщив вышеназванные документы, можно выделить следующие права и обязанности космонавтов. Итак, во время полета и послеполетной деятельности все члены экипажа должны беспрекословно выполнять приказы своего командира, медицинские рекомендации, а также Инструкции текущего полета. Необходимо также следить за правильной работой всего оборудования, к которым космонавты имеют доступ. Никакая собственность космической станции (или иного космического объекта) не может быть изменена

или изъята для личных целей, за исключением случаев, когда получено разрешение руководителя полета. Космонавтам запрещено каким-либо образом пользоваться своим «служебным положением» для личной выгоды. Например, для принуждения другого лица с целью получения любой выгоды для себя. Исполнение обязанностей космонавтов не рассматривается как средство достижения личной выгоды.

Члены экипажа должны придерживаться такой линии поведения, которая поддерживает между всеми членами команды «гармоничные и слаженные отношения и соответствующий уровень взаимного доверия и уважения», учитывая возможные культурные и национальные различия участников. Космонавтам запрещается действовать таким образом, который бы отрицательно отражался на репутации и общественном мнении любой страны-партнера, сотрудничающей с космическим центром.

Но у космонавтов есть и свои права. Так, каждый космонавт может взять с собой в полёт какие-либо памятные сувениры (флаги, эмблемы и т. п.), имеющие небольшую ценность. Однако такие сувениры рассматриваются как балласт и подпадают под ограничение на вес дополнительного груза. При этом, личные вещи космонавта, необходимые для нормальной жизнедеятельности (например, часы) не рассматриваются как памятные сувениры и не подпадают под ограничение [5].

На космонавтов также распространяются Правила дисциплины, разработанные Международным комитетом по вопросам деятельности экипажей (МКВДЭ) и утверждаемые Многосторонним советом по координации (МСК). Эти дисциплинарные правила носят административный характер и применяются в случаях, когда космонавты нарушают нормативные акты,

регулирующие поведение космонавтов (включая Кодекс поведения экипажей). При этом данные правила не ограничивают права сотрудничающей организации применять соответствующие законы и положения, совместимые с межправительственными соглашениями и меморандумами [6].

Таким образом, можно сказать, что правовой статус космонавтов, к сожалению, чётко не определён. Более того, нет и чёткого определения того, кого именно считать «космонавтами». Но первые попытки перехода к единым стандартам уже есть. Это различные международные конвенции и соглашения, подписанные большинством космических держав.

Библиографические ссылки

1. Декларация правовых принципов деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства 1962 года (United Nations Office for Outer Space Affairs, GA Resolution 1962).
2. Ожегов С. И., Скворцов Л. В. Толковый словарь русского языка. М.: Оникс, 2008.
3. О космической деятельности : закон РФ от 20.08.1993 № 5663-1 (ред. от 21.11.2011).
4. Декларация о международном сотрудничестве в исследовании и использовании космического пространства на благо и в интересах всех государств, с особым учетом потребностей развивающихся стран 1996 года (United Nations Office for Outer Space Affairs, GA Resolution 1996).
5. Бордунов В. Д., Марков В. Н. Космос. Земля. Право. М., 1998.
6. Ковалев Ф. Н., Чепров И. И. На пути к космическому праву. М., 2005.

© Любецкий А. В., 2012

УДК 34.069

А. В. Мальцева

Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова
Сибирский федеральный университет, Красноярск

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕСМОТРА ЧИКАГСКОЙ КОНВЕНЦИИ

Данная статья посвящена проблемам правового регулирования перевозок в сфере воздушного законодательства, в частности, проблем конкуренции, безопасности, каботаж, вытекающих из несовершенства Конвенции о международной гражданской авиации.

Чикагская конвенция 1944 г., созданная для регулирования международной гражданской авиации, на сегодняшний день в условиях усиления глобализации и интернационализации политических и экономических связей не отвечает современной ситуации [1].

Так одной из проблем в рамках рассматриваемой темы является рост конкуренции в сфере международного воздушного транспорта, произошедший в последние десятилетия из-за либерализации государством рынка перевозок сначала в США и ЕС, а после и в Российской Федерации [2]. Ослабление регулирования деятельности авиакомпаний государством, предоставление им большей самостоятельности способ-

ствовало росту числа мелких частных фирм, чья конкурентная политика больше направлена на снижение цен или издержек эксплуатации, нежели на повышение качества. Использование устаревших моделей и моделей, не проходящих достаточной проверки на подтверждение годности к эксплуатации, подрывает безопасность, как на национальном рынке авиаперевозок, так и на международном. Свидетельством данной проблемы выступает одновременное увеличение пассажирооборота международных линий (в России на 14,7 % в 2011 г. по данным Росавиации) [3], с увеличением числа чрезвычайных ситуаций на авиационном транспорте (в 2011 г. увеличение в 1,8 раза по данным МЧС) [4]. Несмотря на то, что Чикагская

Конвенция направлена на «развитие международной гражданской авиации безопасным и упорядоченным образом» [5], в ней содержится недостаточно норм, регулирующих указанную проблему, и таким образом, Конвенция показывает свою несостоятельность относительно данного аспекта. Вопрос необходимости загружать Конвенцию подобными нормами вызывает множество споров, так Эрнесто Роча высоко оценивает Конвенцию как содержащую «достаточную базу» для предотвращения нечестной конкуренции среди воздушных перевозчиков и считает, что прочие тонкости должны быть предметом национального законодательства [6]. Однако, многие эксперты придерживаются другой точки зрения, апеллируя отсутствием в национальном законодательстве стран норм, которые обязали бы непосредственно государство проводить более строгий контроль за деятельностью авиакомпаний. Поэтому, в рамках усиления мирохозяйственных связей стран, необходимо создание унифицированных норм, призванных усилить безопасность в глобальном масштабе.

Необходимо также отметить несовершенство ст. 26 Конвенции, которая предусматривает, что государства обязаны проводить расследование только тех аварий, которые произошли на их территории с иностранным воздушным судном, проблема вытекает в частности из определения «воздушного судна», в зарубежной литературе данный термин часто подменяется понятием «летательный аппарат». Но данные понятия не во всех странах совпадают. Так, в Англии согласно Акту о воздушной навигации 1949г. понятие «летательный аппарат» уже по объему, чем понятие «воздушное судно». К летательным аппаратам по этому закону относятся воздушные суда тяжелее воздуха, снабженные механическим двигателем. В России к гражданским воздушным судам относятся все летательные аппараты как легче, так и тяжелее воздуха за исключением входящих в состав Вооруженных Сил. Поэтому государства, согласно Конвенции не обязаны рассматривать все инциденты, событие, связанные с угрозой безопасности любого ЛА. Новые нормы принесли бы большую пользу, установив обязанность государств расследовать любое происшествие или инцидент с любым ЛА (не только с воздушными судами) [6].

Еще одним вопросом, рассматриваемым в рамках Конвенции, затрагивающим проблемы конкуренции, является воздушный каботаж. Каботаж представляет собой авиaperезовки между пунктами, расположенными на территории одного и того же государства. Согласно ст. 7 Конвенции каждое государство - участник имеет право «отказывать воздушным судам других Договаривающихся государств в разрешении принимать на борт на его территории пассажиров, почту и груз, перевозимых за вознаграждение или по найму и имеющих другой пункт назначения в пределах его территории». И далее: «Каждое Договаривающееся государство обязуется не вступать ни в какие соглашения, которые специально предоставляют какому-либо другому государству или авиапредприятию какого-либо другого государства любую такую привилегию на исключительной основе, и не получать

любой такой исключительной привилегии от любого другого государства» [8]. Можно сказать, что дилемма «либо всем – либо никому», заложенная в данной статье, оказалась трудновыполнимой на практике. Вступая в указанные договоры государства, предоставляющие право каботажной перевозки именно на исключительной основе, нарушают ст. 7 Чикагской конвенции, т. к. доказать что право каботажной перевозки предоставлено специально практически невозможно. Так в РФ широко распространен серый каботаж, когда зарубежный оператор, привезя пассажира в Россию, продолжает летать уже между российскими городами, подрывая бизнес отечественных операторов деловой авиации [9]. Например, самолет со швейцарской регистрацией, который базируется в Швейцарии, эксплуатируется швейцарским оператором и зафрахтован швейцарской компанией, может совершить пассажирский рейс из Швейцарии в Москву, затем внутренний рейс из Москвы в Санкт-Петербург и вернуться обратно в Швейцарию с теми же пассажирами на борту [10]. Также ярким примером является ЕС, где отменены ограничения и на каботаж, который является полностью свободным для авиакомпаний государств, являющихся членами сообщества. В то же время договоры с государствами, не входящими в состав ЕС попадают под запрет воздушного каботаж в целях охраны своего внутреннего рынка воздушных перевозок [1]. Таким образом, Конвенция нуждается в доработке, которая устранила бы двойное использование оговорки об исключительном праве [7].

Представленные выше проблемы регулирования воздушных перевозок, их много направленный и регулярный характер ставят на повестку дня вопрос восполнения существующих пробелов в законодательстве, который может быть решен как доработкой норм существующей Конвенции, так и созданием новых унифицированных норм, призванных заменить Чикагскую конвенцию [11].

Библиографические ссылки

1. Самородова Е.А. Обице задачи Конвенции по воздушному праву // Современное право. № 9. М., 2007. С. 87–91 ; Самородова Е. А. Несоответствие Чикагской конвенции 1944 года и других действующих договоров международного воздушного права современным тенденциям в данной сфере // Образование. Наука. Творчество. 2008. № 5. С. 132–137.
2. URL: <http://www.ato.ru/content/poiskisorazmernoj-konkurentsii>.
3. Ходоровский А. Итоги 2011 года: самолеты перевезли больше воздуха. 02.02.2012 URL: <http://www.ato.ru/content/itogi-2011-goda-samolety-perevezli-bolshe-vozduha>.
4. URL: <http://krsk.kp.ru/daily/25810.5/2789779/>
5. URL: http://www.un.org/ru/ecosoc/icao/chicago_convention.shtml.
6. Малеев Ю.Н. Воздушное пространство: основные конфликтные позиции государств.- Пространство и время в мировой политике и международных отношениях. 2007. Т. 5. С. 120–137.
7. URL: <http://www.svavia.ru/info/docs/doc7.html>.

8. Грязнов В. С. Глава V. Коммерческие права в международных воздушных сообщениях // *Международное воздушное право*. М.: Наука. С. 128.

9. URL: <http://www.jetcharter.ru/new/articles.php?id=28>.

10. URL: <http://jets.ru/reviews/2010/04/20/Registration>.

11. Бордунов В. Д. *Международно-правовая унификация правил международных воздушных перевозок: теория и практика* // *Законодательство*. 2009. № 1. С. 23–32.

© Мальцева А. В., 2012

УДК 669.713.7

А. С. Мартыщенкова, Е. Л. Фарафонтова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПЕРСПЕКТИВЫ КОСМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА. КАКОЕ ПРАВО ПРИМЕНЯТЬ?

Космический туризм – одна из современных форм туристской деятельности, приносящая новые идеи, услуги и продукты и прибыли. Он является ключевой компетенцией в перспективах развития туристского бизнеса в России. В то же самое время ни источники международного, ни российского права на сегодняшний день не обеспечивают регулирования подобного рода отношений, ставя тем самым под сомнение основу его существования. В статье пойдет речь о проблемах правового обеспечения космического туризма и о разработке соответствующих источников права.

Планету охватила мода на космический туризм. Зарубежные компании наперебой демонстрируют свои проекты. После 2012 года космические агентства США, Европы и России заявляют, что они станут заниматься собственно космическим туризмом – суборбитальными полетами. Организация полетов в космос на коммерческой основе – полноценный, и, что самое главное, рентабельный бизнес. И бизнес на космическом туризме, как любая сфера коммерческой деятельности должна регулироваться властью, то есть опираться на законодательную базу – нормативные правовые акты. Космический туризм – явление двойное, с одной стороны это деятельность, связанная с космосом, с другой стороны – с туризмом. Значит, и регулировать ее следует с двух сторон [5].

Основу международного космического права сегодня составляют договоры, которые были приняты ООН в 1960–1970-е гг. В то время о туризме по понятным причинам не слишком задумывались. Поэтому на сегодня отсутствует международно-правовое разграничение между профессиональными космонавтами и туристами. Все они наделяются почетным статусом посланцев человечества в космос, космонавтами. При этом, как это ни странно, единого четкого определения терминов «космонавт» и «астронавт» международное космическое право до настоящего времени не наработало [6]. В Роскосмосе космический туризм называют «экспедицией-посещением», причём подготовка к полёту у всего экипажа одинакова. Таким образом, те отношения которые регулирует космическое право связаны с космосом, но не с космическим туризмом как таковым [4].

Исходя из многих факторов, касающихся космического туризма очевидно, что это уже самостоятельный вид в классификации направлений туризма, что в свою очередь должно отражаться в Государственном стандарте РФ «Туристские услуги» (ГОСТ Р 50690 от 2000 г). Подобного факта, как можно уже догадаться, не наблюдается. Тогда явление космического туризма

должно найти отражение в российском законодательстве, например в Федеральном законе № 132 от 1996 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», либо в Федеральном законе «О космической деятельности» от 1993 г. Но анализируя и те и другие нормативные документы опять же нельзя найти норм права, регулирующих космический туризм. Кроме небольшого упоминания в Законе о космической деятельности в статье 20 «Космонавты и экипажи пилотируемых космических объектов» [9].

Космический туризм – очень перспективная отрасль, как со стороны инвесторов туристского бизнеса, так и со стороны развития космонавтики. Большую часть средств на полеты наши космонавты получают именно от экскурсионных туров, космический туризм ведь мало чем отличается от привычного, как утверждают бизнесмены. Но так как нет ни в России, ни в мировом сообществе нормативной базы касательно этого вопроса, то формально выходит, что данная деятельность не имеет оснований для существования и перспектив в своем развитии, не смотря на такой значительный потенциал для бизнеса и развития непосредственно космонавтики [10].

Поэтому самым актуальным вопросом в дальнейшем формировании космического туризма стает вопрос о создании источников права как Российского, так и международного. В частности имеет смысл создание принципиально нового нормативно правового документа «О космическом туризме». Потому что, как уже было отмечено, это явление не однозначное и, следовательно, регулировать его только космическим правом или только туристским невозможно. А так же существенным является внесение изменений и поправок в законы РФ и ГОСТ РФ о Туристской деятельности [8] Первостепенно в новом правовом документе о космическом туризме нужно ликвидировать пробелы, связанные с основными пунктами, такими как:

1. Основные понятия и терминология

Это главный камень преткновения в установлении дефиниции космического туризма, понятия его деятельности, в определении его субъектов.

2. Права и ответственности туриста, туроператора и исполнителя услуг

Здесь важно установить права туриста, ответственность оператора и исполнителей, ответственность самого туриста, и в какой мере на него распространяются нормы международного космического права. Важно применять коллизионные нормы и отсылки к праву других государств, к международному космическому праву, а также установить рамки использования международных договоров по космосу, так как турист, оператор, исполнители и поставщики – это в большинстве случаев субъекты правовых отношений разных государств.

3. Обеспечение безопасности туриста

Этот пункт тоже специфичен для данной сферы деятельности и подразумевает и критерии отбора туристов для полета, и особенности предполетной подготовки, и сам полет, так как не специалистам в этой сфере (кем являются туристы) сложно в полной мере осознавать масштабы и возможности угроз, опасностей и вреда [4].

4. Сертификация, лицензирование, регистрация

Так же, как аккредитация в МИД, для разрешения заниматься въездным иностранным туризмом, или обеспечение финансовой гарантией для возможности осуществлять туристскую деятельность, туроператоры космических туров должны получать специальные лицензии/сертификаты/разрешения на их вид деятельности. При их выдаче должны учитываться профессиональные, финансовые, юридические аспекты деятельности, опыт работы в похожих сферах, репутация и т. д.

5. Особенности договорных отношений туроператора – поставщика – исполнителя.

Здесь стоит вести речь о специфике подобных договоров, о создании их специальных форм [3; 7]. Важность вопроса обусловлена тем, что поставщики и исполнители услуг космического туризма в профессиональном понимании не являются объектами ни туристской индустрии (отели, рестораны, транспортные компании), ни туристской инфраструктуры (комплекс сооружений, сетей, связи, дорог, агенты и операторы, смежные туристские предприятия обеспечивающие доступ туристов к турресурсам). Следовательно требуют нового подхода в подобных формальностях.

Так же важным источником международного космического права (МКП), по вопросам туризма в том числе, остаются международные договоры. Несмотря на расплывчатость некоторых формулировок (или даже отсутствие их) МКП вполне по силам регулиро-

вать международные отношения, связанные с освоением и использованием космоса. Но все же требуются преобразования и дополнения, как в уже существующих договорах, так и в вопросах, в которых еще необходима договоренность. Целесообразно создание универсальной межправительственной организации, которая объединила бы все международные организации, связанные с МКП, что бы разработать и принять четкие, ясные всеобщие принципы МКП вообще и туристской деятельности в космосе в частности, с учетом уже сегодняшних реалий [1; 2].

На ресурсах космоса можно строить бизнес, пока еще не отягощенный конкуренцией, но богатый на новационные идеи и обещающий серьезные прибыли. К тому же, международное космическое право, создававшееся еще в 60-е годы прошлого века, не учитывает новых, ставших в наше время актуальными моментов регулирования, в силу ограниченности в те года технического прогресса. Но это, казалось бы, негативное явление не стоит рассматривать только с отрицательной стороны. Отсутствие соответствующей правовой базы, в такой динамично развивающейся отрасли – можно оценивать, как перспективу для создания с учетом сегодняшней ситуации более совершенного законодательства, соответствующего требованиям правовых отношений в современном цивилизованном обществе. Главное вовремя осознать проблему и решать ее компетентно и профессионально.

Библиографические ссылки

1. URL: www.radnik.uk/info Международное космическое право.
2. URL: www.asteric.ru/space/
3. Васильева В.С. Космический туризм: состояние и перспективы. 2009. № 3.
4. URL: www.vpk.ru/name/news/58721_kosmicheskij_turizm.
5. URL: www.universe-news.ru, новости астрономии, космонавтики, Вселенной
6. URL: www.galspace.spb.ru/orbita/10.htm Права и обязанности в космосе
7. URL: www.tehnichecki.ru/kosmos/kosmicheskij-turizm/
8. Деловая газета Взгляд «Космос для туристов» 2008 www.vz.ru
9. Об основах туристской деятельности : федер. закон № 132 от 1996 (ред. от 05.02.2007) ; О космической деятельности : федер. закон от 1993 г. (ред. от 22.08.2004).
10. Космический туризм: путевка в другой мир // URL: www.3Dnews.ru.

© Мартыщенкова А. С., Фарафонтова Е. Л., 2012

УДК 347.4

Д. О. Марьясов
Научный руководитель – В. В. Сафронов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ГАРАНТИЯ И ГАРАНТИЙНЫЙ ВЗНОС, КАК СРЕДСТВО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИСПОЛНЕНИЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ В МЕЖДУНАРОДНОМ ПРАВЕ

Раскрывается роль гарантии, как способа обеспечения обязательств в международных правоотношениях. Дана характеристика гарантии и гарантийному взносу. Указаны преимущества гарантии над другими способами и мерами обеспечения обязательств. Выделены основные различия между гарантией и гарантийным платежом, как способами обеспечения обязательств.

Развитие международных отношений и глобализация очень сильно влияют на правоотношения между субъектами международного и международного частного права. В связи с развитием науки, освоением космоса, встает вопрос о международном сотрудничестве в различных областях науки, техники, торговли. Такие взаимодействия толкают государства на развитие законодательства своего государства в этих областях взаимодействия, к принятию и ратификации различных международных правовых актов.

В данной статье хотелось бы более конкретно рассмотреть вопрос о взаимодействии в сфере торговли и техники, так как обе эти сферы связаны с институтом гарантии.

По мнению ряда ученых, гарантия является наиболее эффективной из часто используемых способов и мер обеспечения обязательств.

В международной торговле особенно широко используется гарантия как средство обеспечения исполнения. Она представляет собой обязательство одного лица осуществить платеж другому в соответствии с зафиксированными условиями. Важным свойством гарантии является то, что она юридически независимое обязательство, т. е. не связана в правовом отношении со сделкой, надлежащее исполнение которой обеспечивается данной гарантией, хотя именно внешнеторговый контракт может предусматривать обязанность предоставления гарантии [1].

На практике часто термин «гарантия» используется в качестве синонима «поручительства»). Однако банковская гарантия существенно отличается от всех прочих способов обеспечения исполнения обязательства. Сходство между гарантией и поручительством в том, что и гарант, и поручитель берут на себя обязанность выплатить денежную сумму в случае неисполнения обязательства должником. Одинаковы и участники отношений [2].

Наиболее надежными гарантиями считаются обязательства, выданные банками или страховыми компаниями. Банковская гарантия, в соответствии с которой банк берет на себя обязательство осуществить платеж при наступлении определенных обстоятельств, может обеспечивать исполнение как обязательств продавца (гарантия надлежащего исполнения), так и обязательств покупателя (гарантия платежа). В зависимости от того, чье обязательство должна обеспечивать гарантия, на того и ложится обязанность ее получения от банка [3].

Если мы имеем дело с гарантией, которую предоставляет продавец, то ее цель состоит в обеспечении прав покупателя получить соответствующую компенсацию при неисполнении или ненадлежащем исполнении продавцом своих обязательств. Гарантия, которую предоставляет покупатель, имеет своей целью обеспечить уплату продавцу покупной цены путем возложения исполнения этой обязанности при определенных обстоятельствах и на банк.

Если мы имеем дело с гарантией, которую предоставляет продавец, то ее цель состоит в обеспечении прав покупателя получить соответствующую компенсацию при неисполнении или ненадлежащем исполнении продавцом своих обязательств. Гарантия, которую предоставляет покупатель, имеет своей целью обеспечить уплату продавцу покупной цены путем возложения исполнения этой обязанности при определенных обстоятельствах и на банк [4].

Гарантиями могут обеспечиваться различные обязательства, вытекающие из самых разнообразных сделок, существующих в сфере международной торговли. Чем крупнее сделка, чем она сложнее, тем больше вероятность использования гарантий, тем большее количество ситуаций неисполнения договора должно быть отражено в гарантийных обязательствах.

С точки зрения определения способа осуществления платежа, банковские гарантии подразделяются на гарантии, предусматривающие платеж по первому требованию правомочной стороны, и на гарантии, по которым платеж осуществляется банком при условии выполнения стороной, в чью пользу производится платеж, определенных условий, которые предусмотрены в самой гарантии. В последнем случае гарантия может предписывать предоставление вместе с требованием платежа таких документов, как вступившее в законную силу решение суда или арбитража, дающее право потерпевшей стороне на получение определенной суммы, или сертификат, выданный в подтверждение права потерпевшей стороны [5].

Условия реализации гарантии первоначально согласовываются во внешнеторговом контракте между сторонами. Во многих случаях сам текст гарантии, которую должна предоставить соответствующая сторона, является неотъемлемой частью контракта.

Распространение получил ещё один способ обеспечения обязательств - «гарантийный взнос».

Законодатель дал следующее определение понятия «гарантийный взнос» - денежная сумма, переда-

ваемая плательщиком гарантийного взноса получателю гарантийного взноса в обеспечение исполнения обязательства по заключению договора при торгах или исполнении иного обязательства.

Несмотря на то, что данная мера обеспечения получила свое законодательное закрепление лишь недавно, на практике она используется уже длительное время. Например, во время проведения торгов участники вносят предварительный гарантийный взнос, и тем самым гарантируют заключение договора, подтверждают серьёзность своих намерений и свою платежеспособность.

Понятие гарантийный взнос упоминается в законодательных актах различных стран, в части регламентирующей проведение конкурсных торгов в форме аукциона, которая существовала значительно раньше появления новшеств в законодательстве о мере обеспечения обязательств «гарантийный взнос» [6].

следует различать меру обеспечения обязательства «гарантийный взнос» от гарантии», хотя их звучание и очень схоже.

При использовании меры обеспечения гарантия, в правоотношениях участвуют три субъекта: должник, кредитор и гарант – лицо, отвечающее за исполнение обязательства солидарно с должником [7].

А при использовании меры обеспечения гарантийный взнос, субъектами правоотношения являются плательщик гарантийного взноса и получатель гарантийного взноса. А сам гарантийный взнос представляет собой денежную сумму. Гарантия же представляет собой право требования кредитора о взыскании солидарно с гаранта задолженности должника.

Гарантия, как и гарантийный взнос, может быть установлена не только договором, но и законодательством.

Гарант отвечает перед кредитором в том же объеме, как и должник, включая, уплату неустойки, возмещения (интереса), судебные издержки по взысканию долга, и другие убытки кредитора, вызванные неисполнением или ненадлежащим исполнением

обязательства должником, если иное не установлено договором гарантии.

При неисполнении обязательства, обеспеченного гарантийным взносом, по вине плательщика – гарантийный взнос остается у другой стороны; по вине получателя гарантийного взноса либо при прекращении этого обязательства по соглашению сторон; или вследствие невозможности исполнения, наступившей без их вины, – гарантийный взнос подлежит возврату [8].

Гарантия и гарантийный взнос имеют ряд преимуществ по отношению к иным мерам и способам обеспечения обязательств:

- в отличие от задатка при гарантийном взносе при неисполнении обязательства по вине получателя гарантийного взноса возврату подлежит только гарантийный взнос;
- обязательство по оплате может возникать, как в силу соглашения сторон, так и в случаях, предусмотренных законодательными актами;
- сумма гарантийного взноса может не засчитываться в счёт платежей по договору, если это предусмотрено законодательством актами, соглашением сторон или вытекает из существа обязательства [9].

Библиографические ссылки

1. URL: <http://avenue.siberia.net>.
2. URL: <http://www.gratanet.com>.
3. URL: <http://www.bibliotekar.ru>.
4. URL: <http://aub.kg>.
5. Аванесова Г. А. Банковская гарантия в международной торговле // *Хозяйство и право*. 1998. № 9. С. 51.
6. Еремычева И. И., Ермаков С. Л. Правовое регулирование и виды банковской гарантии // *Право и экономика*. 2003. № 12. С. 23.
7. Садилов О. Н. *Гражданское право*. Т. 1. М., 2006.
8. URL: <http://www.gratanet.com>.
9. URL: <http://contract-spb.ru>.

© Марьясов Д. О., 2012

УДК 669.713.7

М. Р. Мингазов
Научный руководитель – В. В. Сафронов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

К ВОПРОСУ О МЕЖДУНАРОДНЫХ ВОЗДУШНЫХ ПЕРЕВОЗКАХ

В качестве международной воздушной перевозки рассматривается перевозка, при которой хотя бы один из пунктов посадки находится на территории другого государства (ст. 101 Воздушного кодекса).

В отличие от других видов транспорта в перевозках на воздушном транспорте первое место занимают пассажиры. Воздушный транспорт широко используется для перевозки срочных, скоропортящихся ценных и других грузов, багажа и почты.

Перед другими видами транспорта авиационный имеет определенные преимущества. К наиболее важным из них относятся: высокая скорость движения

пассажиров и грузов; сокращение пути, что оказывает существенное влияние на экономию времени по доставке пассажиров и грузов; быстрота организации воздушного сообщения; высокая маневренность и приспособляемость авиатранспорта к различным объемам перевозок, к их сезонным колебаниям.

Международные воздушные перевозки регламентируются в основном Конвенцией о Международной

гражданской авиации 1944 г., Конвенцией для унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок 1929 г. (Варшавская конвенция), двусторонними договорами РФ и национальным законодательством государств.

Согласно Варшавской конвенции, ответственность перевозчика основана на вине, которая презюмируется. Иными словами, ответственность наступает независимо от доказательства вины перевозчика.

В мае 1999 г. принята Монреальская конвенция для унификации некоторых правил международных воздушных перевозок.

Монреальская конвенция применяется при всякой международной перевозке людей, багажа или груза, осуществляемой за вознаграждение посредством воздушного судна. Она применяется также к бесплатным перевозкам, осуществляемым посредством воздушного судна авиатранспортными предприятиями.

Правила воздушных перевозок почты должны быть согласованы со специально уполномоченным органом в области почтовой связи. По договору воздушной перевозки пассажира перевозчик обязуется перевезти пассажира воздушного судна в пункт назначения с предоставлением ему места на воздушном судне, совершающем рейс, указанный в билете, а в случае воздушной перевозки пассажиром багажа, доставить также этот багаж в пункт назначения и выдать пассажиру или управомоченному на получение багажа лицу. Срок доставки определяется установленными перевозчиком правилами воздушных перевозок.

Пассажир воздушного судна обязуется оплатить воздушную перевозку, а при наличии у него багажа сверх установленной перевозчиком нормы бесплатного провоза багажа и провоз этого багажа.

За вред, причиненный жизни или здоровью либо имуществу пассажира воздушного судна при воздушной перевозке, владелец воздушного судна несет ответственность в размере, предусмотренном гражданским законодательством РФ, если иное не предусмотрено международным договором РФ.

Вопросы регламентации международных воздушных перевозок также отражены в двусторонних договорах РФ. Например, в Соглашении между правительствами РФ и Киргизской Республики о воздушном сообщении и сотрудничестве в области воздушного транспорта 1996 г. указывается, что коммерческие вопросы, касающиеся полетов воздушных судов и перевозок пассажиров, груза и почты на договорных линиях, будут решаться по договоренности между назначенными авиапредприятиями и представляющих на утверждение авиационных властей договаривающихся сторон. Тарифы на любой договорной линии должны устанавливаться на разумном уровне с учетом всех соответствующих факторов, включая эксплуатационные расходы, разумную прибыль и тарифы других авиапредприятий для любой части установленного маршрута.

© Мингазов М. Р., 2012

УДК 341.215.2

Н. И. Наумцев

Научный руководитель – В. В. Сафронов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

НЕПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ, КАК ОСОБЫЙ УЧАСТНИК ПРАВООТНОШЕНИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ КОСМИЧЕСКОМ ПРАВЕ

Исследуются особенности правового положения неправительственных организаций, как участников правоотношений в международном космическом праве, а также рассматривается правовой статус данных организаций, их роль в коммерциализации космоса.

Международная неправительственная организация – международная организация, учрежденная не на основе межправительственного соглашения, а с помощью учредительного документа. Особое внимание необходимо уделить международным неправительственным организациям, осуществляющим свою деятельность в космической сфере. К таковым относят следующие организации: Международный комитет по исследованию космического пространства (КОСПАР); Международная астронавтическая федерация (МАФ); Международная астронавтическая академия (МАА); Международный институт космического права (МИКП) [2].

Несмотря на то, что международные неправительственные организации являются активными участниками в осуществлении международного сотрудничества в исследовании космического пространства в

мирных целях, они не наделены статусом субъекта международного космического права. Это объясняется рядом причин:

1. Международные неправительственные организации создаются в соответствии с национальным законодательством, а не путем заключения межправительственного соглашения, т. е. создателями являются научные общества, а не государства;

2. Данные организации осуществляют свою деятельность лишь с разрешения и под неизменным наблюдением государства, где они были созданы. Так, в соответствии с Договором о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела, в статье 6 содержится подтверждение данного положения: «Деятельность неправительственных юридических лиц в космическом пространстве, вклю-

чая Луну и другие небесные тела, должна проводиться с разрешения и под постоянным наблюдением соответствующего государства...» [1]

3. Неправительственные организации имеют статус наблюдателя либо консультанта;

4. Международные неправительственные организации делегируют свою ответственность на государство, т.е. фактически всю ответственность за осуществление деятельности несет государство. Данный тезис находит также свое подтверждение в Договоре о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела в статье 6, где сказано: «Государства ... несут международную ответственность за национальную деятельность в космическом пространстве ... независимо от того, осуществляется ли она правительственными органами или неправительственными юридическими лицами...» [1]

5. Деятельность большинства данных организаций не носит коммерческий характер.

Так, например, задачами МАФ является содействие распространения информации; проведение международных астронавтических конгрессов, симпозиумов, коллоквиумов; поощрение общественного интереса к проблемам исследования космоса. МИКП же в свою очередь основной задачей ставит популяризацию целей и возможностей космической деятельности [2].

Существует гипотеза, что в связи с коммерциализацией космоса, помимо международного космического публичного права будет существовать и частное. В таком случае международные неправительственные организации, возможно, приобретут статус субъекта, если будут осуществлять коммерческую деятельность. На данный момент существует несколько неправительственных организаций, осуществляющих коммерческую деятельность в космической индустрии. К таким организациям относят: Arianespace (Арианспейс), которая является первой коммерческой компанией, осуществляющей космические перевозки, а также организация «Морской старт» – международный консорциум по эксплуатации космодрома «Морской старт».

Наблюдается тенденция, что количество подобных организаций с каждым годом будет увеличиваться и тогда возникнет необходимая потребность совершенствования космического законодательства, например разработка Договоров и соглашений по коммерциализации космоса в рамках Организации Объединенных Наций, что в свою очередь позволит выделить «международное космическое частное право» в отдельную отрасль правовой системы. Главенствующее положение в такой отрасли будут играть как раз таки международные неправительственные организации.

Необходимым условием существования таких организаций будет являться лицензирование и страхование деятельности, что является частью национального законодательства, которое должно находиться в полном соответствии с международным.

Обязанностью соответствующих юридических лиц является соблюдение международных и национальных норм права, направленных на регулирование космической деятельности. С учетом перспективы развития космического туризма актуальным становится также изучение правового статуса космических туристов [3].

На данный же момент понятие «международное космическое частное право» употребляется условно, и соответственно ему нет места в правовой системе, поэтому международные неправительственные организации отнюдь не являются субъектами космического права.

Выделяют следующие виды международных неправительственных космических организаций:

1. Коммерческие, т. е. главной целью которых является извлечение прибыли (Arianespace, «Морской старт»).

2. Некоммерческие (КОСПАР, МАФ, МАА, МИКП).

Библиографические ссылки

1. Договор о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела. 21 января 1967 г. // Действующее международное право. М. : Изд-во МНИМП, 1997. Т. 3. С. 625–630.

2. Васильков С. А., Малков С. П. Нормативно правовое обеспечение космической деятельности : монография. СПб.: Изд-во СПбГУАП, 2003.

3. Юзбашян М. Р. К вопросу о формировании международного космического частного права // Московский журнал международного права. 2008. № 2.

© Наумцев Н. И., 2012

УДК 347.6

В. С. Ненахова

Научный руководитель – В. В. Сафронов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

К ВОПРОСУ О ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ В СФЕРЕ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В АЭРОКОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Развитие российского авиапрома, российской ракетно-космической индустрии – это показатель, в котором отражается престиж государства, обеспечение обороноспособности страны, её безопасности, это возможность создания условий для современного экономического роста и технологического развития России. Оказывать поддержку российскому аэрокосмическому комплексу – это абсолютный стратегический приоритет.

тет для нашего государства. За 2009–2011 годы в рамках развития авиапрома государство выделило на эти программы свыше 270 млрд рублей, а по уровню ежегодных расходов на освоение космоса страна вышла на 4-е место в мире по абсолютным объёмам вложения средств [2].

Однако чтобы обеспечить устойчивое развитие аэрокосмической отрасли и конкурентоспособность России на внешнем рынке, помимо финансирования необходим постоянный мониторинг законодательной базы.

Члены Комитета ТПП РФ постоянно работают по поручению Правительства РФ и руководства Объединенной авиастроительной корпорации по подготовке проектов правовых документов. В 2010 году Комитет ТПП РФ по развитию авиационно-космического комплекса проработал следующие законопроекты: о внесении изменений и дополнений в законодательные акты Российской Федерации с целью стимулирования инновационной деятельности и внедрения в производство наукоемких технологий, о внесении изменений и дополнений в Воздушный кодекс Российской Федерации, о внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «О транспортной безопасности» [2].

К 2012 году выявлены следующие основные проблемы в законодательстве:

1. Федеральный закон № 65-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О техническом регулировании» нельзя распространять на гражданскую авиационную технику вследствие того, что:

- регулирование в области безопасности при разработке, производстве, ремонте и испытаниях авиационной техники должно осуществляться в соответствии с законодательством в области авиационной деятельности и международно-правовыми нормами;
- особенности технического регулирования в отношении авиационной деятельности должны устанавливаться Правительством РФ [1].

2. Предлагаются следующие предложения для внесения их в Таможенный кодекс:

- ввести новый таможенный режим: «Вывоз товаров для осуществления гарантийного и сервисного обслуживания», позволяющий предприятиям-экспортерам вывозить запасные части и комплектующие изделия с последующим возвратом. При этом вывозные таможенные пошлины не должны взиматься, а запреты и ограничения экономического характера, установленные в соответствии с законодательством Российской Федерации, не должны применяться;
- предлагается предусмотреть беспошлинный ввоз оборудования и комплектующих изделий, не имеющих отечественных аналогов, для производства авиационной техники;
- ввести на складах авиастроительных предприятий предварительное декларирование, складирование изделий и таможенный контроль;
- обеспечить беспошлинный ввоз на территорию России материалов и комплектующих изделий для изготовления продукции, включенной в перечень изделий, утвержденный Правительством РФ, производственный цикл изготовления которых составляет более 6 месяцев;
- необходимо отменить таможенное оформление чартерных перевозчиков при осуществлении внутреннего таможенного транзита [1].

3. Применение на воздушных судах некондиционных, с фальсифицированной документацией, комплектующих изделий и запасных частей является одной из весомых причин снижения уровня безопасности полетов. Вместе с тем, эта деятельность в нашей стране законодательно не является уголовно наказуемой. Предлагается внести следующее дополнение в статью 171 Уголовного кодекса РФ:

1) производство, приобретение, хранение или сбыт некондиционной продукции с целью использования при эксплуатации авиационной техники наказывается лишением свободы на срок до трех лет;

2) те же деяния, совершенные организованной группой неоднократно и приведшие к летным происшествиям, инцидентам или катастрофам, наказываются лишением свободы на срок до шести лет.

4. В 2009 году таможенное оформление авиатаров производилось в Шереметьевском аэропорту в течение всего 3-х часов (было указание ФТС России № 01-10 2966 от 27.01.2009 г. начальнику Шереметьевской таможни). Ссылаясь на данный факт, предлагается принять постановления Правительства РФ по следующим вопросам:

- установить правила формирования, утверждения и изменения перечней беспошлинного экспорта авиазапчастей, расходных материалов и ремонтного оборудования, необходимых для технического обслуживания и ремонта ранее беспошлинно ввезенных воздушных судов и оборудования;
- определить максимально короткие сроки таможенного оформления экспорта-импорта авиазапчастей;
- ввести процедуру электронного декларирования товаров.

Учитывая, что сроки эксплуатации гражданских самолетов составляют 30 и более лет, перечни беспошлинного экспорта авиазапчастей, расходных материалов и ремонтного оборудования, необходимых для технического обслуживания и ремонта должны быть постоянно действующими и максимально простыми [1].

5. С целью подготовки и привлечения в авиапромышленность квалифицированных молодых специалистов предлагается:

- законодательно предоставить возможность предприятиям авиапромышленности создавать на базе высших учебных заведений и научных организаций лаборатории, осуществляющие научную и научно-техническую деятельность. В то же время необходимо разрешить высшим учебным заведениям и научным организациям создавать специальные кафедры по осуществлению образовательного процесса на базе предприятий авиапрома;
- предусмотреть возможность заключения контракта со студентом не позднее, чем за три года до окончания учебного заведения. Ввести нормы предоставления молодым специалистам социально оправданных, минимальных размеров жилья и необходимого уровня оплаты труда;

– внести изменения в Федеральный закон «О воинской обязанности и военной службе» и установить отсрочку от призыва на военную службу на весь срок работы на предприятии, указанный в договоре [1].

6. Предлагается внести следующие изменения в Федеральный закон № 10-ФЗ от 8.01.1998 г. «О государственном регулировании развития авиации»:

– внести в закон положение о регламентации функций государственного регулирования со стороны «специально уполномоченного органа в области оборонной промышленности». Функции «специально уполномоченного органа» следовало бы возложить на Минпромторг РФ;

– внести в закон положение об ответственности изготовителей авиационной техники за ведение и электронную публикацию баз данных по выпущенным учтенным изделиям [3].

7. Фактически малая авиация в России является бесхозной. Поэтому необходимо определить головную структуру по ведению дел в сфере авиационной деятельности малой авиации [3].

8. Летные инциденты всё время повторяются, их причины – тоже, но главное, почему это происходит: экипажи не уходят на второй круг. Подобное положение является типичным, это говорит о том, что причина неправильных действий экипажей – недоучен-

ность летчиков. Авиакомпании экономят деньги на обучении летного состава, полноценных учебных программ не разрабатывают. Сейчас почти не проводят психологическую подготовку летчиков. Поэтому было бы разумно законодательно обязать авиакомпанию обеспечить высокопрофессиональную подготовку лётного состава [1].

Библиографические ссылки

1. Комитет ТПП РФ по развитию авиационно-космического комплекса Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tpprf.ru/ru/committee/kotavia/>

2. Путин В. В. на торжественном мероприятии, посвященном открытию юбилейного, 10-го Международного авиационно-космического салона «МАКС-2011» // Правительство российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://premier.gov.ru/events/news/16208/>

3. Семенченко И. «О развитии малой авиации в Российской Федерации» // Журнал «Авианорама». 21.04.08. № 2.

© Ненахова В. С., 2012

УДК 341.229

Е. А. Одинцова

Научный руководитель – В. В. Сафронов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

К ВОПРОСУ О ПРАВОВОЙ ПРИРОДЕ ПОНЯТИЯ «КОСМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

Деятельность человека по исследованию и использованию космического пространства (включая естественные небесные тела внеземного происхождения) получила название космической. Использование термина «космическая деятельность» дает основание считать, что государства не ограничивают его деятельностью исключительно в космическом пространстве, но относят к нему и деятельность на Земле, если она связана с деятельностью в космическом пространстве.

Первое официальное упоминание понятия космической деятельности в международном документе встречается в резолюции Генеральной Ассамблеи ООН 1721 (XVI) от 20 декабря 1961 г. [1].

Договор по космосу 1967 года, устанавливающий принципы деятельности государств и на Земле, исходит из того, что к понятию «космическая деятельность» относится и деятельность на Земле, если она имеет отношение к исследованию и использованию космического пространства [2].

Возникает вопрос о том, на какую деятельность распространяются нормы и принципы космического права. Толкование понятия космической деятельности зависит от подхода к этому вопросу со стороны того или иного государства.

К понятию космической деятельности, бесспорно, относятся действия людей (космонавтов) и работа автоматических аппаратов и приборов на борту космических объектов, включая выход людей и вынос приборов в открытый космос или на поверхность небесных тел.

Таким образом, понятие космической деятельности связывается с деятельностью в космической среде, включая операции, осуществляемые на Земле в связи с запуском космического объекта, его управлением и возвращением на Землю.

Конвенция о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами, прямо устанавливает, что «термин «запуск» включает попытку запуска» [3]. Следовательно, для того чтобы попасть под действие норм конвенции, соответствующие операции должны иметь связь не обязательно с реальной космической деятельностью, но и с намерением ее осуществить. К примеру, Договор по космосу 1967 года предусматривает международную ответственность за ущерб, причиненный объектами, запуск которых в космическое пространство осуществлен или только организован и производится [4].

Необходимость международно-правового регулирования космической деятельности и режима космического пространства вытекает из того факта, что космическая деятельность затрагивает интересы мно-

гих государств даже тогда, когда она физически не затрагивает пределы территориальной юрисдикции иностранных государств. Космическое пространство и небесные тела представляют интерес с точки зрения их исследования и использования для всех без исключения государств. Кроме того, результаты деятельности, осуществляемой в космическом пространстве, могут оказывать влияние на жизнь людей многих государств мира.

Учет всего этого приводит к выводу, что космическая деятельность носит глобальный характер, не ограничиваясь национальными рамками государства, непосредственно ее осуществляющего.

В Договоре по космосу 1967 года установлено, что исследование и использование космического пространства являются «достоянием всего человечества». Юридическое содержание этого положения заключается в том, что космическая деятельность должна осуществляться на благо и в интересах всех стран в соответствии с международным правом в интересах поддержания международного мира и безопасности и развития международного сотрудничества и взаимопонимания [5].

Российская доктрина исходит из того, что космическое право призвано регулировать деятельность государств по освоению космоса независимо от места ее осуществления.

В соответствии с Законом Российской Федерации «О космической деятельности» подкосмической деятельностью понимается любая деятельность, связанная с непосредственным проведением работ по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела. Космическая деятельность также включает в себя создание, в том числе разработку, изготовление и испытания, использование (эксплуатацию) космической техники, космических материалов и космических технологий и оказание иных связанных с космической деятельностью услуг, а также международное сотрудничество Российской Федерации в области исследования и использования космического пространства [6].

Таким образом, космическая деятельность – это любая деятельность, связанная с доступом в космос, непосредственно в космосе, через космос и из космо-

са для достижения определенных целей. Следовательно, можно выделить следующие признаки:

- представляет собой научные космические исследования;
- включает в себя не только действия людей, но и работу автоматических аппаратов и приборов на борту космических объектов;
- включает также операции, осуществляемые на Земле в связи с запуском космического объекта;
- регулирует деятельность государств по освоению космоса независимо от места ее осуществления;
- результаты оказывают влияние на жизнь людей многих государств мира;
- должна осуществляться на благо и в интересах всех стран;
- включает деятельность на Земле, если она имеет отношение к исследованию и использованию космического пространства.

Библиографические ссылки

1. *Международное сотрудничество в использовании космического пространства в мирных целях: Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН 1721 (XVI) от 20 декабря 1961 г.*
2. *Договор о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела от 27 января 1967 года (ст. VII)*
3. *Конвенция о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами от 29 марта 1972 г. (п. b ст. I).*
4. *Договор о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела от 27 января 1967 года (ст. VII).*
5. *Договор о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела от 27 января 1967 года (ст. I и III).*
6. *О космической деятельности : закон РФ от 20.08.1993 № 5663-1 (ред. от 21.11.2011).*

© Одинцова Е. А., 2012

УДК 34.097

А. К. Позднякова, А. А. Сандалова
 Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ МИЛИТАРИЗАЦИИ В КОСМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Одним из основных принципов международного космического права является использование космического пространства исключительно в мирных целях. Однако, несмотря на многочисленные соглашения о сотрудничестве, в 2010-2011 году мировые державы продолжили космическую гонку вооружений.

На данный момент главным источником космического права является «Договор о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие

небесные тела» от 27 января 1967 г. (Договор по космосу). Согласно этому договору, государства-участники осуществляют деятельность по исследованию и использованию космического пространства,

в том числе Луны и других небесных тел, в соответствии с международным правом, включая Устав Организации Объединенных Наций, в интересах поддержания международного мира и безопасности и развития международного сотрудничества и взаимопонимания [1].

Согласно нормам международного космического права, космос является частично демилитаризованным пространством [2]. Так, например, запрещается выводить в космос ядерное и иное оружие массового уничтожения. В то же время запрет не охватывает пролет через космос движущихся по баллистической траектории головных частей межконтинентальных ракет. В отношении Луны и других небесных тел установлен более жесткий режим: они используются всеми государствами исключительно в мирных целях, запрещается создание на небесных телах военных баз, сооружений и укреплений, испытание любых типов оружия и проведение военных маневров.

Несмотря на то, что мировое сообщество выступает за принцип мирного использования космоса, ведущие страны продолжают усовершенствовать свои космические аппараты, преследуя как мирные, так и военные цели [3]. Большая часть доходов бюджета данных стран тратится на содержание и развитие космических войск, а так же на создание более совершенного оружия, которое может быть использовано в космосе. Это обусловлено тем, что господство в космическом пространстве позволило бы контролировать зоны военных конфликтов как на суше, так и на море, а также предоставило бы существенное стратегическое преимущество перед остальными странами.

В 2008 году, в рамках совместного сотрудничества, Россия и Китай внесли на рассмотрение конференции ООН по разоружению проект договора «О недопущении размещения вооружений в открытом космосе». США категорически отвергли инициативу Китая и России, объяснив это тем, что они выступают против принятия новых правовых документов и каких-либо запретов, которые могут ограничить или перекрыть доступ или использование космического пространства [4].

Несмотря на то, что ранее наша страна выступала с инициативой сотрудничества в рамках использования космического пространства в мирных целях, в начале этого года Россия и США проигнорировали предложенный Европейским Союзом «кодекс поведения» в космической деятельности в его нынешнем виде. Договор в основном состоит из общих принципов: так, присоединившиеся к нему страны должны наблюдать за тем, чтобы космос оставался зоной, свободной от конфликтов, избегать столкновений и отказаться от уничтожения спутников. Главной причиной отказа со стороны каждой из стран является нежелание публикации военной части своих космических программ из-за секретности данной информации. Ведущие страны не собираются раскрывать информа-

цию, которая может быть использована их соперниками [5].

Однако, несмотря на заключенные договоры и соглашения о сотрудничестве в отношении космического пространства, ведущие страны признают начало гонки вооружений в космосе. Так, например, США признало неизбежным нарастание соперничества мировых держав за военное господство в космосе. Американские военные стратеги признали неизбежной милитаризацию космоса и гонку вооружений за господство в космическом пространстве, поставив перед вооруженными силами задачу добиваться в ближайшие годы развертывания как оборонительных, так и наступательных вооружений соответствующего профиля [6].

Существует множество фактов, подтверждающих гонку вооружений в космосе. Так, например, в 2010 году США в условиях строжайшей секретности вывели на орбиту беспилотный космический корабль многогоразового использования X-37b. На сегодняшний день никто с точностью не может сказать, что именно X-37b делал в космосе семь с половиной месяцев. Ряд китайских СМИ предположил, что корабль был создан для транспортировки космического оружия на орбиту [7].

Проанализировав данную тему, остается добавить, что космическое пространство является общим достоянием, и интересам мирового сообщества отвечает его освоение и использование только в мирных целях.

Библиографические ссылки

1. Договор о принципах деятельности по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела (Москва – Вашингтон – Лондон, заключен 27.01.1967 г.).
2. Международное космическое право. М. : МО, 1985.
3. Яковенко А. В. Современные космические проекты: международно-правовые проблемы. М. : Международные отношения, 2009.
4. Петренко Т. Проект договора о демилитаризации космоса – не более чем политический жест [Электронный ресурс]. URL: <http://panarin.com/comment/785/reklama.php>.
5. Тошер «Кодекс поведения» в космосе [Электронный ресурс]. URL: Режим доступа: <http://earth-chronicles.ru/news/2012-01-17-15286>.
6. Итоги международного сотрудничества Роскосмоса в 2011 году [Электронный ресурс]. URL: <http://www.federalspace.ru/main.php?id=23>.
7. Штуте Д., Барановская М. Милитаризация космоса: удастся ли избежать? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dw.de/dw/article/0,,15755733,00.html>.

© Позднякова А. К., Сандалова А. А., 2012

УДК 004.00034

А. А. Полежаева, Д. В. Большаков
 Научный руководитель – А. С. Данилова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск
 Аэрокосмический колледж, Красноярск

ЗАЩИТА ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ

Раскрыта сущность и значение защиты персональных данных, используемых в информационных системах, их особенности, проблемы правового регулирования.

На сегодняшний день системы защиты информации очень востребованы как среди государственных, так и среди коммерческих организаций. Персональные данные нуждаются в надежной защите ввиду повсеместно распространившихся краж информации, превратившихся в проблему мирового масштаба.

Серьезность и острота проблемы потребовали от органов государственной власти принятия конкретных мер по ее урегулированию. В 2007 году в России вступил в силу Федеральный закон «О персональных данных» (№ 152-ФЗ), направленный на обеспечение всех необходимых мер по защите информации, используемой коммерческими и государственными организациями. В соответствии с 152-ФЗ, каждое предприятие должно обеспечить защиту персональных данных своих сотрудников, клиентов и партнеров и принять все необходимые меры во избежание следующих правонарушений: кража персональных данных; изменение; блокирование; копирование; разглашение информации и другие незаконные действия, указанные в 152-ФЗ [1–3].

Персональные данные (ПД) – любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному

или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных). В настоящее время различают различные виды персональных данных, классификация которых представлена в таблице.

Нормативной основой защиты персональных данных являются нормы Конституции РФ, Федерального закона «О персональных данных», Указ Президента РФ «О перечне сведений конфиденциального характера» и другие акты.

В России защита персональных данных сводится к созданию режима обработки персональных данных, включающего: создание внутренней документации по работе с персональными данными, создание организационной системы защиты персональных данных, внедрение технических мер защиты основную функцию по выполнению этих этапов отведена специальным регулирующим органам (ФСБ, ФСТЭК). Лицензия ФСТЭК России на техническую защиту конфиденциальной информации нужна только в случае, если организация оказывает услуги по созданию системы защиты персональных данных для других лиц.

Классификация персональных данных [1; 3]

№	Признак	Вид
1	По содержанию обрабатываемых персональных данных	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Специальные категории персональных данных – закрытый перечень приведённый в статье 10 состоящий: расу, национальность, политические взгляды, религию, философию, состояние здоровья, интимную жизнь. Обрабатывается или на основании Закона или при наличии согласия субъекта. Здесь в рамках ФЗ 152 устанавливаются ограничения на основания обработки: это письменное согласие, законное основание или общедоступные ПД ▪ Супер специальная категория, которая обрабатывается только при наличии Федерального Закона определяющего необходимость обработки, согласие в данном случае не дает основание на обработку.
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ ПД в ГИС и МИС. Обработка ведется в соответствии с профильными федеральными законами, так же вводятся ограничения на способы обозначения принадлежности ПД. ▪ ПД при продвижении товаров, работ, услуг на рынке, а также в целях политической агитации. Ограничения, устанавливаемые законом: даже если ПД были получены из открытых источников, необходимо доказательное согласие субъекта, можно не в письменной форме ▪ ПД в ИС с решениями, принимаемыми исключительно автоматизированной обработкой. Ограничение: письменное согласие, разъяснение последствий принятия решений и способов обжалования.
3	По классам (категориям)	Категория 1 – персональные данные, касающиеся расовой, национальной принадлежности, политических взглядов, религиозных и философских убеждений, состояния здоровья
		Категория 2 – персональные данные, позволяющие идентифицировать субъекта персональных данных и получить о нем дополнительную информацию, за исключением персональных данных, относящихся к категории 1
		Категория 3 – персональные данные, позволяющие идентифицировать субъекта персональных данных
		Категория 4 – обезличенные и (или) общедоступные персональные данные

При создании системы защиты персональных данных силами организации (для собственных нужд) как техническими средствами, так и организационными – данная лицензия не нужна. Получение сертификатов регулирующих органов (ФСБ, ФСТЭК) на средства защиты информации [1; 3].

Уполномоченным органом по защите прав субъектов персональных данных, на который возлагается обеспечение контроля и надзора за соответствием обработки персональных данных требованиям законодательства Российской Федерации в области персональных данных, является Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Поскольку под понятие «Персональные данные» попадают такие данные о человеке, как фамилия, имя, отчество, дата и место рождения, адрес, семейное, социальное и имущественное положение, образование, профессия, информация о доходах и многое другое – система защиты персональных данных нужна

фактически любой организации. В случае нарушения положений закона № 152-ФЗ о защите персональных данных компания может быть привлечена к судебному разбирательству (вплоть до приостановления действий, аннулирования соответствующих лицензий), а виновные лица – к гражданской, уголовной, административной, дисциплинарной ответственности.

Библиографические ссылки

1. ГОСТ 34.602-89 Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Техническое задание на создание автоматизированной системы.

2. Прохорова М. Персональные данные: информационно-аналитическое издание. URL: <http://www.privacy-journal.ru/about>.

3. О персональных данных : федер. закон РФ от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ.

© Полежаева А. А., Большаков Д. В., 2012

УДК 336.14

Л. Ю. Поттиенко

Научный руководитель – В. В. Сафронов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

НАЛОГОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ КАК МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ НАЛОГОВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ АВИАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ

Рассматривается понятие налогового администрирования как системы управления налоговой ответственностью предприятий авиационной отрасли.

Современная российская авиационная промышленность представляет собой одно из наиболее перспективных направлений развития экономики России на ближайшие десятилетия. При этом необходимым условием повышения эффективности отрасли является совершенствование организации, методов и технологии управления, в том числе в области налогообложения.

В настоящее время для поддержки авиационной области разработан и успешно применяется целый ряд Федеральных целевых программ, предусматривающих субсидии на конкретные проекты и на конкретную деятельность, государственные гарантии на деятельность хозяйствующих субъектов, антикризисные меры, меры таможенного и налогового тарифного урегулирования (например, налоговые льготы по экспорту-импорту запасных частей и комплектующих).

На сегодняшний день основной из них является Федеральная целевая программа «Развитие гражданской авиационной техники России на 2002–2010 годы и на период до 2015 года», утвержденная Постановлением Правительства РФ от 15.10.2001 № 728 (ред. от 07.07.2011). Согласно данной программе, одним из главных приоритетов развития авиационной отрасли в экономической сфере является обеспечение дополнительных налоговых поступлений в бюджет [2].

Кроме того, на 1-й Международной конференции «Региональная авиация России и СНГ-2011», было

дополнительно подчеркнуто, что эффективное внедрение государственных программ в развитие данной отрасли возможно только при условии прозрачности бизнеса со всеми вытекающими из этого обязательствами по уплате налогов и сборов в бюджет РФ и мерами по усилению налоговой ответственности.

Механизм реализации налоговой ответственности юридических лиц, к которым относятся и авиационные предприятия, представляет собой систему определенным образом взаимодействующих элементов, функционирование которых носит взаимообусловленный характер и подчинено общей цели: обеспечению прав и законных интересов субъектов налогового регулирования и защите этих прав и интересов от налоговых правонарушений. С помощью этих элементов воплощаются в жизнь предписания, содержащиеся в нормах, устанавливающих наказание за совершение налоговых правонарушений и регулирующих применение средств налоговой ответственности [1].

При этом эффективность и действенность процесса реализации налоговой ответственности может быть оценена через механизм налогового администрирования.

Налоговое администрирование, по мнению И.А. Перонко и В.А. Красницкого, представляет собой систему управления налоговыми отношениями. В свою очередь, налоговые отношения являются предметом налогового администрирования [6].

А. В. Аронов и В. А. Кашин считают, что налоговое администрирование – это организационно-управленческая система реализации налоговых отношений, которая включает совокупность форм и методов, использование которых призвано обеспечить налоговые поступления в бюджетную систему России [3].

Исходя из вышеизложенного, налоговое администрирование предлагается рассматривать как форму управления налоговыми отношениями, как деятельность, осуществляемую в соответствии с обязанностями, целями и задачами налоговыми администраторами по взиманию налогов и сборов в соответствии с действующим законодательством, планированию налоговых поступлений, предупреждению и профилактике налоговых правонарушений, организации учета налогоплательщиков, налогового надзора.

Как механизм управления процессом реализации налоговой ответственности, налоговое администрирование должно выступать неотъемлемой частью системы экономического регулирования авиационной отрасли и быть ориентировано на непрерывный мониторинг собираемости налогов и сборов, оценку эффективности деятельности авиационных предприятий как субъектов налоговой ответственности, выявление фактов уклонения от уплаты налогов и осуществление профилактических мер, нацеленных на предотвращение возможностей налоговых правонарушений [4].

Механизм налогового администрирования призван обеспечивать реализацию общих стратегических целей налоговой ответственности, предполагая не только наличие законодательно установленных правил взимания налогов и принудительной мотивации к их исполнению, но и использование экономических рычагов, инструментов и стимулов в процессе управления налоговой ответственностью. Использование этих средств приводит к снижению налоговых правонарушений, увеличению поступления налогов в бюджет и повышению сбалансированности действий уполномоченных государственных органов.

Основными методами налогового администрирования являются налоговое планирование, налоговое регулирование и налоговый контроль. Каждому из этих методов присущи свои формы реализации, призванные обеспечивать решение определенных задач [5].

При этом ключевым методом администрирования налоговой ответственности выступает налоговый контроль, который направлен на обеспечение бюджетных поступлений и позволяет оценить правомерность применения налоговой обязанности к конкретному лицу при возникновении предусмотренных законом обстоятельств, соблюдения обязанным лицом оснований и условий расчета, а также исполнения налогового обязательства. При этом, как справедливо отмечает предусмотренные законом процедуры по взиманию налогов с обязанных лиц должны быть задействованы при выявлении фактов нарушения налогового законодательства.

Библиографические ссылки

1. *Налоговый кодекс Российской Федерации: часть вторая от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 19.07.2011) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>.*
2. *О Федеральной целевой программе «Развитие гражданской авиационной техники России на 2002–2010 годы и на период до 2015 года» : Постановление Правительства РФ от 15.10.2001 № 728 (ред. от 07.07.2011) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>.*
3. *Аронов А. В., Кашин В. А. Налоговая политика и налоговое администрирование. М. : Экономистъ, 2006. С. 17.*
4. *Казаков В. В., Поролло Е. В. Налоговый контроль и налоговое администрирование в системе принципов эффективного и ответственного управления общественными финансами // Вестник Томского государственного университета, 2009. № 32. С. 172–174.*
5. *Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2012 год и на плановый период 2013 и 2014 годов (одобрено Правительством РФ 07.07.2011) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>.*
6. *Перонко И. А., Красницкий В. А. Налоговое администрирование // Налоговый вестник, 2008. № 10. С. 22.*

© Поттиенко Л. Ю., 2012

УДК 629.7

А. С. Пыжикова

Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова
Сибирский федеральный университет, Красноярск

ПРОБЛЕМА АСТЕРОИДНО-КОМЕТНОЙ УГРОЗЫ В РАМКАХ МЕЖДУНАРОДНОГО КОСМИЧЕСКОГО ПРАВА

Последнее десятилетие внимание общественности приковано к вопросу возможности глобальной катастрофы вследствие столкновения Земли с астероидно-кометным телом. Астероидно-кометная опасность – маловероятная, но все же реальная угроза самому существованию человечества и биосферы, что делает очевидной необходимость принятия мировым сообществом энергичных мер, опирающихся на принципы международного космического права и направленные на создание системы противодействия этой угрозе на международном уровне.

Вероятность столкновения нашей планеты с достаточно крупным астероидом или кометой представ-

ляется крайне малой, однако характеризуется исключительно неблагоприятными последствиями. Так,

если астероиды размером около 100 метров способны вызывать региональную катастрофу, явившись причиной серьезных повреждений на протяжении нескольких сотен километров, то падение астероидно-кометного тела размерами более километра почувствует уже весь земной шар. По данным ученых РАН, такие тела падают примерно раз в 600 тысяч лет. Более крупные (порядка 10 километров) тела способны нарушить окружающую среду и драматически повлиять на биосферу, сократив число населяющих нашу планету видов на порядки [1]. Палеонтология и геология демонстрирует пример последствий – 65 миллионов лет назад падение астероида, в результате которого образовался кратер Чиксулуб, уже привело к смене геологического периода [3].

С развитием технологий возрастает оценка учеными ущерба в результате столкновения с астероидом. Сто лет назад считалось, что Тунгусское событие это уникальное явление. Десять лет назад частота оценивалась как одно событие раз в 300 лет [1]. В 2007 году была опубликована статья, созданная на основе исследований американских ученых Национальной Лаборатории Сандия. В ней был приведен вывод специалистов, что потрясающих масштабов уничтожение тунгусской тайги, произошедшее столетие назад в Сибири, могло быть вызвано астероидом, размер которого составляет лишь небольшую долю от ранее опубликованных оценок. Так как мелких тел больше, частота наступления событий, подобному Тунгусскому, оценивается уже как раз в 100 лет [4]. Это демонстрирует необходимость предприятия больших усилий по обнаружению и небольших астероидов, чем это делалось до сих пор.

Первый же современный всеобъемлющий анализ опасности столкновения был проведен в ходе исследования НАСА, заказанного Конгрессом, и завершено в 1992 году под руководством Дэвида Моррисона. Этот Обзорный доклад «Космическая вахта» предоставил количественную оценку опасности столкновения в зависимости от размера сталкивающегося тела (или его энергии) и предложил стратегию противостояния этой опасности [2].

На данный момент уже известны более 6,2 тысяч объектов, сближающихся с Землей (Near Earth Objects, NEOs). Под такими объектами понимаются космические тела, способные приблизиться к Солнцу ближе, чем на 1,3 астрономических единицы (1 астрономическая единица, или 1 а.е. – это средний размер земной орбиты).

Среди них выделяют потенциально опасные объекты (Potentially Hazardous Objects, PHAs), сближающиеся с Землей на расстояние менее 7,5 миллионов километров – это примерно 20 расстояний до Луны [6].

Проблема астероидно-кометной угрозы (далее АКУ) стала признанной большинством стран лишь в конце XX века. Это произошло с появлением технологий, позволяющие основывать выводы на более точных космических исследованиях. Но, несмотря на то, что мировые государства осознают серьезность проблемы, лишь немногие страны, в том числе и Россия, готовы участвовать в Рабочей группе по астероидно-кометной опасности при ООН [1]. То есть, даже

на уровне ООН кооперация происходит лишь через инициативные группы. Соответственно, до сих пор не создано источников международного космического права, каким либо образом регулирующих вопросы в рамках АКУ, такие как: должны ли испытываться технологии отклонения астероидов; кто будет в ответе за эти усилия; кто должен принять ответственность за планирование ликвидации последствий, если должно произойти такое столкновение; какие столкновения (если таковые будут) не требуют предотвращения (например, при прогнозируемом падении в океан или на территорию пустыни), и на каком основании будут приниматься подобные решения. Не регламентированы более конкретные вопросы: кому должен звонить астроном, если он обнаружил астероид на траектории столкновения с Землей? Таким образом, проблема является недостаточно проработанной с правовой точки зрения.

Остается неясным вопрос и о необходимости международного участия как такового. Может ли определенная сверхдержава взять на себя одностороннюю ответственность за защиту нашей планеты от космических столкновений? В статье «Защита земли от астероидов: случай глобального отклика» Дэвид Моррисон высказывает мнение, что ситуация здесь не отличается от той, которая наблюдается в оборонной политике. Он основывает свои выводы на том, что хотя и опасность столкновения обсуждалась на международном уровне в ООН, в Совете Европы, в Организации экономического сотрудничества и развития, в Международном астрономическом союзе, в Международном совете научных союзов, не было предпринято никаких конкретных действий [2]. Но данная точка зрения противоречит идее всестороннего международного сотрудничества государств независимо от различий в их политическом, экономическом и социальном споре в различных сферах поддержания мира и безопасности, содержащейся в Уставе ООН. Как принцип международного права эта идея она сформулирована в Декларации о принципах международного права 1970 года [5].

Директор Института астрономии РАН Борис Шустов в своей лекции отметил, что космическая угроза интернациональна, катастрофа может случиться где угодно, и одна страна не вправе решать за всю планету. Он также подчеркнул необходимость согласования политической воли, принятия правовых и политических решений, которые позволили бы разным странам, имеющим собственные интересы, договариваться по поводу методов отражения астероидных угроз. Ведь данные методы, являясь технологиями двойного назначения, интересны и для военных целей [1].

Основной предпосылкой, на которой основано международное сообщество, является сосуществование государств, то есть их сотрудничество. На мой взгляд, не вызывает сомнений потребность в согласовании мировых держав своих действий даже в случае относительно локальных астероидных угроз, например, таких, которые произошли осенью 2008 года на севере Судана, и 8 октября 2009 года вблизи южной части острова Сулавеси [7]. Мировому сообществу нельзя закрывать глаза на полное отсутствие международной правовой

регламентации всех вопросов, касающихся проблемы АКУ в надежде на то, что мы никогда не столкнемся с этой уникальной природной опасностью. Возможно, также необходимо создание специального международного Фонда, доступ к которому не ограничивался бы несколькими избранными ведущими державами и который бы аккумулировал информационные и материальные средства для разработки и создания систем противодействия данной опасности.

Библиографические ссылки

1. Газета.ru [Электронный ресурс]. URL: http://www.gazeta.ru/science/2008/06/30_a_2770533.shtml.
2. Защита земли от астероидов: случай глобального отклика [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tarusa.ru/~alik1/sgs/VOLUME13/NUMBER1/v13n1p2.pdf>.
3. Википедия свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D7%E8%EA%F1%F3%EB%F3%E1>.

4. NEWS RELEASES [Электронный ресурс]. URL: Режим доступа: <https://share.sandia.gov/news/resources/releases/2007/asteroid.html>.

5. Декларация о принципах международного права, касающихся дружественных отношений и сотрудничества между государствами в соответствии с Уставом Организации Объединенных Наций от 24 октября 1970 г [Электронный ресурс] : декларация. URL: <http://sevkrimrus.narod.ru/ZAKON/dekl-megd.htm>.

6. Astro.net [Электронный ресурс]. URL: <http://www.astronet.ru/db/msg/1202522/node3.html>.

7. Энергия [Электронный ресурс]: Ракетно-космическая корпорация «Энергия» имени С. П. Королева. URL: http://www.energia.ru/ru/archive/snews/2010/snews_06-29.html.

© Пыжикова А. С., 2012

УДК 347.8

Ю. В. Романовская
 Научный руководитель – В. В. Сафронов
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ АВИАПЕРЕВОЗОК

В настоящее время интерес к вопросу правового обеспечения международных авиаперевозок обусловлен тем, что международное право вступает в совместное с национальным правом регулирование деятельности международного воздушного транспорта.

Впервые международная воздушная перевозка была определена в Варшавской конвенции «Об унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок», 1929 г. Согласно п. 2 ст. 1 Конвенции под «международной воздушной перевозкой» понимается «всякая перевозка, при которой место отправления и место назначения вне зависимости от того, имеются или нет перерыв в перевозке или перегрузка, расположены либо на территории двух Высоких Договаривающихся Сторон, либо на территории одной и той же Высокой Договаривающейся Стороны, если остановка предусмотрена находящейся под суверенитетом, сюзеренитетом, мандатом или властью другой даже не Договаривающейся Державы [1].

В настоящее время определение Варшавской конвенции устарело. На смену пришло определение, введенное ст. 1 Монреальской конвенцией «Для унификации некоторых правил международных воздушных перевозок», принятой в 1999 г. Согласно п. 2 ст. 1 международной перевозкой признается «всякая перевозка, при которой место отправления и место назначения вне зависимости от того, имеются ли или нет перерыв или перегрузка, расположены либо на территории двух государств-участников, либо на территории одного и того же государства-участника, если согласованная остановка предусмотрена на территории другого государства, даже если государство не является государством-участником [2]. Несмотря на сходство в определениях «международной перевоз-

ки», для участников перевозки, по международным воздушным линиям, наступают разные правовые последствия.

Из определения «международная воздушная перевозка» отчетливо видно, что регулирование осуществляется как международным воздушным правом, так и национальным. Наряду с принципами и нормами международного публичного права важное значение в практическом обеспечении эксплуатации международных воздушных сообщений имеют законы и правила внутрисударственного (конституционного, административного, гражданского, арбитражного и уголовного) права, регулирующие отношения между потребителями транспортных услуг и предоставляющими их международными авиаперевозчиками. Возможности международного права неограниченны, особенно в случае частных отношений, возникающих между потребителями авиатранспортных услуг и международными авиаперевозчиками. Гражданско-правовые отношения, осложненные так называемым «иностранным элементом», регулируются международным частным правом, которое является частью национальных правовых систем различных государств. Нередко в процессе международной перевозки между авиаперевозчиком и потребителями его услуг возникают гражданско-правовые отношения, связанные с выполнением обязательств по перевозке. Одной из важных составляющих международных авиаперевозок является наличие договора перевозки. Именно с

этого момента между перевозчиком и пассажиром возникают правоотношения, которые прекращаются после выполнения перевозчиком обязательства по перевозке в пункт назначения при условии благополучного его завершения. Применение договора на практике свидетельствует об исполнении или неисполнении договорных обязательств, приводит к наступлению ответственности за их невыполнение. Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации на данные правоотношения распространяются общие положения об обязательствах, установленные в ст. 309, 314, 401, 407, 408, что крайне недостаточно для решения весьма специфических вопросов этого договора [3]. На эти правоотношения также распространяются положения Варшавской конвенции 1929 г. и Монреальской конвенции 1999 г. По завершении международной авиаперевозки, если имели место случаи причинения вреда пассажиру и его багажу, для решения связанных с возмещением вреда вопросов применяются международно-правовые унифицированные правила и соответствующие национальные законы, обеспечивающие их имплементацию в национальной правовой системе. Применяются также на этом этапе стандарты и рекомендуемая практика, содержащаяся в Приложении 9 «Упрощение формальностей» к Чикагской конвенции 1944 г. [4]. Указанные вопросы относятся к правилам международных воздушных перевозок, дополняющих договор международной воздушной перевозки. Согласно Воздушному кодексу Российской Федерации 1997 г. их установление относится к компетенции федеральных авиационных органов. Они могут быть приняты также перевозчиками при условии, что не будут противоречить федеральным авиационным правилам перевозок [5].

Следует отметить, особенностью международной перевозки является то, что она подпадает под регулирование международного и внутригосударственного права. Совпадение объекта правового регулирования международного и национального права одновременно, означает одно: в вопросах регулирования между-

народных авиаперевозок нельзя выбирать только международное право или только национальное право. Подходы международного и национального права к практическому регулированию международных перевозок должны обобщаться и применяться в комплексе. В частности, чтобы отношения по международной авиаперевозке были урегулированы должным образом, российский перевозчик должен применять Чикагскую конвенцию 1944 г., Варшавскую конвенцию 1929 г., Воздушный кодекс 1997 г., Гражданский кодекс, общие правила воздушных перевозок, а в случае спора – Арбитражно-процессуальный кодекс 2002 г.

Международные авиаперевозки – область важных экономических интересов, как государства, так и перевозчика. Таким образом, международная перевозка регулируется специальными нормами международного воздушного права, унифицированными нормами, коллизионными нормами международного частного права, а также законами и правилами национального воздушного законодательства. В силу этих обстоятельств в процессе правового регулирования международных авиаперевозок участвуют самостоятельно институты международного и национального права, в совокупности составляющие право международных воздушных перевозок.

Библиографические ссылки

1. *Об унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок : Варшавская конвенция от 12 октября 1929 г.*
2. *Для унификации некоторых правил международных воздушных перевозок : Монреальская конвенция от 28 мая 1999 г.*
3. *Гражданскому кодексу Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 06.12.2011).*
4. *О международной гражданской авиации : Чикагской конвенции от 7 декабря 1944 г.*
5. *Воздушный кодекс Российской Федерации от 19.03.1997 № 60-ФЗ (ред. от 06.12.2011).*

© Романовская Ю. В., 2012

УДК 347

О. А. Русакова

Научный руководитель – Л. А. Семенова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РЕАЛИЗАЦИЯ НОРМ МЕЖДУНАРОДНОГО ПРАВА НА ПРАКТИКЕ

Показана реализация норм международного космического права на практике и пути решения спорных вопросов при неудачных запусках или падениях ракет-носителей, космических аппаратов и других объектов в космосе, и предложения разрешения международных конфликтов.

Реализация норм международного права впервые была осуществлена при падении советского разведывательного спутника «Космос-954» на территорию Канады 24 января 1978 года, вызвав радиоактивное заражение части Северо-Западных территорий. «Космос-954» был оборудован бортовой ядерной энергетической установкой БЭС-5, мощностью 3 кВт и ре-

сурсом работы 1080 часов. Установка имела гомогенный реактор на быстрых нейтронах и термоэлектрический генератор. Реактор работал на уране-235, общая масса которого при запуске составляла 30 кг. Сама установка имела массу около тонны. Всего на территорию площадью более 100 тысяч км² упало около сотни радиоактивных обломков. Радиоактивность в

некоторых местах падения из них была значительной – до 200 рентген/час, большая же часть территории не пострадала. Жертв среди населения не было [1].

Падение спутника СССР на территорию Канады вызвало международный скандал. К поискам обломков подключились не только специалисты Канады, но и США. На основании Конвенции о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами (1972 г.) [2], Канада предъявила исковое заявление к СССР. Согласно документу «Урегулирование претензий Канады к Союзу Советских Социалистических Республик по поводу ущерба, нанесенного спутником «Космос-954» от 2 апреля 1981 года», оценивала расходы по ликвидации последствий падения в \$6 041 174,70 и настаивала на праве взыскать с СССР дополнительные неучтенные расходы, которые могут возникнуть в будущем. Согласно документу, СССР обязался выплатить Канаде 3 миллиона канадских долларов компенсации за все обстоятельства, которые повлекло за собой падение спутника.

Таким образом, впервые в мире была применена норма международного права об ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами. После этого СССР пришлось почти на три года отказаться от запусков спутников с ядерными установками на борту и серьезно усовершенствовать систему радиационной безопасности спутника.

Проблемы реализации норм международного космического права остаются актуальными и в настоящее время, в частности в борьбе с «космическим мусором».

Космический мусор включает в себя широкий спектр объектов от искусственных спутников и космических кораблей. Спутники могут упасть из-за прекращения поставок топлива и электроэнергии, или могут выйти из строя из-за неисправности. Они могут быть уничтожены в ходе противоспутникового испытания

ракет. Так же существуют тысячи таких «мертвых» спутников, которые вращаются вокруг Земли, ожидают своей очереди для вхождения в атмосферу Земли и падают, как яркие метеоры. И здесь встает вопрос: как нормы международного космического права действуют в случаях столкновения нефункционирующих спутников разных государств и причинения ущерба третьей стороне? Кто должен нести ответственность за причиненный ущерб в случае столкновения нефункционирующего спутника с действующим спутником, и в случае падения нефункционирующего спутника на территорию какой-либо страны?

Для борьбы с космическим мусором швейцарские ученые разработали спутник-«дворник». Целью его работы является удаление нефункционирующих космических аппаратов, фрагментов и т. д. с низких орбит (до 600 км). Но как быть в случае отказа страны-владельца нефункционирующего спутника от удаления упомянутого спутника с орбиты? Необходимо ли составить международный договор, прописывающий права данного спутника на уборку всех нефункционирующих космических объектов и их фрагментов с орбит?

Я считаю, что должен быть составлен договор о добровольном согласии стран-владельцев данного мусора, не противоречащий нормам международного космического права.

Библиографические ссылки

1. *Космос-954*. [Электронный ресурс]. URL: www.wikipedia.org.ru (дата обращения: 04.04.2012 г.).
2. *Конвенция о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами*. [Электронный ресурс]. URL: www.zkonpost.ru (дата обращения: 04.04.2012 г.).

© Русакова О. А., 2012

УДК 669.713

В. В. Сафронов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ СУБЪЕКТОВ МЕЖДУНАРОДНОГО КОСМИЧЕСКОГО ПРАВА

Рассмотрен ряд аспектов сущности и содержания одного из элементов правоотношений международного космического права – субъекта. Представлены признаки субъектов международного космического права, а также их классификация.

Долгое время в международном праве субъекты международного космического права рассматривались как участники международных космических правоотношений, имеющие субъективные права и юридические обязанности. К числу наиболее сложных и спорных проблем международного космического права, как, впрочем, и всего международного права, относится проблема определения круга субъектов и объекта данной отрасли права, которая, к сожалению, пока еще не получила достаточно полной разработки и единообразного решения в теории международного

права. Согласно общей теории права под субъектом права понимается обладатель прав и носитель обязанностей, лицо, участвующее или могущее участвовать в правоотношении. Под субъектом международного права вообще и международного космического права, в частности, понимается потенциальный участник международно-правового отношения (космического правоотношения), который способен обладать правами и обязанностями и в надлежащих случаях нести международно-правовую ответственность. Известно, что международное космическое право устанавливает

правила поведения, которых субъекты международного космического права должны придерживаться в своих отношениях друг с другом по поводу деятельности в космическом пространстве, а также правила, непосредственно относящиеся к использованию человечеством самого космического пространства. Различного рода запреты, налагаемые международным космическим правом на государства в отношении космического пространства, включая Луну и другие небесные тела (запрещение испытаний ядерного оружия, запрещение национального присвоения космического пространства, включая Луну и другие небесные тела, запрет выводить на орбиту вокруг Земли любые объекты с ядерным оружием или любыми другими видами оружия массового уничтожения, устанавливать такое оружие на небесных телах, размещать такое оружие в космическом пространстве каким-либо иным образом и т. д.), являются ничем иным, как регламентацией отношения субъектов к самому космосу. Вместе с тем, такая регламентация отношений субъектов к космическому пространству представляет собой, в конечном счете, регламентацию и отношений субъектов международного космического права между собой. Поэтому логично сделать вывод, что международное космическое право регулирует отношения между своими субъектами в связи с исследованием и использованием космического пространства, включая и отношение субъектов к самому космосу. Таким образом, ответ на вопрос о том, что следует понимать под термином «субъект международного космического права», следует искать прежде всего в текстах действующих договоров и соглашений по космосу, в толковании их отдельных положений и статей. Так, в соответствии со ст. XIV Договора по космосу участниками этого договора могут быть только государства. На это же указывает и полное название самого Договора. Причем положения Договора применяются в отношении деятельности государств-участников «независимо от того, осуществляется ли такая деятельность одним государством... или совместно с другими государствами, в том числе в рамках международных межправительственных организаций» (ст. XIII), а практические вопросы, которые могут возникать а связи с осуществлением международными межправительственными организациями деятельности по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела, решаются государствами-участниками Договора, либо с соответствующей международной организацией, либо с одним или несколькими государствами-членами этой организации, являющимися участниками Договора. Только государства, в соответствии со ст. VI Договора по космосу, несут международную ответственность за национальную деятельность в космическом пространстве независимо от того, осуществляется она правительственными органами или неправительственными юридическими лицами, а также за обеспечение того, чтобы национальная деятельность проводилась в соответствии с положениями Договора. Причем космическая деятельность неправительственных юридических лиц должна проводить-

ся только с разрешения и под постоянным наблюдением соответствующего государства-участника Договора. Приведенные положения Договора по космосу неопровержимо свидетельствуют о том, что основными субъектами международного космического права, участвующими или могущими участвовать в международных космических правоотношениях, являются суверенные государства как носители международных прав и обязанностей. Международная космическая правосубъектность государства не зависит от какого-либо акта или волеизъявления других участников международных отношений, она не ограничена в объеме. Вторичными, производными, субъектами международного космического права являются правомерно созданные государствами и правомерно действующие международные организации. Объем космической правосубъектности таких международных межправительственных организаций ограничен, он определяется волей государств-членов и фиксируется в международном договоре, на основании которого эти организации учреждаются. Говоря о международных организациях как субъектах: международного космического права, следует иметь в виду что если специальные международные космические организации, такие, например, как Международная организация морской спутниковой связи (ИНМАРСАТ), Международная организация связи через искусственные спутники Земли (ИНТЕЛСАТ), Европейское космическое агентство (ЕКА) и др., могут являться как субъектами международных космических правоотношений (в силу своей компетенции, определенной учредительными актами), так субъектами международных правоотношений вообще, то любая другая международная организация не всегда может быть субъектом международных космических правоотношений, так как для этого необходимо, чтобы государства-члены наделили ее специальной компетенцией, зафиксированной в уставе. Действующее международное космическое право допускает возможность осуществления деятельности по исследованию и использованию космического пространства как государствами в рамках международных организаций, так и самими международными организациями. Так, ст. VI Договора по космосу устанавливает, что «в случае деятельности в космическом пространстве, включая Луну и другие небесные тела, международной организации, ответственность за выполнение настоящего Договора несут, наряду с международной организацией, также и участвующие в ней государства-участники Договора» [1]. В завершении следует отметить, для того, чтобы быть субъекты международного космического права стали носителями правового статуса, они должны обладать правосубъектностью, которая включает в себя международно-правовую правоспособность, дееспособность и деликтоспособность.

Библиографическая ссылка

1. Малков С. П. *Международное космическое право : учеб. пособие / СПбГУАП. СПб., 2002. 344 с.*

© Сафронов В. В., 2012

УДК 004.00034

Н. В. Семенов
 Научный руководитель – А. С. Данилова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск
 Аэрокосмический колледж, Красноярск

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ, ФОРМИРУЮЩИХСЯ В ПРОЦЕССЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ СЕТЕЙ

Раскрыта сущность компьютерных сетей, их основные виды. Представлены перспективные направления развития правового регулирования информационных отношений, формирующихся в процессе использования глобальных компьютерных сетей.

Процесс развития персонального компьютера движется с постоянно увеличивающимся ускорением, в связи с чем в настоящий момент компьютеры становятся обязательным и незаменимым атрибутом любого предприятия. Развитие информационно-коммуникационных технологий в настоящее время открывает для предприятий и людей возможность общаться и заключать сделки с другими сторонами с использованием электронных средств моментально и в глобальном масштабе. Интенсивное внедрение современных информационных технологий в экономику, государственное управление, а также в разнообразные общественные процессы является важнейшей составляющей ускоренного развития государств, структурных преобразований в экономике и реформы государственного управления [1–3].

Причиной столь интенсивного развития информационных технологий является все возрастающая потребность в быстрой и качественной обработке информации, потоки которой с развитием общества растут.

Целью данной работы является изучение проблем правового регулирования информационных отношений, формирующихся в процессе использования компьютерных сетей.

Компьютерная сеть (вычислительная сеть, сеть передачи данных) – система связи компьютеров и/или компьютерного оборудования (серверы, маршрутизаторы и другое оборудование). Для передачи информации могут быть использованы различные физические явления, как правило – различные виды электрических сигналов, световых сигналов или электромагнитного излучения. В настоящий момент выделяют следующие виды компьютерных сетей, представленные в таблице.

Объединение компьютеров в сети позволило значительно повысить производительность труда. Компьютеры используются как для производственных (или офисных) нужд, так и для обучения.

В настоящий момент пика популярности достигли глобальные компьютерные сети, представителем которого является Интернет.

В результате развития новых информационных технологий и глобализации социально-экономических процессов, изменений информационного миропорядка, с одной стороны, влечет ослабление экономической, информационной и бюджетной безопасности Российской Федерации, разрушение экономических связей и

может привести к существенному ослаблению, а при определенных обстоятельствах, даже к разрушению финансово-кредитной и налоговой систем Российской Федерации; с другой – ведет к систематическим нарушениям прав, свобод и законных интересов как хозяйствующих субъектов, осуществляющих электронную экономическую деятельность с использованием глобальных компьютерных сетей, так и физических лиц – потребителей товаров, работ или услуг, предоставляемых в электронной форме с использованием глобальной компьютерной сети Интернет.

Виды компьютерных сетей

Вид сети	Характеристика
Локальная	объединяет несколько компьютеров и дает возможность пользователям совместно использовать ресурсы компьютеров, а также подключенных к сети периферийных устройств
Региональная	компьютерная сеть в пределах одного региона
Глобальная	охватывает большие территории и включающая в себя большое число компьютеров. ГКС служат для объединения разрозненных сетей так, чтобы пользователи и компьютеры, где бы они ни находились, могли взаимодействовать со всеми остальными участниками глобальной сети

В законодательстве государств с переходной экономикой уголовная ответственность установлена за совершение следующих информационных преступлений: искажение документов, полученных из информационно компьютерного источника; взлом компьютерной системы; опубликование в электронной форме информации, которая является непристойной; проникновение в информационную среду компьютера, признанного в публично-правовых целях защищенной системой; опубликование частично или полностью подложного сертификата цифровой подписи; неправомерное неисполнение указаний официальных органов контроля и надзора в сфере информационных технологий; неправомерное неисполнение указания официальных органов контроля и надзора в сфере информационных технологий пользователю предоставить средства дешифрования информации; введение в заблуждение или сокрытие любого существенного факта от официальных органов контроля и надзора в

сфере информационных технологий при получении лицензии на сертификацию (удостоверение электронных цифровых подписей) или сертификата цифровой подписи; нарушение конфиденциальности и приватности; опубликование сертификата цифровой подписи в мошеннических целях. Представляется, что опыт зарубежных государств может быть использован в процессе совершенствования системы мер юридической ответственности в информационной сфере в Российской Федерации [2; 3].

Библиографические ссылки

1. Прокофьев К. В. *Международно-правовые проблемы обеспечения международной информационной*

безопасности в сети Интернет [Электронный ресурс] : Автореф. дис. ... канд. юрид. наук 12.00.10. М. : РУДН, 2009 (Из фондов РУДН).

2. Тедеев А. А., Петров С. М. *Актуальные проблемы современной теории информационного права // Административное право. Финансовое право. Информационное право : учеб. пособие. М. : Изд-во Моск. гуманитар. ун-та, 2005.*

3. Тедеев А. А. *Особенности правового регулирования отношений в глобальных компьютерных сетях // Информационное право. 2007. № 2(9).*

© Семенов Н. В., 2012

УДК 341.229

К. Э. Уварова

Научный руководитель – В. В. Сафронов

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КОСМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ

Анализируется регулирующая нормативно-правовая база, система и органы управления космических отношений начиная с истории космонавтики в СССР до настоящего времени.

Правовое регулирование – процесс воздействия государства на общественные отношения с помощью юридических норм (норм права).

Виды правового регулирования: централизованное (осуществляется из единого центра в масштабе всей страны); децентрализованное (подчинено централизованному, осуществляется участниками правоотношений в качестве дополнения централизованного, его доурегулирования); нормативное (деятельность субъектов правотворчества по установлению норм права (общих правил поведения); индивидуальное (деятельность участников правоотношений по конкретизации норм права – путем самостоятельного решения юридически значимых вопросов, нормативное регулирование которых законодателем не является исчерпывающим, то есть допускает дополняющее регулирование).

Типы правового регулирования: общедозволительный – выражается формулой «дозволено все, кроме запрещенного законом»; разрешительный – выражается формулой: «запрещено все, кроме разрешенного законом».

Правовое регулирование осуществляется с определенными и вполне конкретными юридическими и социальными целями. Общие юридические цели правового регулирования сводятся к созданию в обществе стабильного правового порядка, а также органов, институтов и учреждений, способных обеспечить защиту и охрану от нарушений тех прав, свобод и законных интересов, граждан и иных лиц, которые закреплены действующими нормами права. Общие социальные цели правового регулирования преследуют достижение социально полезных результатов и, в первую очередь, создание необходимых условий для прогрессивного развития и процветания общества.

Основными источниками правового регулирования космической деятельности являются международные договоры. В их числе - Договор о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела, 1967 г. (Договор по космосу), Соглашение о спасании космонавтов, возвращении космонавтов и возвращении объектов, запущенных в космическое пространство, 1968 г., Конвенция о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами 1972 г. (Конвенция об ответственности), Конвенция о регистрации объектов, запущенных в космическое пространство, 1975 г., Соглашение о деятельности государств на Луне и других небесных телах 1979 г. (Соглашение о Луне), региональные и двусторонние соглашения между государствами, между государствами и международными организациями. Важную роль в регулировании правового режима космического пространства играют также Договор о запрещении испытаний ядерного оружия в атмосфере, космическом пространстве и под водой 1963 г., Договор об ограничении систем противоракетной обороны 1972 г. и др. [1].

В соответствии с Законом Российской Федерации «О космической деятельности» (ст. 2 – «Понятие космической деятельности», п.1) «под космической деятельностью понимается любая деятельность, связанная с непосредственным проведением работ по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела» [2].

В СССР законодательное регулирование космической деятельности практически отсутствовало. Управление космической деятельностью осуществлялось жестким администрированием, принятием решений и введением правил вышестоящими инстанция-

ми. Высшим правительственным органом, контролировавшим работы по космической программе в советское время, была Государственная комиссия при Президиуме Совета Министров СССР по военно-промышленным вопросам (ВПК), которая проводила государственную политику в космической, военной, авиационной и других стратегически важных направлениях технического прогресса.

К концу 1990 года система управления космической деятельности стала распадаться. После августа 1991 года одновременно были ликвидированы ЦК КПСС, ВПК, МОМ и вся управленческая вертикаль. В отсутствие какого-либо законодательного регулирования такое положение быстро привело бы к свертыванию всей космической программы. Поэтому в этих критических для страны условиях был принят Указ Президента Российской Федерации № 185 от 25 февраля 1992 года «О структуре управления космической деятельностью в Российской Федерации», который стал первым в России нормативным документом по космосу.

В соответствии с Указом при Правительстве Российской Федерации было создано Российское космическое агентство (РКА), в настоящее время – Федеральное космическое агентство (ФКА), или Роскосмос – это орган федеральной исполнительной власти, ответственный за осуществление государственной политики в области исследования и использования космического пространства [3]. Вследствие этого была образована Межведомственная экспертная комиссия по космосу под председательством президента Российской Академии наук, осуществляющая экспертизу

и отбор проектов по космическим системам, комплексам и средствам научного и народнохозяйственного назначения. Этот Указ был российским микроаналогом закона США по авионавтике и исследованию космического пространства 1958 года [4].

В настоящее время в Российской Федерации нормативная база космической деятельности складывается из значительного числа документов различного уровня, которые регламентируют деятельность государственных органов власти, предприятий различных форм собственности, а также граждан Российской Федерации. Основополагающим государственным нормативно-правовым актом современной России, регламентирующим все основные стороны космической деятельности в России и отвечающим всем требованиям международного космического права, является Закон РФ «О космической деятельности» от 20 августа 1993 года с изменениями и дополнениями от 21 ноября 2011 г.

Библиографические ссылки

1. Валеев Р. М., Курдюков Г. И.. *Международное право. Особенная часть : учебник для вузов. М. : Статут, 2010. 624 с.*
2. *О космической деятельности : закон РФ от 20.08.1993 № 5663-1 (ред. от 21.11.2011).*
3. *Положение о Федеральном космическом агентстве (в ред. от 24 марта 2011 г. № 210).*
4. Батулин Ю. М. *Космическая дипломатия и международное право. Звездный городок, 2006. 138 с.*

© Уварова К. Э., 2012

УДК 341.229

В. Ю. Хоржевская
 Научный руководитель – В. В. Сафронов
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ ИНСТИТУТА ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ОТРАСЛИ КОСМИЧЕСКОГО ПРАВА

Раскрываются особенности ответственности в отрасли космического права на основе Договора о космосе 1967 г. и Конвенции о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами 1972 г.

Институт ответственности в космическом праве строится на основе принципов международного публичного права, таких как: принцип добросовестного выполнения международных обязательств, неприменения силы и угрозы силой, мирного разрешения споров, и других. Но с учетом особенностей отрасли космического права возникают и другие, специфические, виды принципов: свобода исследования и использования космического пространства и небесных тел; запрещение национального присвоения космического пространства и небесных тел; ненанесение ущерба космическому пространству и небесным телам [1]. В связи с этим возникает ряд особенностей, присущих именно ответственности в космическом праве.

Основными источниками являются Договор о принципах деятельности государств по исследованию

и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела 1967 г. [2] и Конвенция о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами 1972 г. [3]. В соответствии с этими документами можно выделить следующие особенности:

1. Государство несет ответственность за всю национальную космическую деятельность, независимо от того, какими конкретно субъектами она осуществляется [4]. Оно несет ответственность за деятельность физических и юридических лиц-резидентов данной страны, за деятельность в рамках международных организаций, наравне с самой международной организацией. Государство, ведущее деятельность в космосе, имеет право допустить к ней своих физических лиц и их объединения, однако при этом оно не только

имеет право защищать их интересы, но и обязано нести ответственность за их действия.

2. Ответственность, которую государство несет за ущерб, причиненный его космическим судном на поверхности Земли или в полете является абсолютной (ответственность, которая основывается на договорном обязательстве полностью возместить материальный ущерб вне зависимости от вины причинителя) [5].

3. Объект, созданный для выполнения действий в космическом пространстве, признается космическим объектом, даже находясь на поверхности Земли, и государство несет абсолютную ответственность за ущерб, причиненный им.

4. Исходным документом, по которому потерпевшее государство может возбудить вопрос о возмещении ущерба запускающему государству, является *претензия о компенсации ущерба*. Обычно она предъявляется по дипломатическим каналам в течение года с даты причинения ущерба. Если в добровольном порядке решения вопроса достичь не удастся, создается специальная Комиссия по рассмотрению претензии [6].

5. Распространенно понятие солидарной ответственности, в случаях, когда две или несколько стран участвуют в запуске воздушного судна. Тогда, если ущерб причинен третьему государству на поверхности Земли или воздушному судну в полете, то государства понесут абсолютную ответственность. Но если ущерб причинен космическому объекту третьего государства либо лицам или имуществу на борту такого космического объекта в любом месте, помимо поверхности Земли, то их ответственность перед третьим государством определяется на основании вины любого из первых двух государств [7].

6. В отрасли космического права не существует системы специального арбитражного судопроизводства. В 1994 г. была попытка создания Международного воздушного и космического арбитражного суда, но выяснилось, что соответствующие споры могут быть предметом рассмотрения в уже существующих международных судебных инстанциях – Международном Суде ООН, Постоянной палате третейского суда и др. [8].

С развитием космических технологий растет вероятность того, что в скором времени возникнет необходимость создания международного космического частного права. Из этого следует, что возникнут новые особенности в институте ответственности. Но уже сейчас некоторые вопросы ответственности в рассматриваемой сфере находятся на стыке международного публичного и частного права. Характерным примером в этом является Конвенция о международных гарантиях в отношении подвижного оборудования. Под подвижным оборудованием в данном случае

понимается имущество, которое в силу своей специфики регулярно перемещается через государственные границы, к которому относятся и объекты космической деятельности. Конвенция предполагает установление специального международного имущественного правового режима в отношении космических объектов, находящихся за пределами юрисдикции государств. Этот режим направлен на обеспечение исполнения обязательств, связанных с космическим имуществом. Он выражается в предоставлении *международной гарантии* залогодателю или лицу, представляющему собой потенциального продавца по договору об условной продаже с резервированием права собственности. Международная гарантия подлежит обязательной регистрации в специальном Международном реестре. Предполагается также создание системы контроля и надзора за реализацией международных гарантий, что, безусловно, повлечет возникновение новых видов ответственности [8].

Таким образом, ответственность в космическом праве представляет собой вид ответственности со следующими особенностями: ответственность за любую национальную космическую деятельность, за ущерб, причиненный во время совершения такой деятельности, несет государство, ответственность будет являться абсолютной, распространены понятия солидарной ответственности, регрессного иска, и др. Данные особенности необходимо учитывать при применении санкций.

Библиографические ссылки

1. Бекашев К. А, Ануфриева Л. П. *Международное публичное право : учеб. 4-е изд., перераб. и доп.* М. : ТК Велби ; Проспект, 2005.
2. *Договор о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела 1967 г.* // Справочная система «Консультант плюс».
3. *Конвенция о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами 1972 г.* // Справочная система «Консультант плюс».
4. *Конвенция об ответственности 1972 г.* // Справочная система «Консультант плюс».
5. *Конвенция об ответственности 1972 г.* // Справочная система «Консультант плюс».
6. Чепурнова Н. М. *Международное право : учеб.-метод. комплекс.* М., 2008. С. 223.
7. *Конвенция об ответственности 1972 г.* // Справочная система «Консультант плюс».
8. *Международное право. Особенная часть : учебник для вузов / отв. ред. Р. М. Валеев, Г. И. Курдюков.* М. : Статут, 2010. С. 530.

© Хоржевская В. Ю., 2012

УДК 629.7

А. Д. Черненко
Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова
Сибирский федеральный университет, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДОГОВОРА ВОЗДУШНОЙ ПЕРЕВОЗКИ ПассажиРОВ

В российской законодательной базе недостаточна практическая разработанность проблем, связанных с обеспечением гарантированного исполнения договоров воздушной перевозки пассажиров и защиты их прав, как потребителей услуги.

Ядром, образующим систему гражданско-правовых отношений при осуществлении транспортного процесса является договор перевозки. Этот раздел воздушного права постоянно развивается и совершенствуется. Но, как считают ученые-практики, в нашей законодательной базе недостаточна практическая разработанность многих проблем, связанных с модернизацией воздушных перевозок, а именно: каким образом обеспечить гарантированное исполнение договоров воздушной перевозки и законодательно их обеспечить на внутриведомственном уровне? Как защитить права главного участника договора воздушных перевозок - пассажира авиалайнера?

В соответствии с п. 1 ст. 786 ГК РФ и п. 1 ст. 103 «Воздушного кодекса РФ» по договору перевозки пассажира перевозчик обязуется перевезти пассажира в пункт назначения. Срок доставки пассажира и багажа определяется установленными перевозчиком «Правилами воздушных перевозок» и Федеральными авиационными правилами «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей» от 2007 года. Согласно п. 76 этих правил перевозчик вправе отменять, задерживать рейс, указанный в билете, грузовой накладной, произвести замену типа воздушного судна, изменить маршрут перевозки, если этого требуют условия безопасности полетов или авиационной безопасности. Может он это сделать и по требованию государственных органов в соответствии с их компетенцией

Современное российское законодательство предусматривает в случае нарушений условий договора перевозки ответственность перевозчика в форме компенсации в счет возмещения вреда, причиненного при воздушной перевозке жизни или здоровью пассажира воздушного судна, в соответствии со ст. 117 «Воздушного Кодекса», международными договорами Российской Федерации и гл. 59 ГК РФ. Размер указанной компенсации не может превышать два миллиона рублей (пункт дополнительно включен с 1.01. 2010 года Федеральным законом от 4.12.2007 года № 331-ФЗ). Согласно ст. 119 Воздушного Кодекса РФ за утрату, недостачу или повреждение (порчу) багажа, груза, принятых к воздушной перевозке компенсация положена в размере объявленной ценности или в размере стоимости багажа, но не более шестисот рублей за килограмм веса багажа или груза, если ценность была не объявлена. За просрочку доставки пассажира, багажа или груза (ст. 120 Воздушного Кодекса РФ) в пункт назначения перевозчик уплачивает штраф в

размере 25 % установленного федеральным законом минимального размера оплаты труда за каждый час просрочки, но не более 50 % провозной платы за просрочку доставки пассажира в пункт. Эти суммы компенсационных выплат слишком малы, по сравнению с мировыми стандартами. Сейчас россияне и иностранцы имеют разные права на компенсацию, даже если летят за границу на одном самолете.

Значительная доля заявлений на нарушение прав потребителей поступила в 2011 году от пассажиров авиакомпаний. По мнению председателя «Общества защиты прав потребителей» Михаила Аншакова, авиаперевозки - одна из сфер, где отраслевые нормы права снижают защищенность потребителей. И одна из главных причин этой ситуации в том, что Россия остается единственной крупной страной, которая не ратифицировала Монреальскую конвенцию (отложена до 2013 года) [2]. Конвенция существенно увеличивает лимиты ответственности авиакомпаний перед пассажирами при выполнении международных рейсов и снимает ограничения на компенсации за потерю багажа или ущерб здоровью клиентов, а также упрощает механизм получения компенсаций [8].

Правительство РФ при участии Министерства Транспорта РФ в последние три года ведет активный законотворческий процесс, улучшающий не только воздушные перевозки, но и взаимосвязанные с ними процессы организации воздушного движения. Два главных законопроекта, направленных на защиту прав пассажиров по договору воздушных перевозок подписаны Президентом РФ и ждут своего согласования в Государственной Думе. Это проект закона «О гарантировании исполнения договоров перевозки пассажиров», в котором защищаются права и законные интересы пассажиров воздушного транспорта на случай неисполнения перевозчиком обязательств перед пассажирами по договорам воздушной перевозки. В новом законопроекте предусмотрено увеличение штрафов авиакомпаниям за задержки рейсов (по данным офиц. Сайта Росавиации в феврале 2012 года 30 основных из 150 действующих российских авиакомпаний задержали вылет 25 % регулярных и чартерных рейсов) [7]. Сейчас российские перевозчики выплачивают компенсацию пассажирам за ожидание рейса в размере 600 руб. в сутки, а вскоре она может составить до 24 тыс. руб., причем и отказавшимся лететь в том числе. Закон должен вступить в силу с 1 января 2013 года [6].

Для обеспечения гарантий перед пассажирами должен вступить в силу с 1 июля 2012 года Федераль-

ный Закон «О системе обязательного страхования ответственности перевозчика за неисполнение договоров воздушной перевозки пассажира», который регулирует отношения по созданию и функционированию системы страхового гарантирования исполнения договоров воздушной перевозки пассажира [6]. В настоящее время по решению Аппарата Правительства РФ дополнительные финансовые гарантии прав пассажиров по договору воздушной перевозки осуществляются путем субсидирования расходов авиакомпаний, перевезших пассажиров авиакомпаний, в отношении которых принято решение о приостановлении или аннулировании сертификата эксплуатанта. Новый законопроект предполагает, что российские авиакомпании самостоятельно обязаны предоставить пассажирам регулярных авиаперевозчиков дополнительные финансовые гарантии посредством учреждения некоммерческого партнерства с целью создания страхового фонда в размере 3 млрд рублей.

Положения законопроекта вызвали много нареканий со стороны крупных авиакомпаний, так как, если суммы взносов рассчитают пропорционально объемам деятельности компаний, получится, что первая пятерка авиакомпаний страны будет платить за нерадивых, поэтому они предлагают разработать проект закона об обязательном страховании гражданской ответственности авиаперевозчика от риска банкротства [4; 7].

Оппоненты законопроекта обращают внимание на то обстоятельство, что авиаперевозчики уже осуществляют страхование своей ответственности, где гарантией выплат за причиненный при перевозке вред является институт обязательного страхования ответственности перевозчика [1]. По мнению авторитетных специалистов в области воздушных перевозок (Б. П. Елисеева, Н. Н. Остроумова и др.), выбранный авторами законопроекта способ решения поставленной задачи очень сложен в реализации, противоречит фундаментальным основам международного воздушного права, российского законодательства. Россий-

ские перевозчики будут поставлены в жесткие рамки ответственности при отказе пассажиру в перевозке вследствие решения Росавиации. Прецедента этому в юридической практике мирового сообщества пока нет, поэтому, считают ученые – праведы в области воздушных перевозок, действовать необходимо крайне взвешенно и осторожно во избежание серьезных правовых последствий (и как следствие серьезных затрат) для российских авиаперевозчиков и для Российского государства в целом [3; 5]. Кроме того, нельзя не согласиться с предложением руководителя Межгосударственного авиационного комитета Татьяной Анодиной: «Не создавать свои национальные правила, а следовать международным стандартам» [2]. Принятие Монреальской конвенции – это верный шаг к гарантированному выполнению договора перевозки пассажира и упрощению механизма выплаты компенсаций.

Библиографические ссылки

1. Афанасьев В. *Аэрополитика и госрегулирование: плюсы и минусы либерализации // Гражданская авиация. 2010. № 11–12. С. 22–24.*
2. Анодина Т. *Несоздавать правила, а следовать международным стандартам // Воздушный транспорт. 2011. 19 ноября.*
3. Елисеев Б. П. *Воздушные перевозки. М. : Дашков и К, 2011.*
4. Остроумов Н. Н. *Договор перевозки в международном воздушном сообщении. М. : Статут, 2009.*
5. Фоков А. П. *Рецензия на книгу «Воздушные перевозки» // Транспортное право. 2011.*
6. URL: <http://www.mintrans.ru/> – Законопроектная деятельность – офиц. сайт Минтранса.
7. URL: http://www.favt.ru/favt_new/ – офиц. сайт Росавиации.
8. URL: <http://www.tch.ru/rus/news/branch/> – раздел СМИ – офиц. сайт ТКП.

© Черненко А. Д., 2012

УДК 347.8

Р. А. Чуприков, А. Ф. Казаков
 Научный руководитель – Е. А. Степанова
 Сибирский федеральный университет, Красноярск

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ВОЕННОЙ АВИАЦИИ

Военная авиация представляет собой государственную авиацию, предназначенную для решения задач оборонного характера, несения боевого дежурства, проведения боевых операций. Иными словами для обеспечения безопасности страны и защиты суверенитета государства. Но и государство со своей стороны должно обеспечивать безопасность своей «защиты». Поэтому цель данной работы заключается в определении правового обеспечения, гарантирующего безопасность военной авиации.

В 2009 году, тогда еще кандидат в Президенты США, Барак Обама, в своем предвыборном плане говорил о намерении ведения международной политики, которая должна была привести к разоружению стран-союзников. К их числу Обама относил и Россию. А именно речь шла о договоре «О нераспространении», в котором говорится о том, что США должны разору-

житься, и вести переговоры по СНВ (договор по сокращению наступательных вооружений) с Россией. И действительно, за небольшой период времени значительное количество «военных городков» на территории РФ были закрыты. Однако военная авиация не снижает темпы своего развития, несмотря на то, что в последнее время финансирование этой отрасли заметно сократилось.

В своей работе попытаемся осветить следующий вопрос: каким образом осуществляется правовое регулирование обеспечения безопасности военной авиации. Данная тема не освещается широко в литературе, что, по нашему мнению, затрудняет анализ полученных из законодательства РФ данных.

Для начала необходимо дать определение авиации. В законодательстве понятие «авиация» дается через перечисление основных ее видов.

«Авиация – государственная авиация (государственная военная авиация и государственная авиация специального назначения), гражданская авиация, экспериментальная авиация, авиационная промышленность, авиационная инфраструктура, единая система организации воздушного движения и авиационная техника» [1].

Что касается обеспечения безопасности военной авиации, то в России ей занимается Служба безопасности полетов авиации Вооруженных Сил Российской Федерации (далее – Служба). Данная Служба является центральным органом военного управления Вооруженных Сил Российской Федерации и самостоятельным подразделением Министерства обороны Российской Федерации, осуществляющим государственный межведомственный контроль за деятельностью авиационного персонала государственной авиации в части, касающейся безопасности полетов.[2]

Положение о Службе безопасности полетов утверждено Постановлением Правительства Российской Федерации от 20 ноября 2001 г. № 801 [3].

В положении определены основные задачи службы безопасности. К ним, в частности, относятся:

1) проведение мероприятий для осуществления государственного контроля за деятельностью авиационного персонала государственной авиации в части, касающейся безопасности полетов;

2) организация и проведение расследований авиационных происшествий и авиационных инцидентов с воздушными судами, находящимися в пользовании Министерства обороны Российской Федерации, отдельных авиационных происшествий и авиационных инцидентов с государственными воздушными судами федеральных органов исполнительной власти и организаций;

3) классификация и учет авиационных происшествий и авиационных инцидентов в Российской Федерации, проверка деятельности федеральных органов исполнительной власти и организаций по ведению расследований, классификации и учета авиационных происшествий и авиационных инцидентов;

4) выявление опасных факторов, присущих авиационным системам, по результатам контроля за деятельностью авиационного персонала государственной авиации и расследований авиационных происшествий и авиационных инцидентов;

5) оперативное информирование руководителей федеральных органов исполнительной власти и организаций, Минтранса России, Минпромэнерго России и Межгосударственного авиационного комитета об авиационных происшествиях и авиационных инцидентах с государственными воздушными судами.

Согласно пункту 2 положения «О Службе безопасности полетов авиации Вооруженных Сил Российской Федерации» (утв. постановлением Правительства РФ от 20 ноября 2001 г. № 801) «Служба безопасности полетов в своей деятельности руководствуется: Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, Воздушным кодексом Российской Федерации, указами и распоряжениями Президента Российской Федерации, постановлениями и распоряжениями Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами Министерства обороны Российской Федерации, а также настоящим Положением».

Таким образом, исходя из буквального толкования понятия авиации, а так же ознакомившись с задачами Службы безопасности полетов авиации Вооруженных Сил Российской Федерации, можно сделать следующие выводы:

1) служба организует деятельность, а так же гарантирует безопасность не только в сфере гражданской, но и военной авиации;

2) в Российской Федерации есть отдельная Служба, которая занимается безопасностью полетов авиации РФ. А так же то, что существует большая нормативно-правовая база, регламентирующая обеспечение безопасности полетов военной авиации.

Библиографические ссылки

1. *О государственном регулировании развития авиации : федер. закон от 08.01.1998 № 10-ФЗ.*
2. *Официальный сайт Министерства обороны Российской Федерации (Минобороны России). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mil.ru/index.htm>.*
3. *О Службе безопасности полетов авиации Вооруженных Сил Российской Федерации : Постановление Правительства РФ от 20 ноября 2001 г. № 801.*

© Чуприков Р. А., Казаков А. Ф., 2012

А. Ю. Яланская
Научный руководитель – В. В. Сафронов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М.Ф. Решетнева, Красноярск

ПРАВОВОЙ РЕЖИМ КОСМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Рассматриваются понятия космического пространства, правового режима космического пространства, правовая база по данному вопросу, а также актуальные проблемы, связанные с правовым режимом космического пространства.

Вопрос правового режима космического пространства на данный момент времени является достаточно актуальным. Напряженная военная обстановка в мире требует усиление эффективности существующего режима, обеспечение защиты в данной области и правовых гарантий.

Следует раскрыть понятие космического пространства. Космическое пространство – это пространство за пределами земной атмосферы. В нем движутся космические объекты – галактики, звезды, туманности, планеты. Принято, что граница между атмосферой Земли и космическим пространством находится на высоте 100 километров над поверхностью геоида. Данное обстоятельство закреплено международным правовым актом и имеет физические основания [1].

Правовой режим подразумевает определенный порядок регулирования, который выражается в комплексе правовых средств, характеризующих особое сочетание дозволений, запретов, позитивных обязываний – все это создает особую направленность регулирования [2].

Сегодня правовой режим космического пространства и небесных тел регулируется серией резолюций ГА ООН (особое значение из которых имеет резолюция 1962 (XVIII)). Основные элементы этого режима: космос и небесные тела открыты для исследования и использования всеми государствами на недискриминационной основе в соответствии с международным правом, при свободном доступе во все районы небесных тел: они свободны для научных исследований; космос и небесные тела признаются территорией общего использования – *res communis*; космос является частично демилитаризованной зоной в силу того, что государства обязались не выводить на орбиту вокруг Земли любые объекты с ядерным оружием или другими видами оружия массового уничтожения, не устанавливать такое оружие на небесных телах и не размещать такое оружие в космическом пространстве каким-либо иным образом. Доктринальное толкование этого положения исключает из данного запрета суборбитальный, т. е. не совершающий хотя бы одного полного витка вокруг Земли, пролет через космос объектов с ядерным оружием на борту, т. е. стратегических межконтинентальных баллистических ракет, а также размещения в космосе объектов с обычным оружием на борту [3].

Следует заметить, что Договор по космосу 1967 г. устанавливает различный режим в отношении собственно космического пространства и небесных тел. В ст. IV Договора установлено, что Луна и другие

небесные тела используются «исключительно в мирных целях». Другими словами, современное международное право полностью исключает военное использование небесных тел и не запрещает военное использование собственно космоса. Однако и использование космоса должно соответствовать международному праву, включая Устав ООН. В Договоре по космосу 1967 г., закрепившем обязательство государств –участников использовать Луну и другие небесные тела «исключительно в мирных целях» перечислены виды деятельности, которые запрещаются на Луне, а именно – «создание военных баз, сооружений и укреплений, испытание любых видов оружия и проведение военных маневров» [4]. Очевидно, что этот перечень не является исчерпывающим.

Усилия, которые призваны привести к полной демилитаризации и нейтрализации космоса, должны быть подкреплены договоренностями по предотвращению гонки вооружений в космосе.

Достижению этой цели способствовало принятие универсальных договоров, запрещающих отдельные виды военного использования космоса, а также ряда многосторонних международных соглашений по осуществлению частичных мер в области разоружения, которые распространяются и на космическое пространство.

На сегодняшний день подчеркивается первостепенная важность строгого соблюдения действующих соглашений об ограничении вооружений и разоружения, касающихся космического пространства, включая двусторонние соглашения, а также существующего правового режима в отношении использования космического пространства. В то же время указывается на то, что правовой режим, применимый сегодня к космическому пространству, сам по себе не гарантирует предотвращения гонки вооружений в этой среде. Следовательно, необходимо упрочить и усилить этот режим и повысить его эффективность.

Обращаясь к актуальным проблемам, следует заметить, что до сих пор не решен важный вопрос о разграничении воздушного пространства, на которое распространяется государственный суверенитет, и космического пространства. Наименьшая высота полета космических аппаратов 100–110 км. Очевидно, исходя из этого и следует установить границу.

Вопрос размещения ПРО в Европе по-прежнему стоит достаточно остро. Это представляет собой военно-технический вызов РФ. А значит, мы должны уже сегодня предпринимать политические и военно-технические меры по его нейтрализации. В том числе,

разработать ряд соглашений по вопросам противоракетной обороны.

И всё же пока нет правовых гарантий предотвращения использования космоса в военных целях. Представляется, что сегодня необходимо прислушаться к призывам Генеральной Ассамблеи и принять необходимые меры, направленные на установление такого правового режима космического пространства, который решал бы эту задачу.

Для этого необходимо принятие Договора о запрещении применения силы в космическом пространстве и из космоса в отношении Земли, принятие на себя государствами обязательств не испытывать, не развешивать путем вывода на орбиту вокруг Земли, размещения на небесных телах или каким-либо иным образом любое оружие космического базирования для поражения объектов на Земле, в воздушном и космическом пространстве, не использовать космические объекты, находящиеся на орбитах вокруг земли, на небесных телах или размещенные в космическом пространстве каким-либо иным образом, в качестве средства поражения любых целей на Земле, в воздушном и космическом пространстве [5].

Заключение подобного договора устранило бы серьезную угрозу для международного мира и безопасности, а так же, способствовало укреплению правового режима космического пространства.

Библиографические ссылки

1. Федеральное космическое агентство [Электронный ресурс]. URL: <http://www.federspace.ru>.
2. Чепурнова Н. М. Международное право : учеб.-метод. комплекс. М. : Изд. центр ЕАОИ, 2008. 295 с.
3. Декларация правовых принципов, регулирующих деятельность государств по исследованию и использованию космического пространства : Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН 1962 (XVIII) от 13 декабря 1963 г.
4. Министерство иностранных дел Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mid.ru>.
5. Проект Договора о о запрещении применения силы в космическом пространстве и из космоса в отношении Земли. 1990.

© Яланская А. Ю., 2012

Секция
«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ
И РЕГИОНАЛИСТИКИ»

УДК 001.895

Н. А. Антипенко
Научный руководитель – Н. В. Шевцова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА

Рассматриваются понятие инновации, раскрывается необходимость введения инноваций на предприятиях, влияние инноваций на повышение эффективности производства.

В современных условиях повышения эффективности производства можно достичь преимущественно за счет развития инновационных процессов, получающих конечное выражение в новых технологиях, новых видах конкурентоспособной продукции. Поиск и использование инноваций непосредственно на предприятиях является актуальной проблемой. Развитие новых технических и организационно-технологических решений, совершенствование основных принципов управления применительно к специфике отечественного рынка создают условия для обновления процессов воспроизводства на предприятиях и дают дополнительный импульс для экономического роста.

Инновация (нововведение) – это конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности. По своей природе инновации включают в себя не только технические или технологические разработки, но и любые изменения в лучшую сторону во всех сферах научно-производственной деятельности. Постоянное обновление техники и технологий делает инновационный процесс основным условием производства конкурентоспособной продукции, завоевания и сохранения позиций предприятий на рынке и повышения производительности, а также эффективности предприятия [1].

В условиях рыночной экономики функционирование и развитие промышленных предприятий во многом обусловлены эффективной работой их инновационного механизма, а также эффективностью реализуемых им нововведений. Анализ хозяйственной практики свидетельствует о том, что значение инновационной деятельности для промышленных предприятий в современных условиях постоянно возрастает. Между тем статистические данные последних лет подтверждают тот факт, что промышленные предприятия испытывают серьезный кризис в инновационной сфере, и если не предпринимать активных мер по его преодолению как со стороны государства, так и со стороны руководства промышленных предприятий, то неблагоприятные последствия в ближайшем будущем будут еще более значительными.

Кризис инновационной сферы промышленности, помимо объективных причин, связанных с реформированием и спадом в экономике, обусловлен также отсутствием целенаправленной работы по повышению эффективности промышленного производства в целом и инновационной деятельности как его важнейшей составляющей, в частности. В этой связи необходимо отметить особое значение своевременного выявления и планомерного использования резервов инновационной деятельности с целью повышения ее эффективности [2].

В целях повышения эффективности функционирования предприятия инновационная деятельность должна обеспечивать:

- 1) наиболее полное и своевременное удовлетворение потребностей;
- 2) конкурентоспособность предприятия по показателям качества продукции и эффективности производства, достижение баланса между стабильностью (управление традиционной технологией) и усилиями по внедрению новой технологии.
- 3) эффективность в широком спектре радикальности нововведений и гибко приспосабливаться как к эволюционным, постоянно реализуемым нововведениям, так и радикальным, периодически осуществляемым нововведениям. При этом следует обеспечивать сочетание непрерывного управления эволюционными технологическими нововведениями и программным управлением радикальными нововведениями;
- 4) организацию взаимодействия внутренних и внешних элементов системы развития, главными факторами которого являются система информации о рынке нововведений, отбор проектов из числа альтернатив и взаимная заинтересованность [3].

В настоящее время в стратегиях многих предприятий происходит определенная переориентация, т. е. переход от всемерного использования экономического эффекта крупномасштабного производства к более целенаправленной инновационной стратегии. Нововведения представляют собой важнейшие средства обеспечения стабильности хозяйственного функционирования, эффективности функционирования и конкурентоспособности. Существует строгая зависимость между конкурентными позициями, эффектив-

ностью предприятия и его инновационным потенциалом. Эффективность функционирования предприятия можно достигнуть за счет повышения качества продукции, реализации политики ресурсосбережения, выпуска новых, конкурентоспособных проектов, освоения рентабельных бизнес-проектов.

Научный интерес представляет высказывание известного теоретика инноватики Б. Твисса, который подчеркивает, что «проблема не только в самих нововведениях как таковых, но скорее в эффективном, ориентированном на прибыль управлении научно-техническими нововведениями». В этой связи говоря о сущности «инновации» необходимо рассматривать это понятие на уровне предприятия и отражать ее нацеленность на повышение эффективности деятельности предприятия в целом [1].

Безусловно, инновация опирается на удовлетворение определенных общественных потребностей, но вместе с тем повышение эффективности использования отдельных ресурсов или повышение эффективности отдельных производственных подразделений, либо повышение эффективности предприятия в целом в результате внедрения новшества и получения нововведения происходит далеко не всегда. На конечный успех инновации, выражающийся в получении экономического эффекта или повышении эффективности функционирования предприятия, влияет совокупность

разных факторов (экономических, юридических, технических, рыночных и др.), воздействие которых чрезвычайно сложно спрогнозировать.

Таким образом, можно утверждать, что инновация – это новшество, внедренное в деятельность предприятия с целью повышения его эффективности на основе лучшего удовлетворения определенной общественной потребности. При этом следует отметить, что под эффективностью следует понимать определенный экономический, производственный, социальный, экологический и иной результат, ожидаемый от внедрения новшества.

Библиографический список

1. Джолдасбаева Г. К. *Инновация как основной фактор повышения эффективности производства [Электронный ресурс] // Технологии корпоративного управления. URL: <http://www.iteam.ru>.*
2. *Резервы повышения эффективности инновационной деятельности промышленных предприятий [Электронный ресурс] // Библиофонд. URL: <http://www.bibliofond.ru>.*
3. *Медынский В. Г. Инновационный менеджмент : учебник. М. : Инфра-М, 2005.*

© Антипенко Н. А., 2012

УДК 658.1

Е. Ю. Белоножкова
 Научный руководитель – А.В. Цветцых
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени М. Ф. Решетнева, Красноярск

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СНАБЖЕНЧЕСКО-ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Роль развития снабженческой деятельности предприятий, что представляет собой снабженческо-закупочная деятельность организации, рассмотрены основные вопросы снабжения.

Основной характеристикой современных процессов снабженческо-закупочной деятельности предприятий является их объединение в процессе обслуживания, когда предприятие – поставщик и предприятие – потребитель интегрируются в совместную деятельность. В рамках этого процесса продолжает развиваться дифференциация как сбытовой, так и закупочной деятельности.

Осуществление закупок (снабжения) можно рассматривать в двух аспектах – тактическом и стратегическом.

Снабжение (закупки) в тактическом, оперативном плане – ежедневные операции, традиционно связанные с закупками и направленные на избежание дефицита или отсутствия необходимого продукта. Стратегическая сторона снабжения представляет собой собственно процесс управления закупками, связи и взаимодействия с другими подразделениями, внешними поставщиками, потребностями и запросами конечного потребителя, планирование и разработку новых закупочных схем и методов и т. п.

Закупки материально технических ресурсов и услуг составляют значительную долю расходов любой

компании – в зависимости от вида ее деятельности от 20 до 50 % всех операционных расходов. Таким образом, оптимизируя снабженческую деятельность, можно заметно улучшить финансовые показатели бизнеса: при снижении этих затрат на 10 % вполне реально увеличить прибыльность компании на 10–20 %. Как ни странно, но большинство российских компаний не используют этот относительно простой рычаг для повышения прибыльности и весьма недальновидно относятся к сфере снабжения. Вместе с тем в мировой, да и в российской практике накоплен огромный опыт оптимизации этой сферы. В предлагаемом вашему вниманию обзоре мы рассказываем об основных принципах проведения программы совершенствования системы снабжения и обращаем внимание на некоторые российские особенности подобных проектов.

Закупки, кроме собственной функции, начинают выполнять стратегическую функцию формирования взаимоотношений с поставщиками, а управление закупками все больше относится к управлению отношениями с поставщиками [1].

Поставщики выступают как важный фактор развития предприятия-покупателя, которое может воздействовать на поставщика в плане разработки новых решений как условия покупки продукта. Таким образом, закупки превращаются в фактор развития.

Закупка также обладает структурообразующей ролью в том смысле, что поставки оказывают воздействие на структуру (состав) поставщиков.

Существует три основных вопроса управления закупками: 1) выбор между самостоятельным изготовлением товара и покупкой его у внешних поставщиков; 2) определение типа взаимоотношений с поставщиками; 3) управление поставщиками с учетом масштабов их производств и сложившихся с ними взаимоотношений для формирования необходимой базы снабжения.

Со временем проблема «сделать или купить» усложнилась. Если раньше это касалось, главным образом, субдоговоров по операциям изготовления продуктов, то теперь это относится и к другим видам деятельности, включая административные услуги, логистические и транспортные операции, сбор рыночной информации, проектирование процессов и даже разработку продукции.

Следует выделить два условия, которые оказывают важное воздействие на организацию процесса закупок. Первое условие связано с характеристиками предмета покупки, второе – со способом организации закупки. Так, закупка оборудования для технологической линии крупного объекта существенно отличается от закупок для текущего снабжения.

Между ними располагаются другие типы закупок, как правило, стандартных товаров.

Важной формой сотрудничества с поставщиками являются стратегические альянсы, что позволяет: как можно оперативнее и эффективнее создать ценность для потребителя за счет совместно внедряемой инновации; увеличить общеорганизационные знания и опыт посредством обучения, приобрести новые умения или навыки; получить доступ к рынкам или потребителям; интернационализировать свои текущие операции; распространять технологии; блокировать или предупредить конкуренцию; получить преимущества по затратам или повысить продуктивность использования ресурсов; разделить риски и затраты,

увеличить гибкость операций; создать новую рыночную стоимость; совершенствовать продукты и услуги; предлагать сложные продукты и услуги, такие, как, например, системные сделки. Часто фирмы принимают решение о сотрудничестве в преддверии еще более полного взаимодействия, обычно слияния или поглощения [2].

Проблема сбыта в условиях технологических, финансовых и организационных перемен XXI века значительно усложнилась. Этому способствует целый ряд факторов: новые формы конкуренции; нарастание динамики слияний и поглощений с целью диверсификации, расширения рыночной доли, выхода на новые рынки и достижения эффекта экономии от масштаба; снижение предельного дохода, вызванное ужесточением стандартов на обслуживание заказчиков, включая требования к оформлению заказов, управление запасами в соответствии с системой «just-in-time»; возросшие расходы на использование технологий по новым методам коммуникаций с поставщиками и заказчиками; возросшая потребность в привлечении капитала извне для капиталовложений в информационные системы, маркетинг и логистику [3].

Поэтому сбытовая деятельность предполагает анализ и выбор альтернативных стратегий сбыта и разработку маркетинговой стратегии, которые не только служат основой концепции сбыта, но и определяют содержание текущей сбытовой деятельности. Основной тенденцией развития сбытовой деятельности является переход к обслуживанию потребителей.

Библиографические ссылки

1. Управление производством. Вестник McKinsey [Электронный ресурс] // Снабженческая революция. URL: <http://www.cfin.ru>.
2. Кузнецов К. В. Настольная книга поставщика и закупщика: торги, конкурсы, тендеры. М. : Альпина Паблишер, 2009.
3. Лизинг и организация коммерческой деятельности фирмы [Электронный ресурс] // Снабженческие и сбытовые деятельности предприятий. URL: <http://www.rhrc-rw.org>.

© Белоножкова Е. Ю., 2012

УДК 330.075

А. А. Винар

Научный руководитель – Л. А. Иванченко

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМЕ БЕДНОСТИ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ

Рассматриваются причины бедности и тенденции ее развития в различных странах. Также затронуты аспекты преодоления бедности.

Бедность – один из тех глобальных вызовов, поиск ответа на который мировому сообществу предстоит еще искать не одно десятилетие. Проблема бедности не существует сама по себе, в безвоздушном простран-

стве. Как любая сложная социальная проблема она вписана в разнообразный и противоречивый контекст.

Важнейшими факторами, которые будут влиять на динамику абсолютной бедности в ближайшие деся-

тилетия, является развитие мировой экономики в целом и по отдельным регионам, характер перераспределения ВВП, изменение климата и общей экологической ситуации на Земле, развитие военно-политического и межэтнического противостояния в мире.

Возможны три основных сценария мирового развития и динамики бедности: катастрофический, инерционный и инновационный.

Катастрофический – обусловленный военными конфликтами в зонах нестабильности с использованием оружия массового уничтожения и террористическими актами, ведущими к радиационному заражению и химическому отравлению окружающей среды. Следствием этого может быть гуманитарная катастрофа: многомиллионные жертвы, превращение ранее густонаселенных территорий в отравленное пространство, увеличение на порядок масштабов бедности и голода среди мира.

Инерционный – основанный на продолжении действующих в настоящее время противоречивых тенденций мирового развития: увеличения нестабильности экономической и социально-политической ситуации в мире; обострение экологического кризиса в связи с загрязнением природной среды ради увеличения прибыли, усиления неравномерности социально-экономического развития отдельных стран и регионов.

Инновационный – третий из заявленных сценариев предполагает инноватизацию не только научно-технической и экономической сфер, но и общественно-политической и социальной жизни, межгосударственных отношений, а также сферы экологической безопасности. Это дало бы реальный шанс постепенно преодолеть негативные последствия современной модели глобализации, решить проблему нищеты и добиться прогресса в преодолении бедности.

В условиях резко возросшей конкуренции на мировом рынке товаров и услуг решающее значение для успешного социально-экономического развития приобретает инновационный процесс. В предстоящие десятилетия следует ожидать дальнейшего увеличения разрыва между уровнями жизни населения стран, идущих по пути модернизации, и стран преимущественно сырьевой ориентации.

В тех регионах, где модернизационные процессы выражены слабее, а сырьевая ориентация превалирует, проблемы нищеты и бедности не теряют остроты. Так, в Латинской Америке число живущих в нищете уменьшилось с 47 до 45 млн человек, а количество бедных возросло с 97 до 103 млн человек. В странах Ближнего Востока и Северной Африки масштабы нищеты сократились с 13,7 до 11 млн человек, а число бедных увеличилось с 52,5 до 61,1 млн.

Наряду с вышеперечисленными факторами на динамику бедности оказывают влияние и демографические.

В условиях быстрого приращения населения в таком регионе, как Южная Азия, с относительно высо-

кими темпами экономического роста за последние 25 лет имелись такие показатели: душевой ВВП в этом регионе вырос на 2,2 раза, но при этом число лиц с доходами менее 1,25 долл. в день увеличилось с 548,3 млн до 595,6 млн, а с доходами менее 2,15 долл. в день – с 819,4 до 1147 млн.

В наименее развитых странах мира, прежде всего в Африке южнее Сахары, где в среднем за период 2007–2011 гг. темпы экономического роста были очень низкими, а население быстро росло, ситуация с бедностью развивалась более трагично. Численность нищих поднялась с 212 млн до 388 млн, бедных с 303 до 575 млн.

Учитывая развитие кризисной ситуации в мировой экономике после 2008 г. и вероятные негативные тенденции в экологии, считается реалистичным вариант замедленного роста в предстоящие два десятилетия: в среднегодовом исчислении душевого ВВП в развивающихся странах – 1,9 %, а во всем мире 1,4 %.

Важнейшим фактором решения проблемы бедности является экономический рост, поскольку именно экономический рост ведет к увеличению валового национального дохода, за счет которого формируется фонд потребления.

В то же время в борьбе с бедностью важна и государственная помощь бедным, хотя ее увеличение ведет к снижению остроты проблемы бедности, но не к её решению. Как показывает опыт развитых стран, на фоне роста этой помощи может возрастать так называемая застойная бедность той части трудоспособного населения, которая отчаялась найти работу и поэтому психологически ориентирована лишь на помощь государства. Как следствие, адресные выплаты пособий бедным должны сопровождаться комплексом социально-экономических мер, нацеленных на их вовлечение в трудовую деятельность (программы профессиональной подготовки и переподготовки, содействие в поиске рабочих мест и др.).

Особую остроту глобальной проблеме бедности придает то, что многие развивающиеся страны в силу низкого уровня доходов пока не имеют достаточных возможностей для смягчения проблемы бедности. Именно поэтому для ликвидации очагов бедности в мировом хозяйстве требуется широкая международная поддержка. Проблема бедности уделяется все большее внимание со стороны международной общественности. В 2000 г. главы правительств 180 государств мира подписали так называемую Декларацию тысячелетия, определив восемь ключевых задач мирового развития на период до 2015 г. и призвав международные экономические организации ориентировать свои программы помощи на их достижение. Первой в числе этих задач в декларации названа задача уменьшения к 2015 г. в половину числа людей, вынужденных существовать менее чем на 1 долл. в день.

УДК 330 (075.8)

Л. В. Грасмик
Научный руководитель – Л. А. Иванченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

БЕЗРАБОТИЦА В РОССИИ В ПЕРИОД ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА

Рассматривается состояние рынка труда в период мирового финансово кризиса. Изучается проблема безработицы и ее влияние на жизнь общества. Проводится анализ показателей безработицы в этот период.

В сентябре 2008 года все газеты обсуждали, что начавшийся мировой финансовый кризис добрался до России. Это явилось одной из самых серьезных проблем на ближайшие три года, которая коснулась почти каждого из нас.

Финансовый кризис снова сфокусировал общество на проблеме безработицы, и российский рынок труда потерпел массу потрясений. Предприятия вынуждены были сокращать рабочий персонал, так как кризис вынуждал их экономить и сокращать производство. Уже в октябре 2008 года по России пошла массовая волна сокращений.

Высвобождение работников организаций, с одной стороны, и снижение количества заявленных работодателями вакантных рабочих мест, с другой, стало причиной значительного роста напряженности на рынке труда. В целом по Российской Федерации число вакансий за период кризиса снизилось с 1,4 млн до 0,9 млн рабочих мест, а напряженность на рынке рабочей силы возросла с 0,9 до 2,7 незанятых граждан на одну вакансию.

Пик негативных последствий кризиса пришелся на 2008–2009 гг. За это время общая численность уволенных работников достигла 881 тыс. чел. Более 11 тыс. организаций заявили о переводе части работников на режим неполной занятости. Суммарная численность этой категории граждан составила свыше 1,6 млн чел. [2]. При этом предприятия с целью экономии средств снижают уровень заработной платы. Мало того, начались задержки с выплатой и уже в конце 2009 года максимальная задолженность составила около 7,9 млрд рублей [1]. По данным Международной организации труда в докризисное время из 2,8 млрд занятых людей в мире около 1,5 млрд, были люди, живущие на уровне бедности проживая на 2\$ в день. За период кризиса цифра бедно живущего населения возросла на 300 млн, человек.

Если говорить о динамике количества безработных в стране, то можно отметить, что еще в 2007 году численность безработных в среднем за год составляла 4,59 млн человек, что составило 6,1 % от экономически активного населения, но, уже начиная с 2008 года, безработица в России начала существенно увеличиваться. Высокие темпы роста привели к тому, что в 2009 году количество безработных достигло рекордного значения за последние несколько лет – 6,37 млн человек или 8,4 % экономически активного населения страны. И хотя в течении 2009 года число безработных уменьшалось, в 2010 г. безработица составила 5,64 млн человек – 7,5 %. И лишь в 2011 году ситуация значительно улучшилась, средняя безработица

достигла уровня в 5,02 млн человек или 6,6 % экономически активного населения страны [5].

При этом нельзя забывать о категории, так называемой латентной безработицы. Дело в том, что официальная статистика учитывает только тех безработных, которые обратились в службу занятости, а также тех, кто во время опроса признался в потере работы. Однако никак не учитываются те граждане, которые работали без официального оформления по трудовому кодексу и потеряли источник дохода в связи с кризисными трудностями работодателя. Специфика занятости в России такова, что уровень латентной безработицы вполне может быть соизмерим с официальными данными.

Экономические последствия безработицы на индивидуальном уровне заключаются в потере дохода или части дохода, а также в потере квалификации. Увольнение в момент финансового кризиса для большинства людей стало критической ситуацией. Паника среди людей нарастала. Поэтому, в связи с ростом безработицы и ухудшением материального положения людей, государство проводит социальную политику, одним из направлений которой является государственная социальная поддержка безработных, социальные гарантии и компенсации гражданам, увольняемым с предприятий. В частности, государство взяло на себя выплату выходного пособия для увольняемых. Постановлением Правительства Российской Федерации с 1 января 2009 года минимальный размер пособия по безработице составил 850 рублей, а максимальный – 4900 рублей в месяц [3]. Но основной контингент людей, которым нужно было помочь реструктурироваться, - это не два миллиона, которые зарегистрировались в центрах занятости. Речь идет о нескольких миллионах, которые туда не пошли даже после увольнения. По данным экспертов, в России насчитывалось 26 млн человек, которые нигде не работали и при этом не считались безработными. У таких людей возникали серьезные проблемы, как экономического, так и социального плана.

Казалось бы, еще осенью 2008 года, когда кризис только разворачивался, эксперты говорили, что в отличие от 1998 года, когда после дефолта было резкое падение с быстрым подъемом, нынешний кризис будет очень продолжительным. Однако, вопреки их заверениям, не произошло ни больших трагедий, ни заметного оздоровления. Первая половина 2009 года действительно была достаточно тяжелой. Но есть кризис, а есть катастрофа. Циклическое развитие всегда сопровождается социальными издержками: люди

теряют работу, у кого-то снижаются доходы. Это неприятно, но после этого возникает новое качество – эти же люди находят новые рабочие места из-за того, что бизнес начинает активизироваться, в результате этого безработица снижается до минимально приемлемого уровня и жизнь людей вновь идет к благополучному развитию. Так посмотрим на современное состояние безработицы. За 2011 год общая численность безработных значительно снизилась. Докризисный уровень в 4,76 млн человек был достигнут в январе 2012 года, что составило 6,3 % от экономически активного населения [4]. Таким образом сейчас, мы можем смело говорить о том, что ситуация по безработице в России налаживается и показатель уровня жизни увеличивается.

Библиографические ссылки

1. Алимарина Е. А.. *Российский рынок труда в условиях кризиса*. URL: http://www.ini21.ru/upload/page_id_309/INICIATIVI_2.pdf.
2. Герций Ю. В., Малышев М. Л. *Российский рынок труда в статистике кризиса // Социологические исследования*. 2011. № 5. С. 53–60.
3. Мау В. А. *Российская экономика в 2010 году. Тенденции и перспективы*. М.: Институт Гайдара, 2011. 592 с.
4. *Новости. Безработица в России, 2012 год*. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newsland.ru/news/detail/id/914581/>
5. *Федеральная служба государственной статистики*. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/population/wages/#>.

© Грасмик Л. В., 2012

УДК 658.1

А. С. Евдокимова

Научный руководитель – А. В. Цветцых
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ХАРАКТЕРИСТИКА СПОСОБОВ ГАРМОНИЗАЦИИ ДЕНЕЖНЫХ ОТНОШЕНИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТЕПЛОВОЙ ЭНЕРГИИ

Рассматриваются противоречия взаиморасчетов производителей и потребителей. Предложено методов разрешения данных противоречий, а также анализ эффективности применения данного метода для производителей и потребителей тепла на сегодняшний день.

Теплоэнергетика является базовой отраслью экономики Российской Федерации, основа производственной и социальной сферы. Надежное и эффективное функционирование теплоэнергетики, бесперебойное снабжение потребителей – основа поступательного развития экономики страны. Без тепловой энергии немислимо функционирование промышленных предприятий, транспорта, жилищно-коммунальной сферы.

Главная причина противоречий складывается в том, что потребитель не понимает, почему он переплачивает за потери теплоэнергии, которые не зависели от его потребления. Правила учета тепловой энергии и теплоносителя устанавливают порядок учета тепловой энергии на источниках тепловой энергии и у потребителей, и эти данные используются теплоснабжающими организациями для подготовки финансовых счетов по оплате за тепловую энергию, то есть Правила реально влияют на коммерческие взаимоотношения теплоснабжающих организаций и потребителей.

При учете принятой потребителем тепловой энергии, необходимо из общего объема потребления тепловой энергии, определяемого при полном возврате теплоносителя в систему теплоснабжения, вычитать энергию, внесенную в эту систему с подпиточной водой, которая расходуется для компенсации утечек и для горячего водоснабжения (в открытых системах). А чтобы соблюсти баланс отпуска и потребления тепловой энергии в системе теплоснабжения, необходимо на ту же величину снижать объемы отпуска тепло-

вой энергии от источника тепла. По мнению ряда специалистов, только эта топливная энергия заработана теплогенерирующей организацией. Энергия, содержащаяся во внесенной в систему теплоснабжения подпиточной воде, по мнению этих специалистов, является незаработанной, дармовой, и поэтому она должна быть исключена из теплового баланса. В результате таких методов расчетов тарифы на тепловую энергию становятся выше, потому что величина тарифа определяется как частное от деления суммы всех обоснованных затрат теплоснабжающей организации, включая нормируемую прибыль, на ожидаемый объем продаж тепловой энергии. Соответственно опять возникает конфликт интересов производителей и потребителей. В этой связи необходимым является выбор экономически эффективного способа гармонизации денежных отношений на основе использования наиболее определенного метода учета потребления тепла. На сегодняшний день существуют следующие методы учета потребления тепла:

- балансовый метод;
- нормативный метод;
- приборный метод;

Балансовый метод подразумевает суммирование потребленной объектами энергии с учётом реальных часов потребления, потерь и корректное использование показаний установленных приборов учёта. Фактические величины потребления энергии объектами корректируются с учетом так называемых коэффициентов небаланса (распределения), которые получают

компьютерной обработкой предварительно собранных данных. Главные недостатки заключаются в том, что население вынуждено оплачивать непроеизводительные потери при транспортировке тепла и воды, и не заинтересовано в сокращении их потребления, а также сводить баланс можно при наличии приборов учета на всех границах теплосети, у большинства потребителей, не имеющих приборов учета тепла, создает конфликтные ситуации с потребителями.

Нормативный метод может быть не выгоден для потребителей, так как величина норматива напрямую зависит от конструктивных и технических параметров жилого дома. А со стороны производителей расчет по нормативу тоже не эффективен, т. к., не учитывает фактические объемы потребления тепловых ресурсов и их зависимость от температуры наружного воздуха. Нормативы могут быть как существенно выше фактического потребления, так и существенно ниже. При наличии приборов учета у ЖКХ ему будет выгодно предоставлять показания в те периоды, когда норматив будет больше и не предоставлять когда норматив будет меньше.

Наиболее эффективный метод учета тепла – приборный метод. Он удовлетворяет запросам как потребителей, так и производителей. Расчет потребления по приборам учета – самый правильный и справедливый метод. Для потребителей данный метод интересен возможностью экономии денежных средств, для поставщика возможностью отслеживать потребление, поиску мест утечек и т. д., а также способствует повышению экономических стимулов к энергосбережению у всех участников процесса теплоснабжения.

Таким образом, система расчетов за тепловую энергию становится прозрачной. Каждый участник сможет оценить величину потерь тепловой энергии на своей территории и получит мощный стимул к их сокращению. Недостаток метода только в том, что для потребителей он слишком дорогой к установке, где-то 200–300 тыс. руб. Существует несколько способов финансирования установки:

1. За счет средств энергоснабжающей организации.
2. За счет Фонда содействия реформирования ЖКХ.
3. За счет средств потребителей тепла.

И на сегодняшний день, в связи с обязательностью установления общедомовых приборов учета тепла, потребители могут активно рассчитывать на установку за счет Фонда содействия реформирования ЖКХ. Данный прибор учета окупится приблизительно от 3 до 5 лет. Затраты на установку приборов учета не только окупятся, но и потребитель получит реальную экономию при оплате за реально потребленное тепло. Производитель же сможет контролировать объем потребления, отслеживать утечки тепла и т. д.

Если подвести итог, то эффективность перехода на приборный метод учета очевидна по ряду оснований.

1. Устройство узла учета тепловой энергии и теплоносителя является окупаемым мероприятием, причем срок окупаемости не превышает по величине двух межповерочных интервалов для теплосчетчика.

2. Энергосберегающие мероприятия в жилых домах должны быть такими, чтобы потребитель получал реальное снижение величины оплаты за тепловую энергию и теплоноситель, и при этом во всех помещениях квартир соблюдались комфортные условия проживания, предусмотренные государственным стандартом на параметры микроклимата в помещениях жилых домов и Санитарными правилами и нормами по жилым зданиям и помещениям.

Таким образом, использование приборного метода учета потребления тепла является эффективным способом регулирования отношения производителей и потребителей. Расчеты за тепловую энергию станут прозрачными. А значит, потребители будут понимать, за что платят. Производители будут знать, сколько они вырабатывают. Конфликты интересов будут на этой основе минимизированы.

© Евдокимова А. С., 2012

УДК 338.242

М. П. Емельянова, Г. А. Митрошенко
Научный руководитель – Е. Л. Соколова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: МИРОВОЙ ОПЫТ И РОССИЙСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ

Для обеспечения задачи оценки мер государственного регулирования инновационной деятельности необходимо совершенствовать систему индикаторов с учетом международного опыта. Приводится сопоставление отечественных и зарубежных показателей оценки инновационной активности.

Необходимость государственного стимулирования и регулирования инновационной деятельности в ходе модернизации общества доказана мировым опытом и является приоритетным принципом осуществления стратегии. Россия имеет реальные предпосылки для реализации стратегии инновационного прорыва, пе-

рехода на путь инновационного развития на основе выбранных приоритетов [1].

Опыт стран-лидеров инновационного развития свидетельствует о том, что задача выработки взвешенной и эффективной инновационной политики не может быть решена без ясного понимания целей, задач, функций, слабых и сильных сторон националь-

ной инновационной системы. Переход на траекторию устойчивого развития таких стран, как США, Япония, стран Европейского Союза, ряда стран Юго-Восточной Азии достигнут на основе расширения инновационных процессов в реальном секторе экономики [2].

Еще в 1980-годы прошлого века эксперты Всемирного экономического форума начали рассчитывать мировые рейтинги конкурентоспособности, в 2002 г. методология была усовершенствована и ВЭФ начал определять индекс конкурентоспособности, основной составляющей которого был индекс NCI – индекс инновационной способности экономики [2]. Одним из направлений модернизации российской экономики в области инноваций является формирование технологического пространства, оценка рейтинга России на инновационном пространстве Европы.

В Евросоюзе работа по сравнительному анализу инновационной активности стран активизировалась в 2000 г., когда была создана «карта европейского инновационного пространства». В 2000 г. Евростатом (EIS) были проведены первые экспериментальные расчеты, а с 2001 г. появились полные версии карт. В процессе проведения расчетов аналитиками, отдельные показатели европейской методологии были немного изменены, в связи с отсутствием ряда показателей, предусмотренных методологией.

Отдельные индикаторы, используемые для расчета инновационной карты по методологии EIS в 2008-2010 гг. имеют российские аналоги, что позволяет проводить сравнительный анализ и выявлять сильные и слабые стороны НИС.

Сопоставление основных индикаторов инновационной активности представлены в таблице.

EIS индикатор	Российский аналог	Источник [3]
Firm investments	Инвестиции предприятий	
Business R&D expenditures (% of GDP)	Внутренние текущие затраты на исследования и разработки, предпринимательский сектор в % от ВВП	Индикаторы науки: 2009. Статистический сборник. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009. – 352 с.
Linkages & entrepreneurship	Связи и предпринимательская инициатива	
SMEs innovating in-house (% of SMEs)	Доля МСП, осуществляющих технологические инновации, в % от общего числа МСП	Индикаторы науки: 2009. Статистический сборник. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009.
Innovative SMEs collaborating with others (% of SMEs)	Удельный вес всех организаций, участвовавших в совместных проектах, в % от общего числа организаций	Индикаторы инновационной деятельности: 2009. Статистический сборник. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009.
Firm renewal (SMEs entries + exits) (% of SMEs)	Число вновь созданных МСП плюс число обанкротившихся МСП в % от общего числа МСП	н/д
Public-private co-publications per million population	Совместные частно-государственные публикации на миллион человек населения	н/д
Innovators	Инноваторы	
SMEs introducing product or process innovations (% of SMEs)	Удельный вес всех организаций передававших новые технологии в % от числа организаций	Сборники Индикаторы инновационной деятельности за ряд лет
SMEs introducing marketing or organisational innovations (% of SMEs)	Удельный вес всех организаций, использующих маркетинговые инновации, в общем числе организаций в % от числа организаций	Индикаторы инновационной деятельности: 2009. Статистический сборник. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009.
Resource efficiency innovators, unweighted average of the following 2 indicators:	Эффективность инноваций, рассчитывается как среднее следующих величин:	
Reduced labour costs (% of firms)	Доля фирм, снизивших трудоемкость в результате использования инноваций в % от числа фирм	Индикаторы инновационной деятельности: 2009. Статистический сборник. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009.
Reduced use of materials and energy (% of firms)	Доля фирм, снизивших материалоемкость в результате использования инноваций в % от числа фирм	Индикаторы инновационной деятельности: 2009. Статистический сборник. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009.

Займствование зарубежного опыта и совершенствование системы собственных индикаторов, необходимых для оценки инновационной активности предпринимательского сектора должны содействовать развитию статистического наблюдения в данном секторе экономики, что позволит сформировать надежную информационную базу для ее мониторинга и регулирования.

Библиографические ссылки

1. Кузык В. Н. Россия в цивилизованном измерении фундаментальные основы стратегии инновационного

развития, М. Институт экономических стратегий, 2008. 864 с.

2. Методика мониторинга НИС и международных сопоставлений инновационной деятельности [Электронный ресурс]. URL: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-206672.html>.

3. Федеральная служба государственной статистики : офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/enterprise/science/>

© Емельянова М. П., Митрошенко Г. А., 2012

УДК 338.242

М. П. Емельянова
Научный руководитель – Е. Л. Соколова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА КАК ФАКТОР В ОБЕСПЕЧЕНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕГИОНА

В условиях социально-экономического развития общества, интеллектуализации производства формирование новых знаний возможно только при наличии эффективного инновационного пространства. Преобразование экономики региона должно сопровождаться объективными количественными и качественными показателями оценки деятельности субъектов малого предпринимательства в области развития инновационной политики, превращаясь из разряда «точечного» явления в доминанту экономического развития Красноярского края.

В российской экономической теории и практике проблема инновационного развития малого предпринимательства является актуальной и востребованной уже давно, по сути, с самого начала рыночных преобразований. Однако до сих пор тенденции этого развития и роль малого предпринимательства в реализации основных экономических задач российских регионов и страны в целом значительно уступают аналогичным показателям в развитых странах.

Как считают аналитики, инновационное развитие предпринимательства должен быть комплексным, ориентированным на каждого участника бизнес - сообщества, учитывая общие проблемы, предлагая выработку комплексных мер с доведением их до законодательного оформления. При этом предприниматели сами должны генерировать идеи решений, участвовать в их разработке с момента замысла и до внесения их на рассмотрение законодательных органов. Уровень инновационной активности характеризует по сути своей предприимчивость организаций и предприятий в реализации нововведений, их инициативность в поиске и определении направлений, сроков и видов инновационной деятельности, формировании кооперационных связей для разработки инноваций, участия в совместных научно-исследовательских проектах, приобретении новых технологий.

Развитие малого и среднего бизнеса в период инновационного прорыва приобретает особый интерес. Кроме того, вопрос развития и поддержки малого и среднего предпринимательства приобретает особое значение, так как именно этот бизнес способен сформировать инвестиционный климат, обеспечив дополнительную занятость и рост производства, создать финансовую основу для инновационного прорыва, повысить долю конкурентоспособности выпускаемых товаров и услуг. Помимо прямого вклада в создание и распространение новых товаров и услуг, такие предприятия должны помогать внедрению инновационной культуры и содействовать инвестициям в знания. Малый бизнес вообще, и в инновационной сфере, в частности, не может развиваться без развитого сегмента крупных предприятий, обеспечивающих малый бизнес заказами на производство тех или иных товаров и услуг.

В Красноярском крае приняты меры, ориентированные на создание принципиально нового направле-

ния – формирования региональных инновационных систем. Утверждена долгосрочная целевая программа «Развитие инновационной деятельности на территории Красноярского края на 2012–2014 годы». Целями государственной поддержки научной, научно-технической, инновационной деятельности на территории Красноярского края являются – повышение конкурентоспособности экономики Красноярского края, создание условий для развития и вовлечения научного и научно-технического потенциала края в процесс социально-экономического развития края, содействие включению результатов научной, научно-технической, инновационной деятельности в экономический оборот на территории края [1].

В рамках реализации программы сформирована совокупность важнейших принципов развития региона:

- концентрация ресурсов с определением приоритетных зон развития;
- системный подход в формировании инновационной политики региона;
- обеспечение интегрирования инновационной системы Красноярского края в инновационную систему СФО;
- приоритетное развитие науки, высокотехнологичных отраслей промышленности.

Большинство регионов опережают Красноярский край по показателям инновационной активности, в частности: по числу используемых передовых производственных технологий край находится на 6 месте в СФО, уступая Омской, Новосибирской, Томской, Кемеровской областям и Алтайскому краю [2].

По итогам состоявшейся экономической переписи в 2010 году, сформированы предварительные данные по показателям деятельности малых предприятий. По количеству объектов малого и среднего предпринимательства Красноярский край занимает 3 место среди центров регионов Сибирского федерального округа после Новосибирской области и Алтайского края. Совокупность малых предприятий – юридических лиц на 87,6 % составляют микропредприятия, на них занято более трети работников.

Важнейшим индикатором экономического развития территории является ее инвестиционная привлекательность и инновационная деятельность. Так, по данным Росстата в Красноярском крае инвестиции в основной капитал в 2010 году юридическими лицами –

малыми и средними предприятиями составили 20,9 млрд рублей, индивидуальными предпринимателями – 1,7 млрд рублей. По удельному весу инвестиций в основной капитал среди центров регионов Сибирского федерального округа Красноярский край (16,9 %) занимает 2-е место после Новосибирской области (18,9 %) [3].

Средний и малый бизнес в регионе слабо позиционируют себя, в то время как в экономике зарубежных стран основная доля генерирования инноваций и технологических прорывов приходится именно на малые и средние предприятия.

В числе основных составляющих оценки активности инновационной деятельности малых предприятий является создание объективной системы статистического наблюдения в сфере инновационной деятельности.

Библиографические ссылки

1. О государственной поддержке научной, научно-технической и инновационной деятельности на территории Красноярского края : Закон Красноярского края от 10.07.2008 г. № 6-2000 (подписан Губернатором Красноярского края 23.07.2008) [Электронный ресурс] // Доступ из справочно-информационной системы «Консультант Плюс».

2. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю: офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.krasstat.gks.ru/digital/region6/default.aspx>.

3. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/prom/small_business/pred_itog.htm.

© Емельянова М. П., 2012

УДК 330(75.8)

О. В. Захарова

Научный руководитель – Л. А. Иванченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

БИЗНЕС – ИНКУБИРОВАНИЕ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ ПОДДЕРЖКИ ОБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Анализируется состояние, перспективы бизнес-инкубаторов, как одной из важных составляющих инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в России. Приводятся данные зарубежного опыта и обобщаются выводы о необходимости развития объектов инкубирования бизнеса в России.

Одним из приоритетных направлений развития предпринимательства в России на сегодняшний день является малый и средний бизнес. Развитие малого предпринимательства ведет к оздоровлению экономики в целом и, следовательно, лучший выход для России – это создание такой политики государства, которая была бы направлена на расширение и развитие предприятий малого предпринимательства в нашей стране. Именно малые предприятия могут стать основой рыночных структур во многих отраслях, обеспечивая перелив инвестиций в сферы наиболее эффективного приложения ресурсов и тем самым соединить процессы структурной политики и формирования всероссийского рынка

Для эффективного развития предпринимательства необходима поддержка, в первую очередь со стороны государства, которая реализуется через развитие инфраструктуры, финансово-кредитную систему, налоговые льготы, помощь в получении банковского кредита и субподрядов и т. д. Существуют многочисленные структуры, ведущие подготовку предпринимателей, оказывающие консалтинговые и информационные услуги продвижения товаров и получения кредитов и инвестиций. Но наиболее значимое развитие малое предпринимательство получает в бизнес-инкубаторах, результативность которых заключается в снижении количества неудач в бизнесе, прежде всего, потому, что в них создаются оптимальные условия для старта развития малого бизнеса.

Проведенное в 2010 году Национальной ассоциацией бизнес-инкубаторов США исследование показало, что за первые 2–3 года пребывания в инкубаторах прибыль компаний увеличивается почти на 800 %, а численность персонала вырастает на 400 %. Эти данные наглядно иллюстрируют значимость бизнес-инкубаторов для поддержки малых компаний на ранних стадиях их развития [1].

Во всех странах Европы деятельность бизнес-инкубатора в первые три года, после его создания, полностью дотируется государством (регионом) и далее, на протяжении 5–7 лет он продолжает получать финансовую помощь от государства (региона) по установленной снижающейся шкале. Кроме того, бизнес-инкубатору выделяются средства (гранты) для выполнения государственного заказа на создание определенного количества рабочих мест, обучения безработных граждан либо для выполнения других мероприятий, содействующих развитию бизнеса. Как правило, зарубежные бизнес-инкубаторы являются владельцами больших земельных участков (бывших государственных либо выкупленных государством под бизнес-инкубатор у частных лиц), что стимулирует их развитие, строительство новых производственных помещений для сдачи в аренду малым предприятиям.

В России первые бизнес-инкубаторы создавались в рамках программ международной помощи. Так, в 1996 г. Были созданы 8 бизнес-инкубаторов в рамках Морозовского проекта при реализации программы

«БИНК». В этом же году создано Некоммерческое партнерство «Национальное содружество бизнес-инкубаторов» (НСБИ). [3]

На сегодняшний день в России по данным Минэкономразвития функционирует порядка 160 бизнес – инкубаторов. Подробнее эта информация представлена в таблице.

Российские бизнес-инкубаторы в цифрах

	2009	2010	2011	2012
Количество БИ	80	105	125	160
Финансирование из федерального бюджета, млн руб.	180	500	2400	2000
Финансирование из бюджетов субъектов РФ, млн. руб.	77,1	214,3	1028,6	857,1

По данным Национального содружества бизнес-инкубаторов России, за последние 3 года из числа предприятий, самостоятельно начавших свою деятельность, успешно функционируют только 14–30 %, в то время как в бизнес-инкубаторе – 85–86 %.

С 2005 года в РФ действует федеральная программа финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства, в рамках которой разработана «Проектная карта развития МСП», предполагающая увеличение количества бизнес-инкубаторов с 70 в 2008 году до 160 в 2012-м. Большая часть из них должна была решить следующую задачу обеспечения доступности объектов инфраструктуры поддержки субъектов МСП. Остальные – развить инфраструктуру поддержки малого и среднего инновационного предпринимательства в высшей школе.

По официальным данным Минэкономразвития, на начало 2011 года в бизнес-инкубаторах было размещено 1 456 субъектов малого предпринимательства, в которых работали без малого 10 тыс. человек. Годовой оборот предприятий составил немногим более 3 млрд руб., а объем налоговых отчислений – свыше 305 млн руб. [2]

Обобщая все вышеизложенное, можно сделать следующие выводы:

1. бизнес-инкубирование является одним из наиболее эффективных способов поддержки малого предпринимательства на региональном уровне;

2. инкубирование бизнеса является одним из инфраструктурных механизмов поддержки предпринимательства, рассчитанных на долгосрочный период;

3. развитие бизнес – инкубаторов способствует созданию малых и средних предприятий, как правило, инновационного типа;

4. развитие бизнес – инкубаторов позволяет решить ряд актуальных проблем региональной экономики, а именно: развитие инновационного предпринимательства и конкурентной среды, создание дополнительных рабочих мест и снижение социальной напряженности, реструктуризация производств и развитие прогрессивных отраслей промышленности в сфере малого бизнеса, развитие отношений в сфере недвижимости и ресурсов.

Библиографические ссылки

1. Бизнес-инкубаторы – бизнес или социальная функция [Электронный ресурс]. URL: <http://www.irmsb.ru/pages/articles/biznes-in>.

2. Бизнес-инкубаторы России в цифрах [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cf.in.ru/investor/incubator.shtml>.

3. Ларин С. Н., Хрусталева О. Е. Бизнес-инкубатор как важная составляющая инновационной инфраструктуры региона: анализ зарубежного и отечественного опыта // Региональная экономика: теория и практика. 2009. № 17. С. 27.

© Захарова О. В., 2012

УДК 378

Т. А. Иванова

Научный руководитель – А.И Леонидова.

Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМА ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЕЖИ

Трудоустройство после окончания вуза, поиск работы, планирование своей профессиональной карьеры – вот те проблемы, с которыми приходится сталкиваться молодым людям, получившим диплом о высшем образовании.

Проблема трудоустройства молодежи на протяжении многих лет остается актуальной, поэтому в данной статье рассмотрены основные проблемы, связанные с трудоустройством выпускников, а так же пути решения данной проблемы.

В современных условиях все более актуальным становится проблема трудоустройства выпускников. Молодые специалисты, выходя на рынок труда, сталкиваются с различными сложностями. Если посмотреть «назад» то можно увидеть, что выпускники 1970–80-х годов могли планировать свою карьеру, так

как у них не возникало проблем с трудоустройством, ведь после окончания учебных заведений им предоставлялось место работы.

В настоящее время проблема трудоустройства очень остра. Сегодня вопрос трудоустройства волнует очень многих молодых людей. Трудоустройство

после окончания вуза, поиск работы – вот проблемы с которым сталкиваются выпускники получившие диплом о высшем образовании [3].

Одной из проблем современной молодежи является тяжелая обстановка на рынке труда. Молодые люди, получившие профессиональное образование, не имеют возможности применить свои навыки на практике. Большинство выпускников столкнулись с отсутствием работы по искомой профессии. Так же у молодых работников возникли проблемы из-за отсутствия опыта, из-за низкой заработной платы. Величина заработной платы – основной показатель удовлетворенности работой [1].

Наличие опыта работы и стажа работы является одним из существенных требований к кандидатам на замещение предлагаемых на рынке труда вакансий [5]. Не имеющих опыта работы выпускников на работу зачастую берут неохотно. Следовательно, выпускники не имеют не только опыта работы, но и возможности получения такого опыта.

Другая проблема – невозможность устроиться на работу из-за половозрастных характеристик. Наименее желательным кандидатом при приеме на работу оказывается молодая женщина, не имеющая детей [4].

Таким образом, число проблем при трудоустройстве молодежи достаточно велико для того, чтобы молодой человек мог разочароваться в своих силах. Исследование этой социальной категории и опора на свойственные ей социальные ценности может существенно помочь в решении не только проблемы профессионально-трудовой адаптации, но и проблем, связанных с молодежной преступностью, алкоголизмом, наркоманией, участием молодых людей в экстремистских группировках [2].

Сегодня работа для студента – получение практического профессионального опыта, новых знаний и ускоряющих процесс их профессионального становления и последующего трудоустройства; ознакомление с условиями работы в различных организациях, что помогает студентам формироваться как работникам, выбирать место постоянной работы после окончания учебы, заинтересовать собой работодателя. Для значительной части студентов работа – возможность самостоятельно зарабатывать деньги.

Исходя из выше сказанного проблема трудоустройства молодежи – это та проблема, которой надо уделить особое внимание. Из полученных данных можно сделать вывод о том, что современная молодежь сталкивается с проблемой безработицы и трудоустройства и выделяет ее как одну из самых актуальных проблем в современной России.

Проанализировав проблемы трудоустройства молодежи можно выделить некоторые пути решения данной проблемы:

1. Одним из эффективных путей решения данной проблемы является ориентация выпускников школ на наиболее востребованные специальности [4].

2. Открытие специализированных учебных заведений для получения наиболее востребованных специальностей с последующим трудоустройством.

3. Сбор статистических данных о количестве выпускников по различным специальностям, особое внимание необходимо уделить неперспективным в плане трудоустройства профессиям.

4. Организация дней открытых дверей на предприятиях [4].

5. Проведение дней интенсивного консультирования для молодежи (ярмарки по трудоустройству).

6. Предоставление университетом мест для прохождения практик студентов (с возможностью получения опыта, возможностью показать себя работодателю с дальнейшим трудоустройством);

7. Так же можно создать предприятия при учебных заведениях, на которых студенты могли бы получать опыт и стаж необходимый при трудоустройстве [4].

Подводя итоги можно отметить, что проблема трудоустройства молодых специалистов станет, не так остра для России, если начать реализовывать хотя бы часть предложенных путей решения данной проблемы.

Библиографический список

1. Единый портал молодежного парламентского движения России. Проблемы трудоустройства молодежи [Электронный ресурс]. URL: <http://www.new-parlament.ru/tribune/view/1907>.
2. Екомасов В. В. Проблемы трудоустройства молодых специалистов [Электронный ресурс] // Кадры предприятия. 2003. № 3.
3. Жданко Т. А. Пути решения проблем трудоустройства выпускников [Электронный ресурс] // «Magister Dixit» – научно-педагогический журнал Восточной Сибири. 2011. № 1.
4. Савинова Н. А. Проблемы трудоустройства молодежи в современном российском обществе [Электронный ресурс] // Онлайн библиотека наука и философия. URL: http://tomb-raider6.narod.ru/lib/mm/molodjzoh_rossii_i_grazhdanskoe_o/index.html.
5. Ткаченко А. В. Проблема трудоустройства молодых специалистов [Электронный ресурс] // Оригинальные исследования. 2011. Апрель.

© Иванова Т. А., 2012

УДК 338.48

А. А. Игнатенко
Научный руководитель – Н. Д. Корсукова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Рассмотрено понятие туристско-рекреационного потенциала, определены перспективы развития туризма в Красноярском крае.

Рекреационный потенциал является неотъемлемой частью социального блока национальной экономики, так как это единая система природных, спортивно-туристских, лечебно-оздоровительных и социально-культурных подсистем, характеризующихся функциональной взаимосвязанностью и территориальной целостностью, приводимая в движение сопряженными с ней отраслями: сельское хозяйство и пищевая промышленность, пассажирский транспорт и связь, торговля и общественное питание.

Туристским потенциалом объекта (или территории) именуется совокупность приуроченных к данному объекту (территории) природных и рукотворных тел и явлений, а также условий, возможностей и средств, пригодных для формирования туристского продукта и осуществления соответствующих туров, экскурсий, программ.

Красноярский край, обладая значительным туристским потенциалом, включающим природно-рекреационный и историко-культурный аспекты, занимает достаточно скромное место на российском туристском рынке между Алтайским краем и озером Байкал. В Красноярском крае объединяются традиции Запада и дух Востока, что подтверждается находящимися на его территории уникальными памятниками истории и культуры. Данное обстоятельство определяет необходимость всестороннего изучения рекреационного потенциала отдельных территорий в пределах края и разработки схемы развития и размещения объектов туризма и отдыха с учетом экономических, социальных и природно-экологических аспектов.

В рейтинге регионов России Красноярский край по своему туристскому потенциалу занимает 11-е место. Туристско-рекреационные ресурсы, разнообразие ландшафтов, наличие уникальных экосистем, памятников природы, истории и культуры позволяют развивать все виды активного и познавательного отдыха, формировать собственный турпродукт и представлять его как для потребителей внутреннего рынка, так и для зарубежных туристов.

В крае имеется 3999 памятников истории и культуры, из них 98 имеют общероссийское значение. Символы Красноярска – часовня на Караульной горе (построена в 1855 г.), Покровская церковь (1785–1795 гг.) и Благовещенская церковь (1804–1812 гг.), Железнодорожный мост через Енисей, построенный в 1899 г., получил золотую медаль на Всемирной Парижской выставке в 1900 г.

В городе Енисейске находится более 90 архитектурно-исторических памятников XVII–XVIII вв., в

том числе Спасо-Преображенский монастырь и Свято-Иверский женский монастырь. А в селе Троицкое находится старейшее промышленное предприятие Сибири – солеваренный завод (XVIII в.)

Многие местные туристические фирмы предлагают приятно провести время на краевых базах отдыха, совершить экскурсию по Красноярску, посетить заповедник «Столбы» – «Сибирскую Швейцарию». Среди осведомленных людей большим спросом пользуются туры в пока еще «нецивилизованный» заповедник «Ергаки». Есть возможность совершить водное путешествие по маршруту «Красноярск – Дудинка – Красноярск».

Стержневым объектом туристского бренда Красноярского края является река Енисей и Новогодний туризм – это возможность провести новогодние и рождественские каникулы, выходные дни на открытом воздухе, полюбоваться великолепием зимнего ландшафта.

Поскольку Новый год – это зимняя тема, то посещение северных территорий Красноярского края обычно осуществляется индивидуально или небольшими группами туристов. К основным северным маршрутам можно отнести:

- спортивные туры (сплав по северным рекам, поездки на снегоходах по территории заповедников);
- этнографические туры;
- рыбалка и охота (с использованием специальной техники);
- познавательные туры и экспедиции (например, в Эвенкии, в 70 км от поселка Ванавара, находится место падения Тунгусского метеорита, 30 июня 2008 г. там состоялось празднование 100-летия юбилея данного события).

В декабре 2006 г. в окрестностях г. Красноярска был открыт Фан-парк «Бобровый Лог», крупнейший за Уралом горнолыжный и рекреационный комплекс. Площадь комплекса составляет 80 га. В 2007 году «Бобровому логу» присвоено звание «Лучший горнолыжный курорт России».

На сегодняшний день состояние отрасли, ориентированной на въездное и внутреннее направления, можно охарактеризовать как «требующее глубокого исследования и разработки перспективных направлений развития». Это является своеобразным преимуществом при принятии стратегических решений развития отрасли, так как регион может учесть опыт других территорий, как положительный, так и отрицательный.

В сложившихся условиях главными задачами администрации края являются стимулирование макси-

мального использования экономического потенциала туризма, а также грамотное и эффективное продвижение края, как перспективного туристского региона, на российском и международном рынках. Государственное регулирование регионального туризма осуществляет Министерство по туризму Красноярского края. Работают три общественных объединения: Красноярское отделение РСТ, Ассоциация туристских организаций Красноярского края (АСТОК), Красноярская краевая федерация спортивного туризма.

Рынок туристских услуг в Красноярском крае, как и во многих субъектах Российской Федерации, в настоящее время представлен в основном традиционными направлениями: выездной туризм, круизы по Енисею, отдых и оздоровление населения на курортах и базах в крае и за его пределами, экстремальный и охотничий туризм, экскурсии по памятным местам и т. п. Однако анализ существующих тенденций на рынке туристских услуг в России и в Красноярском крае дает основания утверждать, что наряду с тради-

ционными направлениями обслуживания населения необходимо искать и широко распространять новые его компоненты и формы, в том числе некоммерческие формы туризма, рассчитанные на определенные группы и слои населения.

Библиографические ссылки

1. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма : учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2003. 176 с.

2. Горячева Т. К., Пузакова В. И., Тропынин И. В. Рекреационные ресурсы: рекреационная сеть Красноярского края и республики Хакасия: учебно-методическое пособие. Вып. 1. Красноярск: ВСИТ – филиал РМАТ, 2001. 236 с.

3. Перспективы развития агломерации Красноярского края: доклад. СПб. : Центр стратегических разработок «Северо-Запад», 2008. 44 с.

© Игнатенко А. А., 2012

УДК 331.56

А. В. Исаева

Научный руководитель – Л. А. Иванченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

К ВОПРОСУ О ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ И ПРИЧИНАХ ОТРАСЛЕВОЙ БЕЗРАБОТИЦЫ

Анализируется занятость населения в отраслях производственной и непроизводственной сферы. Отмечены причины существования отраслевой безработицы.

Проблема отраслевой безработицы и политики занятости очень актуальна в наше время и имеет свои особенности, следовательно, требует специфических мер по преодолению.

Отраслевая безработица как часть общей безработицы может быть с некоторой долей условности определена на основе статистики о безработице по последнему месту работы. При этом предполагается, что человек, потерявший работу, как правило, начинает ее поиски на локальном рынке труда, то есть, в случае рассмотрения отраслевого рынка труда на предприятиях своей же отрасли. Нельзя упускать из внимания и то обстоятельство, что человек может обладать специфическими знаниями и накопленным опытом, применимым и востребованным, прежде всего, в рамках соответствующей отрасли.

Господствующая роль в экономике России принадлежит отраслям производственной сферы, в которой занято население (65 % от общей численности занятого населения) почти вдвое больше, чем в непроизводственной сфере (35 %). В составе производственной сферы преобладают отрасли, непосредственно создающие материальный продукт – промышленность и строительство (занято 32 % населения), сельское и лесное хозяйство (14 %), суммарно в этих отраслях в России занято 46 % населения. Остальные отрасли производственной сферы – транспорт и связь (8 %), а также торговля, общественное питание, материально-техническое снабжение, сбыт, заготовки (11 %).

Ведущее звено хозяйственного комплекса России – промышленность, играет решающую роль в развитии экономики (на ее долю приходится более половины производства валового внутреннего продукта, 24 % всех занятых в экономике), техническом вооружении и перевооружении отраслей хозяйства, территориальной организации производительных сил страны. Промышленность России имеет сложную многоотраслевую структуру (насчитывает десятки отраслей, подотраслей и производств), характеризуется высоким уровнем специализации и концентрации производства. В ее составе преобладают отрасли тяжелой индустрии (их доля в общем производстве промышленной продукции страны превышает 80 %), в сравнении с развитыми странами, высок удельный вес добывающих производств.

Рассмотрение проблем безработицы на уровне отраслей важно с точки зрения поиска путей по снижению структурной безработицы. Ситуация с занятостью и безработицей в конкретной отрасли является своеобразным отражением ее положения в экономике страны в целом, а значит, позволяет судить о приоритетных направлениях развития хозяйственной сферы.

Классификация отраслей по инвестиционной привлекательности может быть также полезна для выявления групп населения, чье положение на рынке труда неустойчиво, и поэтому, возможно, требует вмешательства государства. Рассмотрев различные классификации отраслей по инвестиционной привлекатель-

ности, можно выдвинуть тезис о том, что наиболее приближена к российским условиям классификация, в которой все отрасли разбиваются на 5 групп в порядке возрастания инвестиционной привлекательности.

Нарождающаяся отрасль – отрасль, где основные продукты и технологии ещё находятся в процессе лабораторных исследований или опытных производств, в связи с чем, вложения в отрасль, находящуюся на этой стадии, носят характер повышенного финансового риска и с позиции обычного инвестора являются менее предпочтительными. К растущим, относятся отрасли, где продукция в перспективе будет пользоваться опережающим спросом. Отрасль стабильного роста – для стадии стабильного развития отрасли характерна устойчивая работа предприятия и уровень доходности равен среднему в экономике страны. Увядающие отрасли – производящие устаревшую продукцию и работающие на устаревшей технологии. Наиболее интересующая отрасль россиян в промышленности – рентабельная (растущая) отрасль, к таким отраслям можно отнести: добыча полезных ископаемых, в том числе топливно-энергетических, производство кокса и нефтепродуктов, металлургическое производство, химическое производство, производство целлюлозы, древесной массы, бумаги, картона и изделий из них и др.

Анализируя вклад отдельных отраслей (оптовая и розничная торговля, обрабатывающее производство, транспорт и связь), можно отметить, что здесь наблюдаются тенденции перехода людей с рынков труда производственной сферы на рынки труда непромышленной сферы.

Хотелось бы отметить, что за период 2008–2011 гг. наибольшее число занятых было в следующих видах экономической деятельности: оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования, гостиницы и рестораны (17,3 %); обрабатывающие производства (16,8 %); транспорт и связь (9,4 %).

Росстат подвел итоги выборочного обследования населения по проблемам занятости в ноябре 2011 года: численность экономически активного населения в возрасте 15–72 лет (занятые + безработные) составила 75,7 млн человек, или более 53 % от общей численности населения страны (в январе 2010 г. составила 74,6 млн человек, или более 52 % от общей численности населения страны). Экономически активное насе-

ление выросло на 1,1 млн чел. В численности экономически активного населения 71,0 млн человек классифицировались как занятые экономической деятельностью (в 2010 г. – 67,7 млн человек) и 4,8 млн человек – как безработные с применением критериев МОТ (2010 г. 6,8 млн человек). По сравнению с 2010 годом экономически активное население увеличилось, а главное, количество безработных сократилось.

Важная причина существования значительной отраслевой структурной безработицы является несовершенство системы образования, которая изначально готовит работников, чья отраслевая принадлежность весьма слабо соотносится с требующимися на рынке труда кадрами.

Не менее важный фактор появления отраслевой безработицы остается, на сегодняшний день, несовершенство информации о возможных вакансиях, к которой имеет доступ безработный. Нельзя оставлять без внимания и такой фактор, как не очень эффективная работа служб занятости в содействии переквалификации безработных, таким образом, чтобы их навыки соответствовали имеющимся вакансиям, пусть даже не из отрасли, где они изначально работали.

Трансформация отраслевой структуры безработицы в сторону ее улучшения требует вмешательства государства, поскольку в первую очередь оно способно изменить ситуацию с межотраслевой (и не только межотраслевой) мобильностью работников. Кроме того, значение этого процесса должно осознаваться именно на государственном уровне, поскольку проведение успешной политики в этой области сможет реально содействовать снижению числа безработных в приоритетных отраслях.

Существенным моментом является и необходимость поддержки определенных категорий населения, которые в ходе структурной перестройки как выпуска продукции, пополняют ряды безработных. Немаловажно при этом и то, что разные отрасли имеют разную чувствительность к изменению, например, оплаты труда. Это, в свою очередь, усложняет конструирование единого набора мер по обеспечению всех отраслей необходимой рабочей силой и ставит на повестку дня разработку конкретных стратегий в области занятости, если не для каждой отрасли, то хотя бы для их групп.

© Исаева А. В., 2012

УДК 04.9:65.422

Т. Н. Карпович

Научный руководитель – Н. Д. Корсукова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Россия, Красноярск

О РАЗВИТИИ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВ В РОССИИ

Рассматриваются понятия электронных торгов, электронных торговых площадок, анализируется процедура проведения электронных торгов в России. Отмечены преимущества и недостатки электронных закупок.

С каждым годом роль и значение электронных торгов в системе государственных закупок в России

приобретает все большую актуальность. Существует такое мнение, что торги возродились в связи с пере-

ходом к рыночной экономике. Но следует отметить, что к началу 90-х гг. XX века в нашей стране сформировалась практика аукционных продаж, которые организовывали коммерческие центры Госнаба СССР. При этом под аукционом понималась форма безлимитной продажи средств производства, то есть уникальных и дефицитных видов продукции с улучшенными потребительскими свойствами и техническими характеристиками.

В наше время электронные торги официально и повсеместно стали реальностью российской экономики. Стремительное развитие информационных технологий коренным образом изменило подход к предпринимательской деятельности. Сегодня в мире функционирование единой информационной сети обуславливает образование новых сетевых сообществ, выражающих значительное влияние на экономический век: наступила эра электронной торговли. Появилось множество возможностей, интернет стал доступен практически каждому человеку, создав абсолютно новую среду общения с рынком множества миллионов потенциальных покупателей, обладающих достаточно высоким уровнем доходов.

Благодаря обширной глобальной компьютерной сети, удалось образовать новую коммерческую, коммуникационную среду. Теперь с помощью Интернет торговая организация может напрямую взаимодействовать с каждым вероятным клиентом, в какой бы точке мира он не находился, и получать практически мгновенную информацию о принятом им решении. В таких условиях классические приемы маркетинга, методы ведения бизнеса и традиционные технологии продаж должны быть адаптированы к особенностям коммуникационной среды.

Доступ к ресурсам всемирной глобальной информационной сети открыл дополнительные возможности для торговли, в первую очередь, благодаря электронным торговым площадкам (ЭТП), которые представляют собой комплекс информационных и технических решений, которые обеспечивают взаимодействие покупателя (заказчика) с продавцом (поставщиком) через электронные каналы связи на всех этапах заключения сделки [1].

Электронные торги – это открытый аукцион на поставку товаров и услуг по государственным заказам, который проходит в Интернете, на официальных электронных торговых площадках.

Правительством РФ были утверждены пять электронных торговых площадок, на которых осуществляются закупки товаров и услуг для государственных и коммерческих нужд.

В настоящее время функционируют следующие федеральные электронные торговые площадки:

1. Сбербанк-АСТ (Электронная площадка Сберегательного банка Российской Федерации).
2. Единая Электронная торговая площадка («ЕЭТП»).
3. «РТС-тендер».
4. «ЭТП ММВБ».

Согласно Федеральному закону о государственных закупках от 21.07.2005 № 94-ФЗ 1 июля 2010 года на них перешли все федеральные заказчики, а с 1 января

2011 года к ним присоединились региональные и муниципальные [2].

Электронные торги с использованием соответствующих площадок проводятся в соответствии с регламентом, определенном в Положении об электронных торгах (глава 3.1 94-ФЗ от 21 июля 2005 года) [2].

Процедура проведения электронных торгов схожа с механизмом обыкновенного аукциона. Однако в отличие от традиционного, в электронном аукционе торги идут не на повышение стоимости лота, а на понижение. То есть заказчик товаров или услуг через Интернет выставляет на виртуальной торговой площадке свой лот и устанавливает в качестве начальной цены максимальную сумму, которую он готов заплатить за лот. После этого потенциальные поставщики в режиме реального времени направляют свои ценовые предложения, причем подавать заявки участник аукциона может неограниченное количество раз. Победителем оказывается тот, кто предложит свои услуги или товар по наименьшей цене. По условиям торгов заказчик обязан заключить с победителем контракт.

Функциональные возможности систем электронных торгов могут варьироваться и охватывать различный объем процедур и задач. Но при этом, текущий уровень развития интернет-технологий и высокие требования заказчиков (а в случае государственных заказов - требования самого законодательства) привели к формированию нового класса систем электронных торгов, обладающих обширным перечнем возможностей.

В наши дни, было выявлено, что наиболее востребованы площадки, на которых существует многооперационная организация. К ним можно отнести сбор потребностей, планирование и проведение аукционов, квалифицированный отбор поставщиков и заказчиков, оценка ценовой конъюнктуры рынка, правильное применение электронной цифровой подписи и т.д. Все это говорит, о том, что данные системы электронных торгов постепенно переходят с уровня электронных торговых площадок на уровень полномасштабных систем управления коммерческой деятельностью.

Одним из основных преимуществ системы электронных торгов является экономия времени, а также минимизация и упрощение документооборота. Согласитесь, одно дело организовывать тот же аукцион, а другое, – не выходя из дома или офиса, принять участие посредством всемирной сети. Плюс стоит учитывать короткие сроки проведения подобных процедур и экономию средств на организацию, и проведение торгов. Очень важно, что сохраняется полная прозрачность всей процедуры проведения закупок, что исключает возможную недобросовестность участников [3].

Проведение аукциона в электронной форме становится все более популярным, и тому есть объективные причины:

При своих преимуществах электронный аукцион не лишен и недостатков. Во-первых, самым главным недостатком является то, что заказчик видит товар или услугу только после подписания контракта. Во-вторых, участие в электронном аукционе требует от заказчика определенной компьютерной грамотности, что иногда становится камнем преткновения.

Однако, несмотря на некоторые недостатки, электронный аукцион можно считать самым быстрым и эффективным видом торгов. Эксперты считают, что будущее закупок именно за электронным аукционом.

Библиографические ссылки

1. Что такое «электронная торговая площадка?» [Электронный ресурс] // СРО НП МНОС «Сибирь». URL: <http://www.msro-sibir.ru/>.

2. Подробнее об электронных торгах [Электронный ресурс] // Что такое электронные торги / Альфа Софт. URL: <http://alfav.ru/>.

3. Преимущества и недостатки системы электронного аукциона, как способа проведения госзакупок [Электронный ресурс] // Рекламные тендеры государственных закупок в России / Новости и пресс-релизы фирм. URL: <http://bitlregion35.ru/>.

© Карпович Т. Н., 2012

УДК 331

М. В. Киселева
 Научный руководитель – Ю. А. Аникина
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СТАТИСТИКА ВНЕШНЕТОРГОВОГО ОБОРОТА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ ЗА 2010-2011 ГГ.

Красноярский край играет важную роль в развитии внешней торговли как Сибирского федерального округа, так и Российской Федерации в целом. Этот мощный экономический регион является крупным поставщиком угля, лесной, химической промышленности. Кроме того в крае расположены крупнейшие заводы по производству важнейшей электроэнергетической, топливной, машиностроительной и других видов продукции.

Красноярский край образован 7 декабря 1934 года. Включает Таймырский (Долгано-Ненецкий) и Эвенкийский автономные округа. В крае 25 городов, 46 поселков городского типа.

Красноярский край один из наиболее обеспеченных природными ресурсами субъект РФ. Здесь открыто более 6 тыс. месторождений различных видов полезных ископаемых. В крае сосредоточено 70 % угля России, а также основные запасы платины, медно-никелевых руд, исландского шпата.

Нынешний Красноярский край – один из основных индустриальных центров России. Здесь развиваются металлургия, машиностроение, горнодобывающая, химическая, лесная, деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная, легкая промышленность.

Главными предприятиями края являются: «КрАЗ», «Норильский никель», «Ачинский глиноземный комбинат», «Сибтяжмаш», «Комбайнпром» и др.

Экономика Красноярского края прочно интегрирована в мировую и зависит от результатов внешней торговли. [4] В географическом плане экспорт края ориентирован на страны Западной и Центральной Европы, Юго-Восточной и Восточной Азии, страны Америки. Крупнейшей страной, в которую Красноярский край экспортирует свою продукцию, является Швейцария. На втором месте – Португалия, на третьем – Китай. По группам стран лидируют страны ОЭСР, ЕС, ОПЕК, АТЭС и страны ЕвразЭС [4].

Внешнеторговый оборот по странам по Красноярской таможне за 2011 г. достиг 7 754 268,7 тыс. долларов [3].

Как и в 2010 г., основным торговым партнером края стала Швейцария, обменявшаяся с регионом товарами на 2 005 601,6 тыс. долларов, что составило чуть более четверти всего оборота в денежном выражении. Далее идут Китай (1 454 449,5 тыс. долларов,

или 18,8 %), Нидерланды (956 391,1 тыс. долларов, или 12,3 %) и США (810 916,5 тыс. долларов – 10,5 % от общего оборота) [1].

В структуре оборота в денежном выражении преобладает экспорт: край вывез за год товаров на 6 226 113,7 тыс. долларов, а ввез – на 1 528 155,5 тыс. долларов [3].

На экспорт в основном идет продукция, связанная с металлургическим производством. Именно металлы составляют львиную долю торгового оборота края со Швейцарией и другими странами-лидерами по внешне-торговым отношениям с регионом. Импортируемые же товары в крае не производятся: товары везут для своих нужд предприятия химической промышленности, ввозятся импортные комплектующие для лакокрасочных, нефтехимических производств [3].

По статистике ведомства за 2011 г., 62,1 % импорта пришлось на машины, оборудование и транспортные средства, 21,5 % – продукцию химической промышленности [2].

В экспорте первое место принадлежало металлам и изделиям из них (68,2 % оборота), а также древесине и целлюлозно-бумажной продукции (11,6 %) [2].

За прошлый год внешнеторговый оборот заметно вырос. Об этом можно судить, например, по тому, что в 2011 г. Красноярская таможня перечислила в федеральный бюджет 17 млрд руб., а в 2010-м — 10 млрд. Такая разница связана с тем, что 2010-й и предшествующий ему 2009-й были кризисными. А в 2011-м Красноярский край вернулся на уровень докризисного 2008 г. [3]

Кроме того, большую роль играет упрощение процедур таможенного оформления – введено электронное декларирование. В настоящее время более 94% деклараций оформляются в электронном виде. Также внедряется предварительное информирование и уда-

ленный выпуск. Введение электронного декларирования – это достаточно удобно, быстро и содержит антикоррупционный мотив, поскольку инспектор напрямую не общается с клиентом. Благодаря этому значительно увеличилась скорость оформления, и если раньше на проверку отводилось 3 дня, то сейчас это максимум – рабочий день [5]. Соответственно товароборот начал идти быстрыми темпами, что позволило показать в 2011 году лучшие результаты по сравнению с 2010 г.

Библиографический список:

1. *Официальный сайт Сибирского таможенного управления.* URL: <http://stu.customs.ru/>
2. *Сибирское агентство новостей.* URL: <http://krsk.sibnovosti.ru>.
3. *Красноярское общественно-деловое издание:* URL: <http://www.dela.ru/>
4. *Журнал «Бюджет».* URL: <http://bujet.ru>.
5. *Красноярский портал:* URL: <http://www.redom.ru/>

© Киселева М. В., 2012

УДК 331

А. В. Коваленко

Научный руководитель – Ю. А. Аникина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

**ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ТАМОЖЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ:
ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ УВЕЛИЧЕНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОГО
ОБОРОТА 2012 ГОДА**

Раскрываются «Динамика и структура таможенных платежей Красноярского края: особенности организации в условиях увеличения внешнеторгового оборота 2012 года».

Под таможенными платежами понимаются пошлины, налоги и сборы, взимаемые таможенными органами в области таможенного дела.

Цель ведения статистики таможенных платежей – информационное обеспечение руководства ФТС, Минфина и других гласных структур данными об выполнении фискальных функций таможенными органами.

Статистика таможенных платежей закреплена за таможенными органами Красноярского края, которые недавно отчитались о деятельности в 2011 году: Итак, за 2011 год Красноярская таможня перечислила в федеральный бюджет свыше 16 млрд рублей. По сравнению с аналогичным периодом 2010 года больше на 6 млрд. 651 млн рублей, или 65,14 %. По данным таможенной статистики, за 2011 год Красноярская таможня оформила свыше 32 тысяч деклараций на товары, что на 29 % больше, чем за предыдущий год.

Таким образом, динамика таможенных платежей выражена в увеличении внешнеторгового оборота Красноярского края, который за отчетный период составил 7 754,3 млн долларов США (на 16% больше, чем за 2010 год). Экспорт увеличился на 12 %, импорт – на 34 %. Структурно увеличилось количество участников внешнеэкономической деятельности до 1 321. Из 7-ми постов таможни, расположенных в городах Красноярского края, наибольший вклад в федеральный бюджет внесли Таймырский, Красноярский, Канский таможенные посты.

В воздушном пункте пропуска Красноярской таможни четко прослеживается тенденция увеличения пассажиропотока, возросло количество авиарейсов и пассажиров, проследовавших через таможенную границу: в 2011 году оформлено 7136 воздушных судов (на 40 % больше, чем в 2010-ом), 3253 пассажирских воздушных судов (на 60 % больше, чем в 2010-ом).

Через таможенную границу в регионе деятельности таможенного поста «Аэропорт Красноярск» в 2011 году проследовали почти 500 тысяч пассажиров (на 74 % больше, чем в 2010-ом).

В отношении динамики и структуры таможенных платежей Красноярского края, начальник таможни, генерал-майор таможенной службы Дмитрий Козаев выразился, что в 2012 году его коллектив приложит все усилия, направленные на обеспечение бесперебойного процесса совершения таможенных операций в увеличившемся обороте и усложнившейся структуре участников. В частности, в 2012 году для этих целей вводится электронный документооборот для дистанционного заполнения таможенных деклараций. Что чрезвычайно важно для совершенствования и оптимизации структуры таможенных сборов, создания благоприятных условий для участников внешнеэкономической деятельности, при содействии Правительству Красноярского края в реализации масштабных инвестиционных проектов.

Также он отметил, что внешнеэкономические операции, совершаемые Российской Федерацией с зарубежными странами-контрагентами, происходят при участии таможенных органов, главным критерием деятельности которых является объем поступлений средств от внешнеэкономической деятельности в федеральный бюджет, или таможенные платежи. На основе данных о собираемости таможенных платежей можно судить об уровне развития внешней торговли страны или региона в целом. Этим призвана заниматься специальная таможенная статистика, одной из задач которой является сбор, систематизация и обработка данных о количестве взимаемых таможенных платежей. Особенностью является то, что на современном этапе аналитическая обработка информации по динамике и структуре таможенных платежей ве-

дается лишь на уровне региональных таможенных управлений, анализ производится в Главном научно-исследовательском вычислительном центре при Федеральной таможенной службе РФ. На сегодняшний день отсутствует система факторов взимания таможенных платежей, следовательно, нет четкой методологии статистического анализа таможенных платежей, которая отвечала бы современным требованиям международной статистической отчетности, и в таможнях не ведется аналитическая работа в этом на-

правлении, присутствует только сбор информации и её систематизация. Таким образом, не разработана база для формирования статистической отчетности таможенных органов по взиманию таможенных платежей. Поэтому актуальным аспектом деятельности таможенных органов является совершенствование методологии статистики таможенных платежей в условиях электронного документооборота.

© Коваленко А. В., 2012

УДК 658.1

А. А. Кожова
Научный руководитель – А. В. Цветцых
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассмотрены проблемы совершенствования и развития управления деятельностью торговой организации. Анализируется управление деятельностью торговой организации и предложены пути совершенствования управления торговой организации.

В связи с трансформацией рыночных отношений в развитии основных форм торговли особую актуальность в настоящее время в России приобретает коммерческо-посредническая деятельность. Именно коммерческо-посредническая деятельность организаций способствует эффективному развитию производства, формированию его объемов и перспективных направлений. Она в большей степени определяет экономическое положение фирмы, её финансовые результаты в условиях изменчивой среды бизнеса.

Коммерческая деятельность выступает в современных условиях как один из важнейших факторов функционирования и развития торговых организаций. Эта деятельность постоянно совершенствуется в соответствии с объективными требованиями производства и реализации товаров и услуг, повышением роли потребителя в формировании технико-экономических и иных параметров продукции. Большую роль играют, также, изменения в организационных формах и характере деятельности организаций.

Изменения условий деятельности, необходимость адекватного приспособления к ней системы управления, сказываются не только на совершенствовании его организации, но и на перераспределении функций управления по уровням ответственности, формам их взаимодействия. Речь идет о такой системе управления (принципах, функциях, методах, организационной структуре), которая порождена организационной необходимостью и закономерностью хозяйствования, связанными с удовлетворением индивидуальных потребностей, обеспечением заинтересованности работников в наивысших конечных результатах, растущими доходами населения и регулированием товарно-денежных отношений. Все это требует от торговых организаций адаптации к новым условиям, преодоления возникающих противоречий в экономическом и научно-техническом процессах.

Цель разработки модели состоит в обосновании направлений совершенствования управления деятельностью торговой организации для повышения эффективности управления, обеспечения возможностей роста потенциала организации и максимального его использования в процессе коммерческой деятельности.

Концептуальные положения модели совершенствования управления деятельностью торговой организации состоят в следующем:

- объектами управления деятельностью торговой организации выступают ее функциональные процессы, операции и действия;
- результатом управления коммерческой деятельностью торговой организации является реализация управленческих решений в области функциональных процессов коммерческой деятельности;
- управленческие решения должны иметь четко выраженную ориентацию на задачу оптимизации коммерческой деятельности как системы, их обоснование должно носить интегрированный характер;
- вспомогательным инструментом управления деятельностью торговой организации должно являться максимально широкое использование современных информационных технологий, минимизирующих затраты на управление;
- основное внимание при управлении коммерческой деятельностью торговой организации должно уделяться управлению товарными запасами, составляющими предмет каждого ее функционального процесса.

В соответствии с концептуальными положениями модели совершенствования управления деятельностью торговой организации авторами определены следующие предложения:

- определение критериев предпочтительной стратегии совершенствования управления деятельностью торговой организации;

- формирование альтернативных стратегий совершенствования коммерческой деятельности;
- выбор стратегии совершенствования управления деятельностью торговой организации;
- формирование системы управления товарными запасами в коммерческой деятельности организаций;
- совершенствование информационного обеспечения управления коммерческой деятельностью.

Предполагается, что использование данных предложений торговыми организациями призвано обеспечить им повышение товарооборота и получение дополнительного экономического эффекта. Это будет способствовать повышению конкурентоспособности и расширению доли рынка торговой организации.

© Кожова А. А., 2012

УДК 330.322.12

А. К. Кудрева

Научный руководитель – Л. А. Иванченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗВИТИЕ ПРАКТИКИ БИЗНЕС-АНГЕЛОВ В РОССИИ

Рассматривается сущность понятия бизнес-ангел, анализируются результаты деятельности бизнес-ангелов в России и за рубежом.

В условиях развивающейся экономики нашей страны важным становится вопрос об организации новых, современных предприятий, готовых предложить рынку инновационные продукты с перспективными прогнозами развития. И чаще всего, преградой для создания подобной компании становится отсутствие достаточного финансирования. Именно поэтому, с каждым годом все активнее развивается институт инвестирования и поддержки развития предприятий. Если говорить о малом предпринимательстве, то здесь важную роль играют так называемые бизнес-ангелы.

Бизнес-ангел – частный инвестор, который вкладывает деньги в инновационные проекты (стартапы) на этапе создания предприятия в обмен на возврат вложений и долю в капитале. «Ангелы», как правило, вкладывают свои собственные средства в отличие от венчурных капиталистов, которые управляют деньгами третьих лиц, объединёнными в венчурные фонды.

Термин бизнес-ангелы был введен в США, в конце прошлого века. Результатами удачных инвестиций стали такие компании как Microsoft, Intel, Apple, Yahoo, Amazon, Fairchild Semiconductors, Google, DHL и Starbucks и другие известные бренды. В России первые бизнес-ангелы появились еще в начале XXI века, но как об особом виде инвесторов о них заговорили лишь в последние пять лет года.

Вложения бизнес-ангелов за рубежом на «посевной» стадии составляют чаще всего не более 1 млн долл., в среднем 300–400 тыс. долл. В российской практике вложение инвестора оговорено законодательно, и не может превышать 350 тыс. долларов в один проект.

В Соединенных Штатах работает порядка 260 тысяч бизнес-ангелов, в России их насчитывается около двух тысяч, хотя официально называют себя бизнес-ангелами не более 300 человек.

Как и любое венчурное инвестирование, бизнес-ангельство – рискованное занятие, в подтверждение этого международная статистика доходности вложений бизнес-ангелов говорит, что полная потеря вло-

женных средств происходит в 34 % проектах, частичная потеря у 13 %, очень малая доходность наблюдается в 17 % проектов, доходность в размере 25–50 % у 13 %, и только 23 % получают свыше 50 % годовых.

Несмотря на это, по данным Национальной ассоциации бизнес-ангелов, ежегодный объем российского рынка только индивидуальных венчурных инвестиций превышает 15 млрд рублей [1].

В настоящее время существует множество международных ассоциаций бизнес-ангелов, помогающих инвесторам и новаторам найти друг друга. В России крупнейшими считаются Национальное содружество бизнес-ангелов, Ассоциация бизнес-ангелов «Стартовые инвестиции», Национальная сеть бизнес-ангелов «Частный капитал». На региональном уровне создаются ассоциации, понимающие специфику местного рынка. Так, совсем недавно было создано некоммерческое партнерство «Бизнес-ангелы Сибири», объединяющее инвесторов из Томска, Новосибирска и Красноярска. Своей целью они видят оказание содействия становлению и развитию новой отрасли в экономике страны – бизнес-ангельского инвестирования на основе создания благоприятных условий для деятельности бизнес-ангелов в России. Учитывая, что главной целью бизнес-ангелов является ускоренное развитие, рост капитализации инвестируемых инновационных компаний, совладельцами которых они являются, создание благоприятных условий предполагается осуществлять как для самих бизнес-ангелов, так и для проинвестированных ими инновационных компаний.

Президент Некоммерческого партнерства «Бизнес-ангелы Сибири» Николай Бадулин свой первоначальный капитал заработал на фондовом рынке, и сейчас у него в портфеле, по его собственным словам, около 8 успешных сделок. Один из проектов уже прошел Наблюдательный совет Роснано, компания «ФиБр-Мед» стала одним из лауреатов IV Сибирской венчурной ярмарки, а сам Бадулин в прошлом году по решению жюри Конгресса Европейской ассоциации бизнес-ангелов 2010 вошел в число четырех лучших бизнес-

ангелов Европы. Кроме того, в ассоциации есть инвесторы с еще большим стажем и опытом. Например, Леван Татунашвили, сейчас генеральный директор компании «СИГМА. Инновации», занимается бизнес-ангельством уже около 20 лет [2].

Но, несмотря на то, что частное инвестирование получило свою популярность сравнительно недавно, уже сейчас на территории страны действуют мошенники, которые обещают компаниям значительные инвестиции, после внесения им определенного залога.

Без специальной поддержки компании зачастую очень сложно привлечь к себе добросовестного инвестора, поэтому помощь в поиске инвестора для малого предпринимательства входит в перечень форм поддержки малого бизнеса. Так, в Красноярском крае, на базе бизнес-инкубаторов, происходит организация сотрудничества ассоциаций бизнес-ангелов и развивающихся компаний. Кроме того, в регионе проходит множество мероприятий, подчиненных той же цели, к примеру, Красноярский экономический форум или Большая неделя венчурного предпринимательства, а также ставший ежегодным предпринимательский конкурс бизнес инновационных технологий в Сибири «БИТ Сибирь». По результатам последнего победитель гарантированно получает необходимое финансирование, при этом, остальные участники конкурса чаще всего тоже находят себе инвесторов [3].

В Красноярске одним из самых знаменитых венчурных инвесторов является корпорация «Империаль», президент Олег Шабан. Более 10 лет корпорация «Империаль» финансирует самые различные проекты по всей стране. Бизнесмен убежден: «В нашей

стране живет множество грамотных, талантливых и изобретательных людей с колоссальным банком зрелых проектов. Мы готовы дать им деньги. Но только в том случае, если будем уверены: наши инвестиции будут направлены на благо России» [4].

Особенность венчурного капитала в России состоит в том, что при большом числе талантливых и креативных ученых, огромном количестве научно-технологичных идей здесь очень мало проектов, которые может профинансировать инвестор. До недавнего времени в стране просто не было класса бизнес-ангелов, «посевных» инвесторов, венчурных фондов и т. д., и теперь очередь стоит за компаниями, они должны не только найти хорошую идею, но и сделать из нее бизнес, хотя бы в виде грамотного бизнес-плана.

Библиографические ссылки

1. Национальная ассоциация бизнес-ангелов [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rusangels.ru/2.html>.
2. Сибирские бизнес-ангелы объединились в ассоциацию. [Электронный ресурс]. URL: <http://Insk.ru/news/novosibirsk/29438.html>.
3. Красноярск станет городом ангелов [Электронный ресурс]. URL: http://www.krinfo.ru/articles2/item/1403.krasnoyarsk_stanet_gorodom_angelov.html.
4. Ищите бизнес-ангелов и венчурные фонды? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.myvdele.ru/investors/lawyer/5552/>.

© Кудрева А. К., 2012

УДК 669.713.7

О. В. Мазитова
 Научный руководитель – Т. Н. Афанасьева
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ДОСТУПНОСТЬ ОБРАЗОВАНИЯ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Человеческий капитал играет очень важную роль в экономике страны. Переход на инновационный путь развития невозможен без качественного человеческого капитала. Первой ступенью в формировании человеческого капитала является доступное образование.

Образование, здравоохранение и наука – «три основных кита», благодаря которым формируется и накапливается человеческий капитал. Первой ступенью в формировании человеческого капитала является доступное качественное образование. В обществе оно выполняет одну из важнейших функций – экономическую, т. е. воспроизводство квалифицированной рабочей силы. В наше время система образования –

один из главных элементов, как сферы производства, так и сферы потребления. При этом необходима широкая поддержка со стороны государства в этой сфере, глубокая и всесторонняя модернизация образования с выделением необходимых для этого ресурсов и созданием механизмов их эффективного использования.

Структура и динамика расходов федерального бюджета (в млрд руб.)

Год	2011		2012		2013		2014	
	проект	% к предыдущему году						
Образование	560,0	603,5	107,8	558,9	92,6	499,5	89,4	

К сожалению, на сегодняшний день проявляются негативные тенденции в сфере образования. Поддержка со стороны государства заметно слабеет. Это подтверждает проект, составленный министерством финансов РФ на 2012, 2013, 2014 годы, по которому планируется сокращение расходов федерального бюджета в сферу образования (см. таблицу) [1]. Также негативные тенденции проявляются и в сферах среднего и высшего образования.

Государство гарантирует гражданам бесплатное среднее образование. Однако в 2010 году был принят законопроект, который ставит под сомнение эту гарантию. 23 апреля Государственная Дума Российской Федерации приняла законопроект «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений». Он вступил в силу с 1 января 2011 г. Переходный период установлен до июля 2012 года. Хотя формально этот закон всего лишь реорганизует финансирование и несколько меняет правовой статус бюджетных учреждений, его последствием вполне может стать фактическая отмена бесплатного среднего образования. По сути, этот закон изменяет правовое положение и финансирование бюджетных организаций [2].

В соответствии с законом бюджетные организации подразделяют на три типа: казенные, бюджетные (нового вида) и автономные. К первой категории будут, скорее всего, отнесены детские дома, интернаты, спецшколы. Все остальные станут по-новому бюджетными или автономными. И те, и другие получают возможность заниматься приносящей доход деятельностью, хотя у автономных будет больше финансовых свобод. Слово «бюджетный», впрочем, утратит свой привычный смысл, поскольку сметное финансирование прекращается. Средства будут выделяться в виде субсидий в рамках выполнения государственного задания, причем вопросы реализации образовательных программ и контроля качества образования законопроект не затрагивает [3].

Родители возмущены ростом расходов на «бесплатное» школьное образование. В текущем учебном году с ростом затрат на школьное образование столкнулись 77 % родителей школьников, опрошенных Исследовательским центром рекрутингового портала Superjob.ru по инициативе «Независимой газеты». При этом 45 % участников опроса сообщили, что расходы семьи на обучение детей-школьников выросли незначительно, тогда как почти треть респондентов (32 %) указывают на значительный рост такого рода затрат [4].

Сложная ситуация состоит и с вузами. В «Концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2011–2015 гг.» говорится, что «в силу демографических причин, а также благодаря совершенствованию системы образовательных учреждений, будет существенным образом обновлена сеть вузов, не вошедших в число федеральных и национальных

исследовательских университетов» [5]. Министр образования А. Фурсенко выдвигает идею необходимости сокращения числа вузов, доведения их числа до 100–150. По его словам, у нас в стране существует порядка 50 вузов, которые являются безусловными лидерами, и есть еще как минимум 100–150 вузов, которые имеют хороший потенциал. Это значит, что большинство вузов, не входящих в список «элитных», будет закрыто. Особенно серьезно это коснется филиалов.

Процесс реорганизации уже начался. С марта 2010 г. по сентябрь 2011 г. было реорганизовано и закрыто порядка 40 вузов – более 10 % общего числа. Кроме того, было закрыто в общей сложности несколько сотен филиалов. Не вызывает сомнений, что сокращение числа вузов неизбежно приведет к резкому снижению квалификации персонала на российском рынке труда и, соответственно, к падению экономической конкурентоспособности России [6].

Таким образом, становится очевидным то, что развитие сферы образования происходит в сложнейшей ситуации. Из этого возникает вопрос: а сможем ли мы, имея ограниченный доступ к получению образования, сформировать человеческий капитал, который способствует эффективному развитию экономики и страны в целом.

Библиографические ссылки

1. Расходы федерального бюджета на 2012 год и на плановый период 2013 и 2014 годов // Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. URL: http://info.minfin.ru/project_fb_rashod.php.
2. Размахин А. В России введут платное среднее образование // Интернет-газета «Свободная пресса». URL: <http://svpressa.ru/t/24419>.
3. Леонтьева О. Платное среднее образование. Слухи или угроза? // Информационный портал «Метро 74». URL: <http://trg.metro74.ru/content/29-05-2011/platnoe-srednee-obrazovanie>.
4. Кузбасский С. Платное среднее образование. Странные эксперименты в школах // «Гражданская инициатива за бесплатное образование». URL: <http://netreforme.org/news/vnedrenie-platnogo-srednego-obrazov>.
5. О концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2011–2015 годы : Распоряжение правительства РФ от 7 февраля 2011 года № 163-р // Информационно-правовой портал «Гарант». URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/55070647>.
6. Дружилов С. Демографический кризис и сокращение числа вузов России // Экономический и научно-технический интернет-журнал «NOVAINFO.RU». URL: <http://www.novainfo.ru/demograficheskiy-kризис-i-sokrashchenie-chisla-vuzov-v-rossii>.

© Мазитова О. В., 2012

УДК 331

О. Н. Макарова
Научный руководитель – А.И. Леонидова.
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «УРОВЕНЬ ЖИЗНИ» И «КАЧЕСТВО ЖИЗНИ»

В экономическом сообществе не существует однозначного определения категорий «уровень жизни населения» и «качество жизни населения», необходимого для возможности проведения межстрановых сравнений. Также дискуссионным является и вопрос о перечне индикаторов, наиболее полно характеризующих эти процессы. Современные же условия диктуют необходимость проведения адекватных сравнений стран по данным показателям и их наиболее полный расчет.

Одним из наиболее распространенных является подход, согласно которому уровень жизни представляет собой совокупность товаров и услуг, которыми располагает общество. В данном случае индикаторами уровня жизни выступают доходы домашних хозяйств, позволяющие приобретать товары и услуги, социальная дифференциация населения, положение малообеспеченных слоев населения. Социально-экономические индикаторы являются неотъемлемыми компонентами социальных программ и используются в качестве инструмента измерения результатов влияния экономических реформ на уровень жизни населения [4].

Мировой опыт свидетельствует, когда в той или иной стране исходный уровень жизни и качество жизни являются низкими, увеличение богатства часто приводит к улучшению качества жизни. Тем не менее, очевидно, что качество жизни людей зависит не только от их знаний и мотивов, но и от доступных им средств и ресурсов, поэтому в широком смысле слова под уровнем жизни понимается весь комплекс экономических, социальных, культурных, природных и других условий жизни людей. Он характеризуется всей системой социально-экономической статистики. В качестве наиболее общего показателя, синтезирующего все условия в одном результате, часто применяется продолжительность жизни населения [3].

Рост средней продолжительности жизни в России в два раза по сравнению с дореволюционным периодом в начале века, несомненно, характеризуется повышением ее уровня. Тогда как сокращение продолжительности жизни за последние годы на 5 лет, особенно по мужскому населению, отставание по этому показателю от развитых стран на 10-15 лет свидетельствует о низком уровне жизни в России и его дальнейшем падении [5]. Об уровне жизни можно судить также по показателям жизнестойкости населения и стабильности условий жизни – наличию резких спадов и подъемов, социальных потрясений и т. п.

В экономической литературе давно обсуждается вопрос о возможности и целесообразности исчисления единого обобщающего показателя уровня жизни. Многие специалисты весьма скептически относятся к возможности его построения. Тем не менее, время от времени предпринимаются попытки предложить схему исчисления обобщающего показателя благосостояния населения. Разработаны и специальные мето-

ды математической статистики, позволяющие объединять различные по своему содержанию показатели в единое целое: метод главных компонент, максимина корреляции и др., которые в настоящее время используются при научных исследованиях, но недостаточно широко применяются в практической работе органов государственной статистики.

Действующие показатели уровня жизни можно разделить на неинтегрированные (простые) и интегрированные показатели [3]. Простые представляют собой количественно выраженные степени удовлетворения отдельных потребностей. Интегрированные показатели уровня жизни характеризуют обобщенные возможности удовлетворения всей совокупности потребностей человека. Для сравнения уровня жизни в разных странах в международной статистике используют специальный интегрированный показатель – Индекс Развития Человеческого Потенциала, предложенный с начала 90-х годов специалистами Программы развития ООН. Он показывает, насколько условия жизни в данной стране близки к таким общепринятым критериям благополучия отдельного человека и всей нации, как возможность жить долго, получить образование и иметь достойный уровень материального благосостояния. Расчет индекса методологически предполагает относительную равнозначность всех компонентов, его составляющих. В противном случае суммарное значение индекса допускает его чрезмерно широкое толкование. Именно такое положение складывается в случае России, где показатели образованности населения значительно опережают другие составляющие индекса [1]. Разработанные и действующие методики сопоставления уровня жизни и развития отдельных стран и народов страдают известной однобокостью и ограниченностью. В то же время дополнение показателя уровня жизни различными индикаторами, позволяющими наиболее полно оценить степень улучшения условий жизни и развития населения, приведут к стиранию границ в определении «уровня жизни» и «качества жизни».

Понятие «качество жизни» не тождественно уровню жизни. Категория качества жизни включает в себя помимо экономического измерения жизнедеятельности общества, демографические, этнографические, экологические, поведенческие и психологические аспекты, правовые и политические сферы, общий идеологический и культурный фон. Таким образом,

индикаторы уровня жизни являются только лишь одним из критериев качества жизни как интегрального показателя, учитывающего степень удовлетворения всей совокупности материальных, духовных и социальных потребностей населения. Для оценки качества жизни ООН разработан комбинированный показатель – индекс качества жизни, включающий такие индикаторы, как состояние здравоохранения, уровень образования, средняя продолжительность жизни, степень занятости, платежеспособность населения, доступ к участию в политической жизни [2].

Размытость понятий уровня и качества жизни представляет собой проблему при постановке верной цели государственной политики и оценке ее достижения. Существующие подходы к определению данных понятий обладают рядом минусов. В то же время, специалистами разработаны многочисленные способы и методы определения уровня и качества жизни населения. В данном случае необходим пересмотр законодательно установленных официальных показателей расчета указанных показателей ввиду необхо-

димости отражения динамичного развития общества, появления новых потребностей и возможностей.

Библиографические ссылки

1. Данилова О. В. Комплексные индикаторы качества жизни – отражение инвестиций в человеческий капитал // *Экономический анализ*. 2008. № 120. С. 48–56.
2. Доклад Комиссии по оценке экономических результатов и социального прогресса // *Вопросы статистики*. 2010. № 12. С. 13–46.
3. Жеребин В.М. Экономическая политика и интересы большинства населения // *Вопросы статистики*. 2010. № 11. С. 22–32.
4. Методологические положения по статистике. М.: Госкомстат России. Вып. 1. 1996.
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/population/demography/#>.

© Макарова О. Н., 2012

УДК 330.075

Р. О. Никаноров
 Научный руководитель – Л. А. Иванченко
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ БОРЬБЫ С БЕЗРАБОТИЦЕЙ

Рассматривается роль малых предприятий в экономике страны. Показано как малое предприятие влияет на безработицу.

Проблема безработицы является ключевым вопросом в рыночной экономике, и, не решив его, невозможно наладить эффективную деятельность экономики. Особенно остро проблема безработицы стоит сейчас перед Россией, что не удивительно, так как экономика России сейчас находится в посткризисе. Огромный экономический спад, развалив промышленность, не мог не затронуть рынок труда.

Тяжелы и социальные последствия безработицы. Безработица – это нечто большее, чем экономическое бедствие, это также и социальная катастрофа. Депрессия приводит к бездеятельности, а бездеятельность к потере квалификации, потере самоуважения, упадку моральных устоев, а также к общественным и политическим беспорядкам.

Поэтому изучение проблемы безработицы и поиск путей ее решения является не просто важным, но и очень актуальным сейчас вопросом. Одним из методов борьбы с безработицей может служить малое предпринимательство

Малое предпринимательство это вполне самостоятельная и наиболее типичная форма организации экономической жизни общества со своими отличительными особенностями, преимуществами и недостатками, закономерностями развития. Функционирование на локальном рынке, быстрое реагирование на изменение конъюнктуры этого рынка, непосредственная связь с потребителем, узкая специализация на

определенном сегменте рынка труда и услуг, возможность начать собственное дело с относительно малым стартовым капиталом – все эти черты малого предпринимательства являются его достоинствами, повышающими устойчивость на внутреннем рынке.

Малое предпринимательство за последние годы стало важнейшим сектором народного хозяйства, который оказывает значительное влияние на социально-экономическую ситуацию в России. Именно в этом секторе экономики динамично создаются новые рабочие места.

Согласно определению, малое предприятие – небольшое предприятие любой формы собственности, характеризуемое прежде всего ограниченным числом работников (от 15 человек в торговле до 100), а также, согласно постановлению Правительства Российской Федерации от 22 июля 2008 г. № 556 с 1 января 2008 г., имеющие ограничения по выручке (от 60 млн рублей до 400 млн рублей), и занимающее крайне небольшую долю в общем объеме деятельности по стране, региону, являющейся профильной для предприятия.

В период с октября 2010 г. по октябрь 2011 г. численность экономически активного населения увеличилась на 0,4 млн человек и составила более 53 % от общей численности населения страны. Число занятых в экономике увеличилось на 1,3 млн человек и составило 93,7 % экономически активного населения,

а количество безработных людей, сократилось на 0,2 млн человек и составили 6,3 % экономически активного населения. Число малых предприятий (без микропредприятий) в данный период увеличилось на 11,5 тыс., если за среднее количество мест на малом предприятии взять 50 человек, то число занятых на них увеличилось на 0,602 млн человек [1].

Из статистики видно, что с увеличением числа малых предприятий увеличивается число занятых на них. Когда создается новое предприятие, вместе с ним создаются новые рабочие места для безработных.

Кроме создания рабочих мест малое предпринимательство помогает решить проблему с молодежной безработицей. Рынок труда оказывается безразличным к предложению труда со стороны молодых людей, поскольку они не имеют опыта, а иногда и надлежащей квалификации. В силу того, что такие специалисты не могут работать на крупных предприятиях и фирмах, они устраиваются на работу в малые фирмы и на малые предприятия, где повышают свою квалификацию, нарабатывают стаж, получают опыт работы. Все это помогает им в дальнейшем их трудоустройстве.

Например, в Красноярском крае почти на треть сократилось количество безработных выпускников, сообщили в пресс-службе краевого правительства. Так, на 1 октября 2011 года, в сравнении с аналогичным периодом прошлого года, количество трудоустроившихся выпускников увеличилось на 4,8 %, а численность выпускников, не определившихся с будущим местом работы, сократилась на 2,4 %. Таким образом, безработных молодых специалистов стало меньше на 28,5 %. Эти данные были озвучены на совещании по вопросам трудоустройства выпускников учреждений профессионального образования под председательством вице-премьера правительства края Андрея Гнездилова [2].

Говоря о влиянии малых предприятий на занятость населения, важно отметить и тот факт, что каждый безработный может открыть свое собственное дело. В России задействованы различные формы государственной поддержки малого предпринимательства: льготное кредитование, на выгодных предпринимателю условиях, льготный лизинг, льготный аутсоринг, предоставление грантов, бизнес-инкубаторы и многое другое.

Одной из самых привилегированных форм помощи малому бизнесу от государства, а так же стимулирования безработного населения к началу организации собственного дела, на сегодняшний день, является предоставление субсидий в денежном выражении (58 800 рублей) при регистрации себя в качестве индивидуального предпринимателя.

В 2011 году условия обеспечения настоящей субсидии претерпела некоторые изменения. Потенциальный предприниматель может реально получить не только 58 800 рублей единовременно (и естественно безвозмездно), но и 117 600 рублей в течение первого года ведения предпринимательской деятельности, с учетом выполнения определенных условий, в частности, трудоустройство не менее 2-х человек с территориального Центра занятости населения. Это не только дает возможность открыть свое дело, но и стимулирует к его к развитию и привлечению к работе безработных.

Так во втором квартале 2010 года в России деньги на развитие получили 174 тысячи человек, собственное дело удалось открыть 127 тысячам [3].

Проделанная аналитическая работа по данной теме, позволяет понять, что малое предпринимательство является одним из оптимальных способов преодоления проблемы безработицы. Малый бизнес способен оказывать на уровень безработицы влияние, которое заключается в способности малых предприятий поглощать высвобождаемую рабочую силу и вновь прибывшую на рынок труда.

Библиографические ссылки

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // Росстат. URL: www.gks.ru.
2. В Красноярском крае на треть стало меньше безработных молодых специалистов [электронный ресурс] // Красноярский краевой портал. URL: <http://krskplus.ru/economy/news/408014>.
3. От кризиса в бизнес [Электронный ресурс] // Труд – сайт о работе и жизни. URL: http://www.trud.ru/article/05-02-2010/236036_ot_krizisa_v_biznes.html.

© Никаноров Р. О., 2012

УДК 669.713.7

К. О. Плотко

Научный руководитель – Т. Н. Афанасьева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РОССИЯ ПОД ВЛИЯНИЕМ КРИЗИСА ЕВРОЗОНЫ

Сегодня сложилась опасная ситуация в мировой экономике, в связи с развитием долгового кризиса в еврозоне. И по различным прогнозам в России ожидается вторая волна кризиса.

Основной проблемой мировой экономики на сегодня является развитие долгового кризиса в Европе. Существует множество прогнозов, что в еврозоне в 2012 году он дойдет до самого пика и по некоторым странам пройдет вторая волна. Напомним, что только

в 2011 Россия смогла оправиться после экономического кризиса 2008 года.

Так, не оправившаяся Греция после 2008 года с государственным долгом в размере около 142% от ВВП, вошла в ЕС, и в последствие оказалась в еще большей

долговой яме. И уже с 2012 по 2015 год Афины получат 130 миллиардов евро для преодоления долгового кризиса. Вслед за Грецией, под ударом кризиса оказались другие страны ЕС: Италия, Испания, Португалия и Ирландия.

Причина кризиса в Италии явилось бездействие правительства перед нарастающей угрозой дефолта по огромному государственному долгу в 120 % от ВВП. Многократные обещанные структурные реформы, необходимые для роста экономики так и не проводились. За последние 15 лет конкурентоспособность экономики Италии упала, а среднегодовые темпы роста ВВП составили 0,75 %, что было намного ниже темпов роста выплат госдолга. Сейчас итальянская экономика переживает стадию технической рецессии, по сообщениям Национального института статистики Италии (Istat). По тому же сценарию развивались кризисы в Испании, Португалии и Ирландии [1].

Кризис обязательно повлияет на Россию. По мнению директора Института экономики РАН Руслана Гринберга, регион ЕС – основной внешнеторговый и инвестиционный партнер России. Только этот фактор показывает высокую степень экономической «чувствительности» РФ к ситуации в Евросоюзе. Хотя, по словам Р. Гринберга, российская экономика «завязана» в большей мере на долларе, чем на евро, но это не мешает ей зависеть от ее курса [2].

Европа это самый важный экономический партнер для России. На долю Европы приходится 47 % российских объемов торговли, 75 % прямых иностранных инвестиций в эту страну и большая часть ее доходов от экспорта энергоресурсов. А поскольку европейские финансы и институты подвергаются одному удару за другим, российская экономика вполне естественно должна пострадать больше других из числа стран, находящихся за пределами Европы.

Сейчас российская экономика переживает стадию рецессии. Комментируя ситуацию в российском финансовом секторе, Андрей Нечаев, президент банка «Российская финансовая корпорация», заметил, что в настоящее время отмечается рост корпоративной задолженности. «Это связано с тем, что долговой кризис в Европе резко ухудшил возможности рефинансирования», – пояснил эксперт. Как и в 2008 году, банкам вновь потребуются поддержка государства. Тревожными симптомами Нечаев назвал также сжатие ликвидности в банковской сфере, зримое увеличение ставок по депозитам, которое повлечет за собой рост процентов по кредитам, и сокращение сальдо торгового баланса. В связи с последним фактором эксперт не исключил возможности девальвации рубля к четвертому кварталу 2012 года. «Вероятнее всего, сальдо торгового баланса будет сжиматься и дальше, при этом оно не будет компенсировано инвестициями. На распродажу золотовалютных резервов власти также вряд ли решатся, поэтому надо быть потенциально готовыми к девальвации рубля на 25–30 % по отношению к доллару», – отметил эксперт [3].

Помимо ситуации в мире по прогнозам аналитиков на российскую экономику в 2012 году будут влиять еще два фактора – бюджет и увеличение налоговой нагрузки. Как отметил Игорь Николаев, президент

банка «Российская финансовая корпорация», власти взяли на себя завышенные социальные обязательства, направив основные статьи расходов бюджета на повышение пенсий и заработных плат бюджетникам, а не на стимулирование внутреннего спроса. Особенность же этих обязательств заключается в том, что их невозможно отменить. «Пенсии и зарплаты выплачивать надо, однако денег на это в бюджете нет, поэтому приходится повышать налоговую нагрузку», – пояснил Николаев.

С этим согласился заведующий кафедрой прикладной институциональной экономики экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова Александр Аузан. Он отметил, что в 2008–2009 гг. антикризисные меры в виде повышения социальных гарантий позволили мягко пройти кризис. «Однако сейчас власти уже не могут обеспечить реального роста доходов населения, поэтому повышение налоговой нагрузки неизбежно», – сказал экономист. При этом он подчеркнул, что налоговая нагрузка на граждан в нашей стране и так довольно высокая – около 40 %. По словам Аузана, примерно такой же процент и в Европе, однако в России большинство граждан не осознают, сколько налогов они реально платят. Это связано с тем, что акцент в налоговой системе смещен с физических лиц на юридические, то есть большинство налогов уплачивается через работодателя. По мнению эксперта, российское налоговое законодательство нуждается в серьезном реформировании [3].

Подводя итоги, эксперты пришли к выводу, что в ближайшие 2–3 года российскую экономику ждет затяжная рецессия. В 2012 году, согласно прогнозу ФБК, экономического роста не будет. Напротив, эксперты ожидают падения ВВП на 1–2 %. На 3–4 %, по прогнозу ФБК, сократится индекс промышленного производства. Дефицит бюджета, по словам Игоря Николаева, составит 4–5 %, инвестиции в основной капитал –0–2 %. При этом, как отметил аналитик, усилится тенденция оттока капитала. «По данным Минфина, в уходящем году этот показатель составил \$80–85 млрд. По оценке ФБК, реальный отток капитала составил около \$90 млрд, в 2012 году эти цифры увеличатся», – прокомментировал Николаев [3].

Прогноз главного экономиста «Уралсиба» Алексея Девятова относительно позитивен. Он считает, что долговые проблемы в странах Европы все же удастся решить в 2012 году, и они не приведут к глобальному кризису. Впрочем, экономический рост в России все же замедлится. Объем ВВП в 2012 году не превысит 2,8 %, уверен Алексей Девятов [4].

Таким образом, в краткосрочной перспективе на развитие российской экономики будут влиять не только ее внутренние факторы, но и внешние в виде долгового кризиса в еврозоне. Поэтому государству необходимо будет проводить активную политику, направленную на регулирование всей экономической системы, а также не доводить Россию на новый уровень.

Библиографические ссылки

1. Финансовые трудности в Италии // РИА НОВОСТИ. URL: <http://ria.ru/economy/20120215/566416623.html> (дата обращения 29.03.2012).

2. Чичкин А. Взаимный счет. Усугубление кризиса в еврозоне может повлиять на экономическую ситуацию в России // *Российская Бизнес-газета*. № 809 (27). URL: <http://www.rg.ru/2011/08/09/crisis.html> (дата обращения: 21.03.2012).

3. Носкова Е. Роста не будет. Эксперты уверены, что в ближайшие 2–3 года российскую экономику ждет затяжная рецессия // *«Российская Бизнес-*

газета». *Бизнес и власть*, № 828 (46). URL: <http://www.rg.ru/2011/12/20/recessiya.html> (дата обращения: 31.03.2012).

4. Козубова В. Легче не будет // *Деловая газета «ВЗГЛЯД»*. URL : <http://vz.ru/economy/2011/12/30/549937.html> (дата обращения: 3.04.2012).

© Плотко К. О., 2012

УДК 330(075.8)

Б. Г. Пушина

Научный руководитель – Л. А. Иванченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РОССИИ XX ВЕКА

Приводятся факторы, за счёт которых происходил экономический рост России в XX столетии. Освещаются проблемы обеспечения экономического роста в настоящее время и пути преодоления основных трудностей, возникающих на пути к достижению стабильного экономического роста.

Любая экономика, так или иначе, всегда добивалась экономического роста, и российская не являлась исключением. На протяжении всего XX века Россия стремилась к стабильному развитию экономики и достижению успешного экономического роста. Но подобное желание достижения роста в экономике всегда переплеталось вплотную с проблемой устаревания методов развития хозяйственной системы.

В истории экономики нашего Отечества XX века можно выделить 8 главных переломных годов, связанных с ключевыми событиями-реформами, которые являлись завершением одной политики в экономике и явным началом другой экономической политики: 1917 г. – Великая Октябрьская революция, начало интенсивного строительства социализма в России; 1929 г. – год «великого перелома», переход на централизованное пятилетнее планирование; 1941 г. – переход на рельсы военной инновационной экономики; 1947 г. – отмена карточек на товары, введение неограниченного денежного обращения, денежная реформа; 1957 г. – отмена отраслевого и введение территориального управления экономикой; 1965 г. – «первая косыгинская» реформа деятельности предприятий, введение хозрасчета; 1979 г. – «вторая косыгинская» реформа управления экономикой, создание системы долгосрочного, многоэтапного и комплексного планирования на основе экономических нормативов; 1991 г. – либерализация цен, начало интенсивного строительства экономики капитализма. Если посмотреть внимательно на эти даты преобразований, то можно заметить, что они проходили в России примерно каждые 12 лет. И после каждой реформы имел место быть спад производства. Итак, можно сделать вывод: период роста ВВП в России неизбежно сменялся периодом спада. Почему методы развития устаревали, и на смену росту приходил спад?

В 70–80-х гг. прирост национального дохода СССР лишь на 20–30 % обеспечивался за счет интенсивных факторов, таким образом, Россия преимущественно использовала и продолжает использовать

экстенсивные факторы развития. Экономический рост происходил в нашем государстве благодаря наращиванию таких факторов, как средства производства и рабочая сила. Экстенсивный рост является исторически первоначальным путем расширенного воспроизводства, поэтому он имеет ряд отрицательных характеристик, которые являются следствием несовершенства данного типа. Экстенсивный путь, благодаря привлечению в производство все больше рабочей силы, способствует сокращению уровня безработицы, обеспечению наибольшей занятости рабочих ресурсов. Тем не менее, здесь следует сделать несколько оговорок. Если уменьшить уровень безработицы с 6 до 3 %, то это уменьшение представляется значительным. В переводе на продукцию это означает, что мы перешли с уровня занятости в 94 % к уровню занятости в 97 %. Сократив безработицу с 6 до 3 %, мы можем дополнительно увеличить годовой темп роста на 3 %. Но такие высокие темпы по своей природе временны. Состояние полной занятости не может восстанавливаться заново ежегодно. В следующем году рост будет происходить снова прежним темпом в 3 % из-за отсутствия свободной рабочей силы, которую можно было бы использовать в воспроизводстве. Рассматривая такой фактор, как рабочая сила, следует отметить, что образование и профессиональная подготовка работников (а это уже интенсивные условия развития экономических хозяйств) повышают производительность труда, а, следовательно, ускоряют темп экономического роста. Инвестиции в человеческий капитал – важное средство повышения производительности труда. Только скачок через ступень в глубоком технологическом развитии способен приблизить нас к промышленно развитым странам. Вообще, при интенсивном типе развития главное – повышение производственной эффективности, совершенствование технологии производства, повышение качества основных факторов производства [1].

На сложность достижения экономического роста также оказывала влияние и долговая зависимость

России. В начале 1980-х мировой экономической спад и высокие процентные ставки привели к неспособности многих развивающихся стран, в том числе России, осуществлять выплаты по займам. По данным 2002 года, Россия имела внешний долг суммой в 99 924 млн долларов США [2].

Инфляционное бремя также являлось серьёзной проблемой экономического роста в России. Начиная с 1991 года, для СССР был характерен большой денежный навес. Максимальный уровень инфляции зафиксирован в месяц осуществления либерализации цен. Для России XX века характерно фиксирование максимальных показателей роста цен на протяжении достаточно короткого времени по сравнению с другими странами с инфляцией в этом веке. В частности, восемь месяцев, которые Россия прожила с инфляцией, превышающей 25 %, выглядят весьма умеренно по сравнению с 21 месяцем в Туркменистане и 23 месяцами в Белоруссии. Но, несмотря на это, в 1992–1995 гг. Россия всё же переживала период крайне высокой инфляции, среднегодовые темпы которой превысили 1000 % в 1992 г. и не опускались ниже 100 % вплоть до 1996 г. Среднемесячные темпы инфляции в эти четыре года составляли 14,7 %.

Растущая инфляция и сегодня препятствует обеспечению эффективного экономического роста в России. Основным из инструментов замедления темпов инфляции должна стать денежная, а не курсовая политика Банка России. Также необходимо разработать действенные механизмы мониторинга и ограничения роста тарифов на услуги естественных монополий. Более того, можно стимулировать сбережения населения и создавать условия для расширения частных

инвестиций в государственные и корпоративные ценные бумаги. Для широких масс населения России одним из инструментов защиты от инфляции могли бы стать индексированные государственные облигации, купонные выплаты и выплаты, основные суммы которых увеличивались бы на величину изменения индекса потребительских цен [3].

Таким образом, проведённый анализ показал, что нашему государству, несмотря на относительные успехи в развитии экономики, следует уже сегодня начинать делать серьёзные изменения в системе по формированию устойчивого экономического развития страны. Следует разрабатывать и реализовывать принципиально новые подходы к организации экономической системы. Только двигаясь по правильному вектору, мы сможем добиться нужного нам эффективного экономического роста, а следовательно, добиться социально-экономического развития России.

Библиографические ссылки

1. Белоусов Р. *Экономическая история России. XX век. Кн. 1 : учебник / Р. Белоусов. М. : ИздАТ, 1999*
2. Ридерз Дайджест. *Только факты. Необходимая информация всегда под рукой : пер. с англ. / под ред. А. Волčkова, А. Красовой, Е. Новичковой. Лондон, Toucanbooks LTD, 2008.*
3. Кудрявцев М. *Стать Америкой, оставаясь Россией: путь к процветанию : учебное пособие / М. Кудрявцев, А. Мирон, Р. Скорынин. М. : Алгоритм-Б, 2006.*

© Пушина Б. Г., 2012

УДК 658.1

А. В. Рядчикова

Научный руководитель – А. И. Леонидова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МАЛЫЕ И СРЕДНИЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВУЗАХ И НИИ: СУЩЕСТВУЮЩИЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Рассмотрены основные проблемы малых и средних предприятий при ВУЗАХ и НИИ, а также нововведения, вызванные принятием федерального закона (№ 217-ФЗ от 02.08.2009). Представлены инициативы Министерства образования и науки РФ, направленные на поддержку и развитие инновационной деятельности ведущих вузов России.

Главной составляющей устойчивого и динамичного развития России и модернизации отечественной экономики является создание условий для реализации интеллектуального потенциала нации. Одним из основных направлений развития и стимулирования инновационной деятельности является создание инновационной инфраструктуры вузов.

15 августа 2009 года вступил в силу федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов

интеллектуальной деятельности» № 217-ФЗ от 02.08.2009, создающий правовую основу для инновационных предприятий, при бюджетных научных учреждениях и государственных высших учебных заведениях.

Закон предоставляет возможность для учреждений науки и образования быть участниками и учредителями хозяйственных обществ, занимающихся внедрением результатов интеллектуальной деятельности, права на которые принадлежат данным учреждениям, тем самым обеспечивается реальное внедрение в производство результатов научно-технической деятельности вузов.

Необходимость нововведений вызвана тем, что большинство результатов интеллектуальной деятельности в настоящее время создается за счет бюджетных средств государственными научными и образовательными организациями. Однако возможности самостоятельно внедрить в производство свои разработки у вузов и научных учреждений не было. Являясь бюджетными учреждениями, они не могли быть учредителями или участниками хозяйственных предприятий без разрешения собственника, что являлось серьезным препятствием.

В результате изменений, которые закон вносит в некоторые нормативно-правовые акты, закрепляется право научных и образовательных бюджетных учреждений создавать хозяйственные общества без согласия собственника имущества. Взносом в уставные капиталы будут права на использование результатов собственных научных и технических разработок.

При этом научным и образовательным учреждениям должно принадлежать более 25 % акций или 1/3 доли в уставном капитале предприятия (в зависимости от его организационно-правовой формы), созданного с привлечением соучредителей.

Доходы от созданных хозяйственных обществ могут направляться только на правовую охрану результатов интеллектуальной деятельности, выплату вознаграждения их авторам и на осуществление основной деятельности учреждений – на образование и науку.

Предприятия при вузах и научных учреждениях смогут получить статус малых и средних предприятий, что позволит им воспользоваться льготами при налогообложении.

Предполагается, что создание инновационных предприятий на базе вузов и НИИ позволит обеспечить вчерашних студентов дополнительными рабочими местами, создаваемыми в вузах.

Не смотря на покровительственную политику со стороны государства в адрес малых и средних инновационных предприятий при вузах и НИИ, процесс их создания и развития идет достаточно медленно и с большими трудностями.

К основным проблемам малых и средних инновационных предприятий можно отнести:

- 1) низкую коммерческую эффективность научных разработок;
- 2) непрофессиональное управление инновационными проектами и процессами;
- 3) постоянный поиск финансовых ресурсов;
- 4) слабое обоснование реализуемых проектов;
- 5) определение и защита интеллектуальной собственности;
- 6) сложность отбора перспективных проектов и технологий;
- 7) коммерциализация технологий;
- 8) малая инвестиционная привлекательность со стороны крупного бизнеса и др.

В основном коммерческого успеха добиваются предприятия внедряющие инновации в сферах медицины, нанотехнологий, программного обеспечения и

информации, энергетики, а также в улучшении и создании аналогов популярных продуктов и технологий.

Министерство образования науки РФ предложило ряд инициатив, направленных на поддержку и развития инновационной деятельности ведущих вузов России. В частности, подготовлено два проекта постановления правительства. Первый касается конкурса программ поддержки малого инновационного предпринимательства в вузах. Кроме того, в Министерстве образования считают важным решить вопрос с арендой: для малых компаний следует утвердить льготную плату. Чтобы в первый год работы они оплачивали 40 процентов рыночной стоимости арендуемого помещения, во второй год – 60 процентов, в третий – 80 процентов. Эти нормы также предполагается утвердить в данном проекте постановления правительства.

Ещё одна инициатива Минобрнауки – выделение хозяйственным обществам дополнительных субсидий. Из федерального бюджета на эти цели предполагается направить 14 миллиардов рублей за три года (в 2010-м – 6 миллиардов, в 2011–2012-м – по четыре). Задача – развитие кооперации вузов и производственных предприятий, отбор и поддержка проектов, обладающих высоким потенциалом для организации нового высокотехнологичного производства, включая разработку бизнес-планов.

Каждое вузовское предприятие на конкурсной основе сможет получить до 100 миллионов рублей в год при обязательном условии – обеспечении предприятием стопроцентного софинансирования. Средства будут выделяться на выполнение опытно-конструкторских работ. Производственное предприятие обязано будет предоставить информацию о ходе выполнения комплексного проекта и объёмах выпускаемой продукции в течение пяти лет после окончания действия договора.

Для вузов одним из болезненных и спорных вопросов остаётся передача инновационным предприятиям имущества. Чтобы решить проблему льготного предоставления имущества, требуется внести изменения в три закона: о высшем и послевузовском образовании, научно-технической деятельности и малом предпринимательстве.

Федеральный закон № 217 приблизил малые инновационные предприятия при вузах и НИИ к госзаказу, доля которого, относящаяся к НИОКР, весьма значительна.

Надеемся, что со временем потребности в инновациях у российских предпринимателей вырастут, а законодательная база создаст для их разработки и внедрения комфортные условия.

Что бы ни говорили о совершенствовании законодательства, пока сотрудники бюджетных учреждений не поймут, зачем им нужно участвовать в создании малых предприятий, закон обречён на вялотекущее исполнение. Поэтому важно им разъяснить, в чём их выгода, повышать мотивацию.

О. А. Сапегина
Научный руководитель – Л. А. Иванченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА В ГРЕЦИИ НА ЕВРОПЕЙСКУЮ ИНТЕГРАЦИЮ

Рассматривается влияние кризиса в Греции на ЕС, причины кризиса, последствия исключения страны из европейского союза.

Одним из сложнейших этапов развития межгосударственной экономической интеграции является переход от общего рынка через экономический союз к платежному союзу. Применительно к ЕС – единственной группировке, достигшей данного этапа развития интеграции, это связано с проведением единой валютно-финансовой политики по внедрению единой европейской валюты «евро».

Неотъемлемым элементом экономической интеграции является валютная интеграция – процесс координации валютной политики, формирование наднационального механизма валютного регулирования, создания межгосударственных финансовых и валютно-кредитных организаций.

Валютная интеграция в ЕС еще не завершена, и существует немало противоречий и проблем, как экономических, так и политических. Главной является значительное структурное неравновесие экономик стран-членов, различия в уровнях и темпах экономического развития, инфляции, состояния платежного баланса.

Сегодня эта проблема наиболее актуальна, в связи с недавно случившимся кризисом в Греции. Впервые за все 60 лет своего существования проект европейской интеграции переживает по-настоящему серьезный кризис, и хотя вероятность полного краха еврозоны пока мала, совершенно неясно, как Европа будет развиваться дальше [3].

Греция присоединилась к ЕС (в то время Европейское Экономическое Сообщество) в 1981 году после длительного периода ассоциации. Выгодные результаты такой ассоциации стали постепенно очевидными и для принципа работы политической системы и для общества и экономики в целом, греческими политическими партиями было принято соглашение в отношении участия Греции в процессе европейской интеграции.

После вступления Греции в ЕС ставки по греческим долгам резко снизились и заимствования стали доступны. Объем финансовых потоков в государственных структурах, значительно вырос, выросло и число возможных вариантов расходования этих средств: олимпиада, Евровидение, увеличение зарплат госслужащих и социальных выплат, активное участие в НАТО, поддержка финансовых групп – все это потребовало большого финансового вливания из бюджетных средств ЕС [1].

Это естественным образом привело к разбалансировке бюджета страны, росту дефицита, который быстро превысил 10 % ВВП. При этом страна была лишена возможности корректировать ситуацию привычными способами – за счет денежной эмиссии и ослабления национальной валюты. Деньги печатали уже не Афи-

ны, остался только один источник средств – внешние заимствования. Уже на данный момент долговое бремя Греции достигает свыше 350 млрд евро, из которых свыше 82 млрд. Греция должна странам ЕС. В срочном погашении, так же нуждаются облигации на сумму 13 млрд, с такими долговыми обязательствами по облигациям рынок внешних заимствований для Греции закрылся, теперь страна может получать финансируемые только через специальный фонд, контролируемый, в основном, Германией.

По данным МВФ Греция в июне 2012 получит помощь от ЕС и МВФ в размере 12 млрд. евро, в том числе 3,3 млрд евро – от МВФ. Премьер-министр Люксембурга Жан-Клод Юнкер, возглавляющий группу министров финансов стран еврозоны, заявил, что ЕС будет выпущено 50 % облигаций для коммерческих банков Греции, это должно способствовать уменьшению долгового бремени и увеличить основной капитал банков на 9 %. Так же, частный сектор ЕС, в основном это греческие предприниматели, согласились списать 50 % своих инвестиций в греческие облигации [2].

Кризис в Греции затронул основы ЕС – в обществе значительно усилились дискуссии о целях ЕС, о его предназначении, о его возможностях и границах. Этот кризис, начавшийся с локальных финансовых проблем в Греции, стал политическим испытанием для всего Евросоюза.

Многие эксперты сходятся во мнении, что конец евро – это конец общего рынка внутри ЕС, продукция разных стран начнет дорожать, появятся таможенные и валютные барьеры. Возникнет необходимость конвертации ввозимой валюты при пересечении границ европейских государств, уровень цен повысится, и это окажет негативное влияние на конкурентоспособность Европы на мировом рынке. Главы стран участниц Евросоюза с полной ответственностью осознают эту проблему. Грецию могут исключить из еврозоны, и по некоторым подсчетам, Европа совсем не пострадает, ведь Греция составляет меньше чем 2 % от европейской экономики, для Греции подобные прогнозы, отнюдь, не утешительные. Ведущие экономисты полагают, что в том случае, если Греция покинет зону евро, немедленное установление в стране новой валюты будет невозможно, а промедление может привести к «изъятию вкладов из банков и оттоку капитала». Также аналитики прогнозируют гиперинфляцию, массовую эмиграцию и изоляцию Греции на финансовых рынках. В дальнейшем все больше людей, неспособных покинуть страну, попадут за черту бедности, начнутся беспорядки [4].

В случае выхода Греции из зоны евро, процесс распада может затронуть еще несколько европейских экономик. В политическом плане это будет большим ударом по объединенной Европе, территории стабильности, а в экономическом – страны ЕС столкнутся с трудностями в экспорте своих товаров. Еврозона обязана отработать новые факторы, возникающие в связи со сменой экономической модели на Греции, поскольку она первая на пути, который предстоит пройти почти всем членам ЕС. Этот путь теоретически может закончиться массовыми дефолтами стран – членов союза, или разрушением зоны евро или даже распадом ЕС. Такие проблемы в структуру отношений не закладывались, поэтому разработать быстро такую систему правил и отношений невозможно.

Библиографические ссылки

1. Кто виноват в кризисе Греции: сами греки или... ЕС. 06.04.2012. URL: http://ruskline.ru/news_rl/2012/03/14/kto_vinovat_v_krizise_grecii_sami_greki_ili_e.
2. Новости ИА. PenzaNews. 08.04.2012. URL: <http://penzanews.ru/opinion/55458-2012>.
3. Пределы интеграции. 07.04.12. URL: http://expert.ru/expert/2010/19/predely_integracii/
4. События и мнения. Если Греция выйдет из зоны евро, это будет катастрофой для страны // Русские Афины. 06.04.2012. URL: <http://russianathens.gr/news/sobmn/7402-esli-grecija-vyjdet-iz-zony-evro-jeto-budet-katastrofoj-dlja-strany.html>.

© Сапегина О. А., 2012

УДК 336.77.338.3

Е. Н. Свинина

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЛИМИТИРОВАНИЕ КАК СПОСОБ СНИЖЕНИЯ РИСКА КРЕДИТИВАНИЯ

Рассматриваются кредитные риски, управление кредитным риском. Рассмотрены подходы при определении лимита кредитования.

Кредитный риск представляет собой риск нарушения должником условий договора или иного способа невыполнение обязательств. Такой риск возникает в тех областях, где успех зависит от результатов работы заемщика, контрагента или эмитента.

Поэтому управление кредитным риском сводится к выявлению причин невозможности или нежелания выполнять обязательства, а также определения методов снижения рисков.

Одним из методов, способных оптимально оценить кредитный риск и определить необходимый объем кредитов, является лимитирование кредитного риска. Лимит кредитования (кредитный лимит) представляет собой максимальный размер кредита, установленный банком для каждого клиента индивидуально. Лимит кредитования определяется двумя факторами – потребностью заемщика в кредитных ресурсах и его возможностью погасить кредит.

Механизм лимитирования рисков кредитования используется обычно по тем видам операций и сделок, которые выходят за пределы допустимого уровня, т. е. по финансовым операциям, осуществляемые в зоне критического риска. Лимитирование реализуется путем установления соответствующих внутренних финансовых нормативов, разрабатываемых банками в процессе их финансовой политики. Суть лимитирования состоит в ограничении риска установленной определенной величиной.

Лимитирование кредитного риска – один из наиболее распространенных методов снижения кредитных рисков в коммерческом банке.

Установление лимитов кредитования на различные операции является концентрацией структурных лимитов. Цель – не выйти за пределы установленного лимита потерь [1].

В существующих методиках при определении лимита кредитования юридических лиц выделяют несколько подходов. Сторонники традиционного подхода лимит кредитования рассматривают как доля стоимости актива заемщика. В различных банках это может быть обеспечение, собственный капитал, размер выручки за определенный период. Сторонниками нетрадиционного подхода при определении лимита кредитования используются VaR-технологии, при котором применяются «точные методы расчета», коэффициента лимитирования с учетом сроков предоставления кредита. Данный метод позволяет наиболее полно использовать кредитный потенциал банка и, следовательно, получить максимальный процентный доход от кредитования [2].

Библиографические ссылки

1. Синельников А. Н. Лимитирование как основа минимизации риска кредитного портфеля банка // Банковские услуги. 2010. № 9.
2. Яшина Н. М. Основные принципы управления риском // Финансы и кредит. 2006. № 32.

© Свинина Е. Н., 2012

УДК 330 (075.8)

А. Н. Силантьева
Научный руководитель – Л. А. Иванченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ГЕРМАНИИ

Рассматриваются российская и немецкая банковские системы в условиях современного мира. Определяется их роль в экономике каждой из стран. Проводится сравнительный анализ сходств и различий деятельности банковских систем в Российской Федерации и Германии.

Банковская система – органическая составная часть экономического организма страны. От успешного развития банковской системы во многом зависит развитие всей экономики.

Особую актуальность и значимость развитие банковской системы приобретает в условиях экономических реформ, проводимых в России и в других странах, поскольку в процессе реформирования создается новый хозяйственный организм, определяющий успехи каждой страны в экономике и социальной сфере. Особый интерес представляет сравнительный анализ развития банковских систем Германии и России.

Во-первых, в силу значимости этих двух стран в процессе преобразования современного мира: Германия – экономически самое мощное государство в Европе; Российская Федерация – одна из крупнейших стран мира, обладающая огромными сырьевыми, людскими и интеллектуальными ресурсами.

Во-вторых, Россия заинтересована в привлечении иностранного, прежде всего, немецкого капитала. В свою очередь Германия и, прежде всего, германские банки заинтересованы в расширении сотрудничества с российскими предприятиями и банками, поэтому чрезвычайно актуальным представляется исследование возможностей расширения взаимного сотрудничества и факторов, определяющих эти возможности. Кроме того, формирование новой банковской системы России происходило с учетом опыта и достигнутого уровня в развитых странах и, прежде всего, в Германии. Поэтому представляет интерес, насколько эффективно используется этот опыт. Проследить насколько рационально его использование можно с помощью сравнительного анализа двух банковских систем: РФ и Германии [1].

Основой становления и развития российской банковской системы является накопленный годами опыт Германии. Этим и определяется наличие общих черт в структуре и деятельности сравниваемых банковских систем. Например, Российская Федерация и Германия – страны с рыночной экономикой, поэтому банковские системы России и Германии имеют двухуровневую структуру: 1 уровень – Государственный центральный банк РФ, Немецкий федеральный банк; 2 уровень – коммерческие банки. Как Госбанк РФ, так и Бундесбанк в Германии выполняют одни и те же функции: кредитная, эмиссионная, расчетная и управленческая. Также в двух сравниваемых банковских системах доминирующими являются универсальные банки. Сходные черты есть и в вопросе о ссудо-сберега-

тельных банках. Ссудо-сберегательные банки, как в России, так и в Германии образованы в форме публично-правовой организации: сберегательных касс.

Однако несмотря на сходные черты представленных систем, банковские системы двух стран уникальны – в результате чего, они имеют ряд различий. Важная отличительная черта двух систем заключается в том, что банковская система Германии была сформирована уже в середине двадцатого века, а банковский рынок России начал формироваться более двадцати лет назад – после распада СССР в 1991 году, – и продолжает свое развитие [3].

Сравнительный анализ двух банковских систем показал, что различия начинаются уже и в период их формирования. В Германии она формировалась в тесном взаимодействии с реальной экономикой, аккумулируя все ее временно свободные ресурсы и возвращая их в реальную экономику в виде кредитных потоков, вливающих новые дополнительные силы в экономику. В России в результате действия ряда факторов сложились условия, способствующие отторжению кредита от реальной экономики. Процесс формирования российской банковской системы основан на вмешательстве государства [2].

Качественные различия присутствуют и в функциях ЦБ. Задачи, стоящие перед ЦБ РФ являются исключительно экономическими и направлены на укрепление национальной валюты. В свою очередь задачи, стоящие перед ЦБ Германии определены гораздо шире и направлены не только на поддержание курса национальной валюты, но и на стимулирование развития экономики в целом путём эффективного распределения ресурсов и обеспечения максимальной занятости. Таким образом, ЦБ Германии играет значительную роль не только в своей банковской системе, но и в социально-экономическом развитии государства.

В РФ структурами, занимающимися операциями с ценными бумагами являются инвестиционные компании или банки – «посредники» между корпорацией, выпускающей ценную бумагу, и фондовым рынком. В Германии таким родом деятельности занимаются коммерческие банки, с характерными для них процессами универсализации деятельности.

Имеются и различия в процессе учреждения сберегательных касс. Особенностью создания сберегательных касс в РФ является то, что они учреждались государством, поэтому на сегодняшний день они по-прежнему находятся под контролем государства. В то время как в Германии сберегательные кассы были

учреждены общественными кругами – на сегодняшний день они являются самостоятельными как в управлении, так и в употреблении капиталов [3].

Что касается вопроса особо специализированных банков, то в Германии действуют частные и государственные специализированные банки со специальными народно-хозяйственными функциями по стимулированию определенных сфер экономики. Например, Банк промышленных кредитов – Немецкий индустриальный банк – занимается выдачей долгосрочных кредитов промышленным предприятиям, не способным к эмиссии собственных акций. В Германии специализированные банки реализуют за счет собственных средств, поэтому они не создают дополнительного бремени для государственного бюджета. В российской банковской системе такого вида банки представлены: Российским банком развития и Российским сельскохозяйственным банком. Кроме выше перечисленных банков, в России больше нет больше специализированных банковских институтов, т.к. позволить себе специализироваться на отдельных видах операций могут только государственные банки, реализующиеся за счет государственного бюджета [2].

Процесс дальнейшей интеграции банковских систем России и Германии может привести к эффективному реформированию российской экономики и к повороту российской банковской системы еще к более созидательной деятельности. Это способствовало бы не только преодолению экономического кризиса, но и развитию более тесного и прочного российско-германского сотрудничества.

Библиографические ссылки

1. *Западные банковские системы*. 17.03.2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ref.by/refs/8/18277/1.html>.
2. *Чем отличается банковский рынок России и Запада*. 18.03.2012. Электронный журнал «Государство и власть. Современная Россия». URL: <http://state.rin.ru/cgi-bin/>
3. Штойдле А. *Общие черты и особенности развития банковских систем России и Германии*. М., 1998. С. 139–142.

© Силантьева А. Н., 2012

УДК 336.7(075.8)

П. Е. Сиротин, А. В. Филимонова
Научный руководитель – Л. Б. Сидорова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РФ В 2011 ГОДУ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЁ РАЗВИТИЯ ДО 2014 ГОДА

Рассматриваются основные итоги развития экономики России в 2011 году и определяются направления и перспективы развития экономики и денежно-кредитной политики на 2012–2014 годы.

Реализация денежно-кредитной политики в 2011 году происходит в условиях неопределенности в динамике мировой экономики, обостряемой региональными и межрегиональными финансово-экономическими дисбалансами, сохранения инфляционных рисков и рисков для устойчивости экономического роста в России. Снижение в 2009–2010 годах процентных ставок по операциям Банка России и реализованный ранее комплекс антикризисных мер сформировали благоприятные условия для функционирования банковского сектора и относительно устойчивого повышения кредитной активности банков, соответствующего темпам восстановления и развития экономической активности. Это позволило Банку России в 2011 году перейти к использованию преимущественно стандартных инструментов денежно-кредитного регулирования в условиях последовательного повышения гибкости курсообразования и усиления роли процентной политики.

По итогам 2011 года численность занятого населения увеличилась по сравнению с соответствующим периодом 2010 года. Общая численность безработных в 4 квартале 2011 года составила 6,0 % численности экономически активного населения (6,6 % годом ранее). Прирост ВВП в январе-июне 2011 года составил 3,7 %. В течение первого полугодия 2011 года уровень инфля-

ции в годовом выражении составил 9,4–9,6 %. В сентябре инфляция значительно снизилась и составила 7,2 %, базовая инфляция – 7,4 %. Прирост потребительских цен составил менее 7 % (за 2010 год – 8,8 %). Чистый отток частного капитала в январе-сентябре 2011 года оценивался в 49,4 млрд долларов США, что в значительной мере превышает отток капитала в сопоставимый период 2010 года, который составлял 14,3 млрд долларов США. Это объясняется изменением настроений иностранных инвесторов, осуществлявших в условиях возросшей нестабильности на мировых финансовых рынках вывод средств из российских инструментов, а также повышением привлекательности вложений резидентов в иностранные активы на фоне неблагоприятного инвестиционного климата в российской экономике. Средневзвешенная процентная ставка по рублевым кредитам нефинансовым организациям на срок до 1 года снизилась в августе 2011 года до 7,9 % годовых, что на 2,1 процентного пункта ниже по сравнению с августом 2010 года. Средневзвешенная процентная ставка по рублевым кредитам нефинансовым организациям на срок свыше 1 года снизилась в августе 2011 года до 10,3 % годовых (11,9 % годовых в августе 2010 года). Средневзвешенная процентная ставка по рублевым кредитам физическим лицам на срок до 1 года за аналогичный период умень-

шилась с 27,1 до 22,9 % годовых, на срок свыше 1 года – с 17,9 до 17,1 % годовых соответственно. Темп прироста задолженности по кредитам нефинансовым организациям в рублях и иностранной валюте (в рублевом выражении) составил за январь-август 2011 года 13,0 % (5,6 % за январь-август 2010 года). Задолженность по ним на 1.09.2011 увеличилась по сравнению с аналогичной датой 2010 года на 20,0 %, чему в значительной степени способствовало снижение процентных ставок по кредитам. Задолженность по кредитам физическим лицам в рублях и иностранной валюте (в рублевом выражении) за январь-август 2011 года увеличилась на 19,6 % (за январь-август 2010 года – на 6,5 %). В годовом выражении эта задолженность на 1.09.2011 возросла на 28,5 % (на соответствующую дату 2010 года – на 4,0 %). Ускорению роста кредитов физическим лицам способствовали повышение потребительской активности населения и смягчение условий кредитования. Улучшение платежной дисциплины заемщиков, а также использование банками различных инструментов по сокращению проблемной задолженности способствовали повышению качества портфеля кредитов нефинансовым организациям и физическим лицам. Удельный вес просроченной задолженности в общем объеме кредитов нефинансовым организациям снизился с 5,3 % на 1.01.2011 до 5,1 % на 1.09.2011, а в общем объеме кредитов физическим лицам – с 6,9 до 6,1 % соответственно [1].

Основным направлением денежно-кредитной политики на 2012 год и период 2013–2014 годов является последовательное снижение инфляции, а в более отдаленной перспективе – поддержание стабильно низких темпов роста цен. В рамках выбранной стратегии ставится задача снизить инфляцию до 4–5 % в годовом выражении в 2014 году.

В ближайшие годы денежно-кредитная политика Банка России будет сосредоточена на последовательном сокращении прямого вмешательства регулятора в курсообразование и создании условий для перехода к режиму плавающего валютного курса. Банк России продолжит повышение гибкости курса рубля, что позволит подготовить участников рынка к переходу к плавающему курсу, облегчая процесс их адаптации к значительным колебаниям валютного курса, вызванного внешними шоками.

В зависимости от реализации различных сценариев макроэкономического развития, Банк России планирует применение инструментов предоставления денежных средств банковскому сектору или абсорбирования его свободной ликвидности, а также использование обязательных резервных требований в качестве инструмента денежно-кредитного регулирования и сдерживания инфляционных процессов [1].

Главная задача Центрального банка РФ заключается не только в поддержании стабильности кредитно-денежной системы и удержании экономических показателей на приемлемом уровне, но и разработке принципиально новых решений для улучшения ситуации в стране. Жесткая зависимость денежно-кредитной политики от колебания мировых цен на природные ресурсы, в частности нефти, не приводит к кардинальным изменениям и улучшениям экономической ситуации, а лишь поддерживает её на условно нормальном уровне. Поскольку ресурсы не безграничны, а цены на них, как показывает опыт, невозможно предугадать на сто процентов, необходимо уже сегодня разрабатывать дополнительные, уже существующим, сценарии макроэкономического развития, оказывающие влияние на динамику денежно-кредитных показателей. Внутренний рынок всегда имел огромный потенциал, поэтому именно от того как он будет использоваться и развиваться зависит успешное процветание нашей страны. Важно создавать такие предприятия, которые получили бы огромное доверие со стороны российских и иностранных инвесторов, производящие качественную, принципиально новую и востребованную продукцию, необходимую как в нашей стране, так и за рубежом. Внутренний рынок вполне способен стать основным источником доходов государства, а целенаправленный подход к его развитию приостановит отток капитала из-за недоверия к нашей экономике, позволит снизить безработицу и повысить ВВП.

Библиографическая ссылка

1. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2012 год и период 2013 и 2014 годов. URL: <http://www.cbr.ru/dkp/>

© Сиротин П. Е., Филимонова А. В., 2012

УДК 0675

Е. С. Соловьева

Научный руководитель – И. В. Молодан

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ АВИАПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ

Рассказывается о сложившихся проблемах экономической безопасности в современных условиях рынка. Анализируется система экономической безопасности и прогнозируется дальнейшее развитие мер по обеспечению безопасности на авиাপредприятиях в России.

Важной проблемой в современной, динамично развивающейся экономике является профилактика

банкротства, его своевременное обнаружение и устранение. В условиях трансформации экономических

отношений в РФ особенно характерна высокая степень неопределенности, что существенно повышает риск банкротства авиапредприятий в результате воздействия как внешних, так и внутренних экономических факторов.

Система финансового менеджмента на предприятии должна оперативно реагировать на любые изменения в финансово-хозяйственной деятельности авиапредприятия, что особенно актуально в условиях неопределенности и рыночной нестабильности. Модели диагностики риска банкротства позволят менеджменту сформировать стратегию и выработать оперативные решения по оценке и улучшению финансово-экономического состояния предприятия.

Круг факторов определяющих риск банкротства довольно большой, это обуславливает необходимость совершенствования моделей его оценки за счет расширения его дополнительными параметрами. Все это обуславливает необходимость в разработке современной, более усовершенствованной модели для диагностики риска банкротства российских авиапредприятий, которой смогут воспользоваться не только федеральные и региональные государственные органы в целях предупреждения банкротства авиапредприятий, но и федеральные регистрационные, финансовые службы российских авиакомпаний с целью своевременной диагностики риска банкротства в нестабильных условиях рыночной экономики [1].

Требуется совершенствования система управления развитием и функционированием воздушного транспорта. В связи с отсутствием перспективной технической политики воздушный транспорт каждый раз несет неоправданные потери при решении проблем, обусловленных вступлением в действие ранее принятых и давно ожидавшихся ограничений и условий выполнения международных перевозок. Около 50 % провозной мощности магистрального пассажирского парка воздушного транспорта России обеспечивают воздушные суда, не соответствующие современным международным нормативам по уровню шума на местности, проблема авиационного шума присуща 20 аэропортам и затрагивает интересы около 3 млн. жителей России. Также невысок уровень оснащенности предприятий гражданской авиации техническими средствами обеспечения авиационной безопасности, особенно аэропортов аппаратурой обнаружения взрывчатых веществ [2].

Чтобы обеспечить безопасность полетов, необходимо предусмотреть и практически выполнить все необходимые меры, касающиеся специальной подготовки и точного исполнения обязанностей лётным и диспетчерским составом, надёжности, авиационной техники и подготовки к полёту летательного аппарата, а также правильного прогнозирования и оценки

обстановки и метеоусловий, в которых будет осуществляться полёт. Эти меры, определяемые на основе исследований, практического опыта лётной работы и всестороннего анализа авиационных происшествий, входят в документацию, регламентирующую лётную работу. Для решения проблемы безопасности на воздушном транспорте проводятся работы и мероприятия, направленные на совершенствование организации, технического оснащения и повышение квалификации персонала всех служб воздушного транспорта, на создание потенциально безопасного летательного аппарата, соответствующего уровню и условиям эксплуатирующих организаций, на обеспечение выживаемости пассажиров и экипажа при попадании летательного аппарата в аварийную ситуацию [3].

Нерентабельность местных авиалиний – проблема мирового масштаба, которая не обошла стороной российские авиакомпании. В стране, где более 60 % территории недоступно иным видам транспорта, кроме воздушного, в ряде регионов происходит постоянное и системное сворачивание региональных (местных) перевозок, являющихся менее рентабельными по сравнению с магистральными линиями. Уже сегодня в большинстве удаленных регионов многие связи разрушены. Создание в России сети узловых аэропортов станет серьезным стимулом к росту вокруг них местных авиаперевозок. Более того, изменится экономика таких перевозок.

В целях совершенствования государственного регулирования деятельности аэропортов, правового регулирования гражданского оборота имущества аэропортов, создания условий для построения национальной аэропортовой сети, узловых аэропортов – хабов, соответствующих мировой практике построения авиационных маршрутных сетей («звездообразная сеть»), Минтранс России разработаны и согласованы с заинтересованными министерствами и ведомствами – Концепция управления федеральным имуществом аэропортов (аэродромов) и План первоочередных мероприятий по ее реализации [2].

Библиографические ссылки

1. Разработка модели диагностики риска для авиапредприятий [Электронный ресурс]. URL: <http://www.uecs.ru/uecs-32-322011/item/581-2011-08-29-06-27-28>.
2. Гражданская авиация – состояние, проблемы, решения [Электронный ресурс]. URL: <http://www.connect.ru/article.asp?id=7595>.
3. Безопасность полетов [Электронный ресурс]. URL: <http://binolet.ru/aviastory/776-bezopasnost--poljotov-binolet.html>.

© Соловьёва Е. С., 2012

УДК 336.7(075.8)

А. В. Филимонова, П. Е. Сиротин
Научный руководитель – Л. Б. Сидорова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РОЛЬ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ: ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ

Показана роль иностранных инвестиций как финансово-кредитного источника модернизации российской экономики.

Инвестиции – долгосрочные вложения капитала с целью получения прибыли. Инвестиции являются неотъемлемой частью современной экономики. Иностранные инвестиции обусловлены международным разделением труда, развитием международных связей, интегрированием национальной экономики в мировое хозяйство.

Иностранные инвестиции способствуют ускорению экономического и технического прогресса, внедрению новых форм управления, обновлению и модернизации производственного аппарата, активизации конкуренции, развитию малого и среднего бизнеса, подготовке кадров, отвечающих требованиям рыночной экономики, расширению экспортного потенциала страны, созданию новых рабочих мест, повышению уровня занятости населения, снятию социальной напряженности, повышению конкурентоспособности отечественного производства, решению проблем реформирования экономики.

По оценкам экспертов компании McKinsey & Company, тенденция к долгосрочному росту глобальных инвестиций сохранится, и потребность в них превысит к 2030 году 25 % мирового ВВП. Основным источником инвестиций являются сбережения. Глобальный индекс сбережений падал 30 лет – до 2002 г., а потом начал расти – с 20,5 % мирового ВВП в 2002 г. до 24 % ВВП в 2008 г. [2].

Дефицит инвестиций в будущем повысит их стоимость. Росту реальных процентных ставок может способствовать также монетарная политика, проводимая правительствами многих стран, следствием которой является повышенная волатильность инфляции.

Рост стоимости заемного капитала ограничит возможности российских банков по привлечению средств с международных рынков капитала и увеличению их ресурсной базы, а также повлияет на эффективность бизнеса. Конкурентные преимущества получают компании, имеющие возможности увеличения акционерного капитала. Рост реальных процентных ставок повысит привлекательность долгосрочных долговых ценных бумаг и понизит привлекательность инвестиций в акции.

Международный рынок капитала всегда являлся источником дешевого и долгосрочного фондирования российских предприятий. В ближайшие годы сохранится тенденция наращивания внешней корпоративной задолженности России и увеличения соответствующих рисков. Однако эти заимствования не могут быть безграничными, и необходим постоянный мониторинг объема и структуры корпоративного внешнего долга.

Планируя модернизацию своего производства, формируя программу долгосрочных заимствований на внешних рынках, российские предприятия должны учитывать рост дефицита глобальных инвестиций и их стоимости в ближайшие 10 лет. В этих условиях повышается роль правительства в стимулировании роста долгосрочных сбережений и их эффективном использовании для внутренних инвестиций. Росту сбережений способствует также и сокращение госрасходов.

Российский рынок капитала не позволяет пока привлекать долгосрочные ресурсы на привлекательных с учетом эффективности российских предприятий условиях. Сокращаются и возможности фондирования модернизации за счет бюджета. Рассчитывать на увеличение господдержки банковскому и реальному секторам российской экономики в этих условиях не приходится. Объемы финансовой поддержки проектов модернизации госкорпорациями будут ограничены их возможностями увеличения ресурсной базы, основным источником пополнения которой будут внешние заимствования [2].

В российскую экономику вкладывают свои средства различные фонды, специализирующиеся на рынках развивающихся стран, некоторые банки и частные инвесторы. Вложения иностранных инвесторов направляются в отрасли, которые дают быструю и максимальную отдачу. Сегодня – это топливная и пищевая промышленность, торговля и общественное питание. Большинство инвестиций в экономику идет из США, Германии, Китая, Финляндии. За последние годы инвестиции в России достигли примерно 45 долларов на человека, в то время как в Китае аналогичный показатель – 137, а в Польше – 360 долларов. Несмотря на не совсем благоприятный инвестиционный климат российская экономика обладает рядом преимуществ для инвесторов. К ним относятся: емкий рынок, богатые запасы природных ресурсов, относительно квалифицированная дешевая рабочая сила, значительный научно-технический потенциал, наличие неиспользованных производственных мощностей. Кроме этого, учитывается близость России к крупным международным рынкам, наличие современных научных центров. В целом эти факторы оказываются решающими при выборе иностранными инвесторами России [1].

России необходимо прилагать все усилия к привлечению обоих видов инвестиций (прямых и портфельных), так как каждый из них способствует будущему увеличению производительной мощи экономики. Ино-

странный капитал может иметь доступ во все сферы экономики (за исключением тех, которые являются государственной монополией) без ущерба для национальных интересов. Отраслевые ограничения должны распространяться только на прямые иностранные инвестиции. Их приток следует ограничить в отрасли, связанные с непосредственной эксплуатацией национальных природных ресурсов, в производственную инфраструктуру, телекоммуникационную и спутниковую связь. Государство не должно нарушать объективные закономерности рынка, учитывать превышение спроса на инвестиции над предложением и анализировать возможные негативные последствия использования иностранного капитала: ослабление контроля над отраслями, ограничение возможности государственного регулирования, нарушение платежного баланса, монополизация производства ряда товаров, использование экологически опасных технологий.

И в заключении можно отметить, что приток иностранных инвестиций будет оказывать наиболее поло-

жительное влияние на развитие страны в том случае, если ее власти имеют собственную сильную экономическую политику и привлекают зарубежные инвестиции в соответствии с ее приоритетами. Если государство отстраняется от управления своим экономическим развитием, уступая его транснациональным корпорациям, поступление иностранных инвестиций не обеспечивает высокий и стабильный рост и часто приводит к снижению национального суверенитета [1].

Библиографический список

1. Дворецкая А. Е. Инновационная готовность национальной экономики // *Финансы и кредит*. 2010. № 6.
2. Никонова И. А. Каковы перспективы финансирования модернизации российской экономики // *Промышленные ведомости*. 2011. № 3–4. URL: <http://www.promved.ru/articles/?nomer=69>.

© Филимонова А. В., Сиротин П. Е., 2012

УДК 658.1

Д. Н. Черникова
 Научный руководитель – А. В. Лихтер
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Рассмотрено рыночное положение предприятия полиграфической отрасли – типографии ООО «Поликор». Проанализированы внешние угрозы и возможности для развития типографии, выявлены ее сильные и слабые стороны. Предложены стратегии дальнейшего развития типографии ООО «Поликор» на 2012–2013 года.

Среди сотен типографий Красноярского края, доля ООО «Поликор» в общем объеме производства полиграфической продукции составляет порядка 37 % на рынке Красноярского края и около 5 % на рынке Сибири и Дальнего Востока.

Компания производит печатную продукцию для всех сегментов рынка, включая: книжно-журнальную продукцию, рекламно-представительскую, этикетку, упаковку и, в меньшем объеме газетную продукцию. В основе ее работы лежит эксклюзивный дизайн, высококачественная печать, ориентированная на клиентов бизнес-класса.

Стоит отметить негативные последствия финансового кризиса для полиграфической отрасли в целом и предприятия ООО «Поликор» в частности. Они начали проявляться в 2008-2009 гг. и вылились в значительный рост себестоимости изготовления продукции,

что было вызвано ростом стоимости расходных материалов (на 11 %), увеличением налоговой нагрузки и демпинг по ценам на готовую продукцию из-за низкого спроса при наличии свободных производственных мощностей. В целом итоги финансового кризиса привели к резкому спаду спроса и ужесточению конкуренции на полиграфическом рынке.

Проведя анализ внешней среды по сферам влияния, были выделены факторы, представляющие угрозу, а также открывающие возможности для развития типографии ООО «Поликор» [2], которые сведены в табл. 1.

ООО «Поликор» имеет свои конкурентные преимущества и недостатки, которые представлены в табл. 2.

Стратегии по реализации возможностей и во избежание угроз предприятия представлены в табл. 3 [1; 2].

Таблица 1

Возможности и угрозы для типографии ООО «Поликор»

№ п/п	Возможности	Угрозы
1	Дополнительные доходы от субсидий со стороны государства для компаний, которые берут свое оборудование в лизинг. Использования данных средств, на повышение ФЭП	Рост курса валют сказывается на увеличении затрат на расходные материалы, росте себестоимости продукции, ужесточении условий работы с поставщиками
2	Вступление России в ВТО предоставляет возможность выхода на зарубежные рынки. Нарастивание доли рынка	Повышение процентных ставок по кредитам приводит к росту затрат по кредитам

№ п/п	Возможности	Угрозы
3	Повышение требований к качеству продукции, укрепление культурных ценностей служит росту привлекательности фирмы для покупателей. Рост числа клиентов	Вступление России в ВТО приводит к появлению новых конкурентов за счет освоения рынка международными компаниями. Усиливаются стратегии действующих конкурентов
4	Высокое качество расходных материалов дают новые возможности в печати товаров, появлении новых услуг. Специализация в определенном секторе полиграфии	Высокая чувствительность покупателей к цене предоставляет невозможность конкурировать по цене. Способствует снижению доли рынка

Таблица 2

Конкурентные преимущества и недостатки предприятия ООО «Поликор»

№ п/п	Преимущества	Недостатки
1	Положительный имидж компании	Проблема текучести кадров
2	Возможность печати разной по сложности, форматам и цветовым решениям продукции	Неэффективное использование производственных мощностей
3	Наличие одного из лучших в полиграфической отрасли оборудование для производства книжно-журнальной продукции	Слабое влияние на поставщиков, зависимость от цен на расходные материалы
4	Наличие высокопрофессиональных и компетентных управленческих кадров	Нехватка квалифицированного рабочего персонала на рынке труда
5	Возможность повышения квалификации начальников отделов за границей	Отсутствие доступа к информации о компании у потенциальных клиентов

Таблица 3

Стратегии предприятия ООО «Поликор» на 2012–2013 год

№ п/п	Реализация возможностей	Недопущение возникновения угроз
1	К августу 2012 года представить потребителю новый продукт (настольная корпоративная игра по мотивам деятельности компании-заказчика)	Лето 2012 год, проведение рекламной кампании «Год без забот!». Позволит клиенту оценить возможности типографии, путем оформления заказа на годовое обслуживание своей компании
2	Проведение в октябре–ноябре 2012 г. конкурса среди студентов-менеджеров вузов на разработку концепции мероприятий по привлечению клиентов с соседних регионов. Поиск молодых специалистов	Дни открытых дверей клиентов 1 марта и 1 сентября каждого года в цехах предприятия для привлечения новых. Ознакомление с производственными возможностями компании
3	К октябрю 2012 г. разработать сайт о компании с отображением проектов, готовых работ, наград и достижений типографии, описанием предоставляемых услуг и т. д.	Летом 2012 года заняться поиском новых поставщиков в странах ближайшего зарубежья (Япония, Европа). Привлечение крупных инвестиций для расширения деятельности компании
4	К 2013 году увеличить долю рынка в секторе книжно-журнальной продукции на 10 % в Красноярском крае. К марту 2013 года открыть обособленное представительство компании в Иркутске	К августу 2012 года разработать программу по вторичной переработке использованных расходных материалов и остатков от них

Таким образом, основные положения дальнейшего стратегического развития компании должно предполагать усиление позиций типографии на рынке Красноярского края и выход на регионы Иркутской области в качестве обособленных представительств.

Библиографические ссылки

1. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник. М. : Экономист, 2006.
2. Красноярская полиграфия [Электронный ресурс] // Дела. URL: <http://www.dela.ru/articles/krasnoyarskaya-poligrafia/>.

© Черникова Д. Н., 2012

УДК 637.1.009.12

А. В. Шарапова
Научный руководитель – Н. В. Шевцова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрено понятие конкурентоспособности предприятия как экономической категории; изучены факторы, формирующие качество молочных продуктов и позволяющие предприятию выдерживать конкуренцию на рынке.

Развитие рыночных отношений неразрывно связано с борьбой товаропроизводителей за более выгодные условия производства и сбыта товаров с целью получения максимальной прибыли. В научной литературе и обыденном общении подобное столкновение интересов получило название «конкуренция». Понятие конкуренции лежит в основе такой экономической категории как конкурентоспособность.

Конкурентоспособность предприятия – это способность экономического субъекта хозяйствования конкурировать, побеждать в конкурентной борьбе, проявляющаяся в его конкурентном отличии, дающем субъекту наилучшие возможности для сохранения существующих и привлечения новых покупателей, завоевания новых рынков сбыта [1].

В последние годы российская молочная промышленность становится все более конкурентоспособной. На сегодняшний день на рынке существует широкий ассортимент молочных продуктов, выпускаемых отечественными производителями. При этом качество выпускаемой продукции является значимым инструментом в борьбе за рынки сбыта.

Остановимся на факторах, влияющих на формирование качества молочных продуктов. Систему обеспечения качества и безопасности молочной продукции можно разделить на пять составляющих: Good Hygiene Practice (GHP), Good Manufacturing Practice (GMP), Chain control (CC), Quality control (QC), Hazard Analysis by Critical Control Points (НАССР) [2]. Рассмотрим подробнее каждую из них.

GHP – хорошая гигиеническая практика. Одна из главнейших составляющих успеха – высокая санитарная культура производства. Получение высококачественных молочных продуктов может быть достигнуто только при четкой организации противозидемических и гигиенических мероприятий. Сюда входит: состояние производственных и складских помещений предприятия, водоснабжение, канализация, санитарное состояние и оборудование бытовых помещений, соблюдение персоналом правил личной гигиены, организация лабораторного контроля, обеспечение производства необходимыми моющими и дезинфицирующими средствами, дератизация и дезинсекция, а также контроль за условиями труда (освещением, вентиляцией помещения, заземлением оборудования и т. д.). Основная цель GHP – исключить попадание в готовую продукцию любых нежелательных посторонних включений. Решается эта задача с помощью грамотно организованного внутривзаводского контро-

ля. Важное значение при этом имеет санитарно-гигиеническое воспитание персонала, привитие необходимых гигиенических навыков [2].

GMP – хорошая производственная практика. В первую очередь это четкая организация производственных процессов, соблюдение технологических регламентов, параметров дезинфекции оборудования и т. д. Соблюдение производственной дисциплины достигается не только порядком действий каждого работника, регламентированным должностными инструкциями или инструкциями на рабочих местах. Личная ответственность работающих, строгий контроль со стороны руководителя предприятия и начальников подразделений – залог выпуска продукции гарантированного качества. Необходимыми составляющими этого процесса являются производственная учеба, повышение квалификации специалистов, аттестация рабочих мест.

СС – цепочка контроля (отслеживание пути прохождения от сырья и основных компонентов до готовой продукции, т.е. от поставщика до потребителя). Чаще всего на предприятии входной контроль сырья сводится к контролю отдельных образцов или к контролю по отдельным показателям, а полученный результат распространяется на всю партию. Но как показывает практика, качество всей партии продукции не всегда соответствует анализируемому контрольному образцу. Поэтому важной составляющей входного контроля является последовательная и постоянная работа с поставщиком, которая позволяет спрогнозировать качество поступающего на предприятие сырья и своевременно принять меры к предотвращению поступления некачественного сырья. Также под постоянным контролем должны находиться предприятия, осуществляющие оптовую закупку молочной продукции, условия и режимы транспортировки и хранения готовой продукции на складах и в торговых точках. Только так можно гарантировать конечному потребителю качество молочных продуктов, выпускаемых предприятием.

QC – контроль качества. Контроль качества сырья и готовой продукции на предприятии осуществляется в соответствии с Производственной программой лабораторного контроля, согласованной с центром Госсанэпиднадзора. В программе определены показатели безопасности сырья, вспомогательных материалов, готовой продукции, периодичность и методы их контроля. Постоянное совершенствование методов контроля – залог выпуска качественной молочной продукции [2].

НАССР – анализ рисков и контроль в критических точках. Сущность этой системы заключается в выявлении опасных факторов, влияющих на безопасность производимой продукции. Внедрение данной системы дает возможность предприятию эффективно использовать все технические ресурсы для обеспечения безопасности выпускаемой продукции, начиная от закупки сырья и заканчивая продажей готовой продукции. Предпосылкой успешного производства является соблюдение всех технологических режимов и регламентов. В работе важна система, а не единичные мероприятия.

Необходимым элементом поддержания системы качества являются внутренние аудиторские проверки. Это может быть и независимый отдел технического контроля и санитарная комиссия, которые по определенному графику проводят обследование всех подразделений предприятия, отслеживая состояние на текущий момент, требуя устранения выявленных недостатков [2].

Контроль за качеством и безопасностью молочных продуктов должен осуществляться на постоянной основе, обеспечивая безопасность их потребления для жизни и здоровья людей и предотвращая экономический ущерб, наносимый употреблением некачественной продукции.

Подводя итог, можно сказать, что качество продукции молокоперерабатывающего предприятия – это ключ к успешному существованию в условиях рыночной конкуренции.

Библиографические ссылки

1. Портер М. Э. Конкуренция : пер. с англ. М. : Вильямс, 2005. 608 с.
2. Буркина И., Замуракин В., Андреева Г. Качество молочных продуктов как фактор конкурентоспособности // Молоко и молочные продукты: производство и реализация. 2011. № 4. С. 33–37.

© Шарапова А. В., 2012

УДК 65.291.6

Д. И. Шкляева

Научный руководитель – Л. А. Иванченк
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Работа посвящена анализу роли человеческого капитала в экономике инновационного типа. В частности, раскрывается понятие инновационной экономики, ее основные черты; выделяется человеческий капитал как основополагающий фактор функционирования и развития такой экономики; рассматриваются отличительные характеристики инновационного человеческого капитала, приводятся основные принципы концепции формирования кадров для инновационной экономики. Также проводится анализ современного состояния российской экономики и уровня развития ее человеческого капитала.

В последние десятилетия практически во всех странах мира происходят существенные изменения: под влиянием научных и технологических знаний традиционные сферы материального производства трансформируются и радикально меняют свою технологическую основу, формируется экономика, основанная на знаниях и инновациях [1].

Инновационная экономика – это тип экономики, основанной на постоянном технологическом совершенствовании, на производстве и экспорте высокотехнологичной продукции с очень высокой добавочной стоимостью. Инновационный процесс является обязательным и основополагающим условием обеспечения конкурентоспособности производства и продукции, завоевания и удержания позиций на рынках, повышения производительности, а в итоге и эффективности как предприятий, так и экономики в целом.

Сохранение природной среды и подъем жизненного уровня населения, повышение общей производительности экономики, создание новых отраслей промышленного производства, сферы услуг, улучшение качества обслуживания и рост конкурентоспособности отечественных товаров на мировом рынке, сокращение торгового и товарного дефицита должны

стать следствием формирования и развития инновационной экономики.

Становится очевидным, что главными факторами создания эффективной инновационной экономики являются системный подход в процессе ее реализации и доминирующая роль человеческого капитала. Именно люди, с их образованием, квалификацией и опытом определяют границы и возможности технологической, экономической и социальной модернизации общества [4].

Рассмотрим отличительные особенности носителей человеческого капитала, востребованных экономикой знаний [3]:

- обладают навыками адаптации, психологически готовы к переменам, к риску;
- владеют современными средствами коммуникации и активно используют их как в личной, так и в профессиональной деятельности;
- обладают навыками поиска информации и саморазвития;
- имеют унифицированные базовые знания, при этом, присутствует глубокая специализация профессиональных знаний;
- готовы к развитию профессиональных навыков, к смене профессии и вида деятельности;

- склонны к большой территориальной мобильности;
- законопослушны;
- сориентированы на достижение результата;
- имущественное благосостояние считают важной жизненной целью;
- рассматривают собственное здоровье как объект инвестиций (денег, времени);
- коммуникабельны и открыты для внешних контактов;
- стремятся вести самостоятельное домохозяйство, что предполагает трудоустройство в раннем возрасте;
- терпимы к проявлению «чужого», другого мнения;
- общественно активны.

В настоящее время резко уменьшился временной лаг между этапами в использовании достижений НТП. Сегодня средний период обновления технологий и техники достиг 2–5 лет. Отсюда все острее встает проблема обеспечения экономики квалифицированными работниками; сформировались объективные требования к регулярной переподготовке кадров, в основу которой должны быть положены следующие принципы [2]:

- становление, развитие и самореализация творческой личности;
- постоянная нацеленность на генерацию перспективных научно-технических нововведений и изыскание путей и методов их практической реализации в инновации;
- ориентация на подготовку высококвалифицированных и высокоинтеллектуальных специалистов, системных менеджеров инновационной деятельности;
- рассмотрение обучения и подготовки кадров как составной части производственного процесса, а расходов на подготовку кадров – как долгосрочные инвестиции, необходимые для процветания предприятий, отраслей и регионов;
- обучение управлению социальными и психологическими аспектами процессов создания наукоемких нововведений;
- создание системы непрерывного обучения и повышения квалификации кадров;

– сотрудничество университетов и других вузов региона с передовыми предприятиями региона, реализующими инновационные проекты.

Что касается России, то для нее характерно существенное истощение человеческого капитала. Отечественные компании на инновационные цели тратят 6–7 % своего бюджета. Это несравнимо с аналогичными расходами бизнеса в развитых странах. Так, например, в Японии на инновации расходуется до 70 % бюджета.

Россия отстает от развитых стран по многим показателям: доля высокотехнологичного сектора экономики и число выданных патентов на порядок меньше, чем в развитых странах. Что касается производительности труда, то, по оценкам аналитиков, его уровень на российских предприятиях составляет 10–30 % от уровня США, что обусловлено отставанием в уровне развития технологий, квалификации персонала, уровне компетенций менеджмента, эффективности бизнес-процессов [5].

Все вышесказанное говорит о необходимости реализации инновационной политики и формирования инновационной экономики как неотъемлемой части долгосрочного социально-экономического развития России. Основные силы государства должны быть направлены на поддержку образования и науки, поскольку эти сферы жизнедеятельности являются основой и формой развития человеческого капитала.

Библиографические ссылки

1. Половова Т. А., *Цена и ценность образования в инновационной экономике // Высшее образование в России. № 2. 2010.*
2. Попов А. И. *Инновационная экономика : лекция. Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2008.*
3. Сачук Т. В. *Развитие человеческого капитала в инновационном развитии территории, 2007.*
4. Трошин А. В. *Человеческий капитал как фактор развития инновационной экономики России, 2010.*
5. Яковлева Т. А. *Человеческий капитал – ресурс для инновационной экономики.*

© Шкляева Д. И., 2012

УДК 331.556.2

Е. А. Шопот
Научный руководитель – В. В. Новиков
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АНАЛИЗ МОТИВАЦИОННОЙ ГОТОВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ К ТРУДОВОЙ МОБИЛЬНОСТИ

Приводится анализ мотивационной готовности различных групп населения Красноярского края к территориальной трудовой мобильности. Также в статье раскрываются условия и механизмы, с помощью которых мобильность населения края становится возможной.

Исследования краевого государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования «Красноярский

центр профессиональной ориентации и психологической поддержки населения», направленные на выявление тенденций профессионального самоопределе-

ния учащихся общеобразовательных школ Красноярского края, изучение проблем трудоустройства выпускников образовательных учреждений начального профессионального образования (НПО), среднего профессионального образования (СПО) и высших учебных заведений г. Красноярска, а также результаты обследования населения Красноярского края по выявлению готовности граждан к трудовой мобильности показали, что потребность региона в квалифицированных рабочих кадрах для реализации крупных инвестиционных проектов, готовых к переезду с целью трудоустройства, а также сезонным и вахтовым работам, вполне закономерно на данный момент остается неудовлетворенной.

Несмотря на то, что учащиеся 9 и 11 классов едины во мнении относительно уровня востребованности рабочих и технических специальностей, отдавая им 1 место: 39,6 % и 41,9 % соответственно, востребованность профессии не является решающим фактором в ее выборе учащимися. В результате эти специальности выбирают 10,2 % (2 место) среди определившихся с будущей профессией учащихся 9 классов и всего лишь 3,9 % (8 место) учащихся 11 классов. При этом о необходимой помощи в профессиональном самоопределении заявили только 10,7 % опрошенных 9-классников и 6,8 % – 11-классников.

Учащиеся выпускных курсов НПО и СПО, на которых делается основной упор как основных поставщиков рабочих кадров, по разному оценивают условия, при которых они готовы начать трудовую деятельность. Если у учащихся НПО на первом месте из предложенных условий стоит работа вахтовым методом (25,6 %), то для учащихся СПО данное условие находится только на пятом месте (19,4 %), но при этом готовность тоже достаточно высокая. Одинаково негативно обе категории опрошенных относятся к переездам на новое место жительства, особенно к переездам в сельский район края.

Миграционные планы учащихся НПО и СПО практически не отличаются друг от друга – более 2/3 опрошенных хотели бы остаться на постоянное место жительства в г. Красноярске. Что касается возвращения в свой город/село, данная перспектива одинаково непривлекательна для обеих категорий.

Студенты выпускных курсов государственных вузов наименее всего готовы к переезду. Среди условий, при которых выпускники вузов готовы начать трудовую деятельность, наиболее популярным ответом является «Должность, соответствующая более низкой квалификации, с возможностью дальнейшего карьерного роста» – этот вариант отметили 44,7 % выпускников. 38,3 % студентов готовы к ненормированному рабочему дню, 31,9 % согласятся на частые командировки. Четверть выпускников согласны начинать трудовую деятельность с низкой заработной платы. И только 15,7 % опрошенных готовы к переезду в малый город и к работе вахтовым методом, 19,4 % согласны работать в северных районах края. Меньше всего студентов готовы согласиться на переезд на новое место жительства в сельский район края (6,8 %).

Что касается планов выпускников после окончания вуза, то картина сложилась следующим образом: 49,4 % студентов планируют остаться на постоянном месте жительства в г. Красноярске, у 8,9 % опрошенных в планах уехать за пределы края, 5,8 % – вернуться в родной город, 5,5 % планируют уехать за границу. Среди опрошенных достаточно велика доля тех, кто не может пока определить свои планы после окончания вуза (30,4 %).

По результатам исследования готовности населения к трудовой мобильности, было выявлено, что большая часть граждан на опрошенных территориях не готова к переезду с целью трудоустройства, а также сезонным и вахтовым работам. Тем не менее, почти четверть респондентов все же рассмотрели такую возможность при определенных условиях.

Таким образом, нежелание оставлять семью и менять привычный образ жизни явились основными причинами для 74 % опрошенных, вне зависимости от пола и образования; 68 % из них – это люди в возрасте от 23 до 49 лет, 40 % из которых состоят в законном или незарегистрированном браке.

Заработок посредством сезонных и вахтовых работ для большинства респондентов (74 %) также не стал привлекательным. Из 26 % граждан, выразивших готовность к трудовой мобильности, составляли мужчин (23 %) и женщин (3 %), к возрастной категории от 23 до 35 лет относились 18 %. Характерно и то, что граждане с высшим образованием, составившие 12 % от всей выборки, в абсолютном большинстве имели работу и не желали перемен в своей жизни. Лишь 1 % специалистов с высшим образованием был готов к трудовой миграции, работе в тяжелых условиях труда с целью получения высокого заработка. Среди граждан, готовых к трудовой мобильности, 64 % не имели специальности. Без каких-либо условий были готовы работать «на вахте» только 2 % респондентов, 24 % рассматривали вариант такого заработка при определенных условиях:

- обеспечение приемлемых условий труда и быта (15 % всех опрошенных);
- оплата труда не менее 25 тыс. руб. (8 %);
- только на время отсутствия постоянной работы (1 %).

Обобщенные результаты проведенного анкетирования позволили также составить социально-психологический портрет типичного человека, готового к трудовой мобильности. Это мужчина в возрасте 23–35 лет, желающий зарабатывать не менее 25–30 тыс. руб. в месяц. Отрасль деятельности для него практически не имеет значения, поскольку он, как правило, не имеет специальности и необходимых профессиональных навыков.

Работодателями, в свою очередь, для привлечения необходимых специалистов могут быть использованы следующие механизмы:

- достойная и своевременная оплата труда;
- обеспечение приемлемых условий труда и быта;
- предоставление жилья для всей семьи.

На примере данного обследования видно, что своевременное изучение территориальной трудовой

мобильности населения и формирование условий способствует более эффективному управлению движением рабочей силы, что, в свою очередь, имеет решающее значение для экономического развития страны в целом (Использованы данные социологических ис-

следований КГБОУ ДПО «Красноярский центр профессиональной ориентации и психологической поддержки населения»).

© Шопот Е. А., 2012

УДК 330 (075.8)

М. Д. Шпагина

Научный руководитель – Л. А. Иванченко

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ

Рассматриваются перспективы развития банковской системы России. Способы ее изменения. Задачи реформирования банковской системы Российской Федерации.

Банки составляют неотъемлемую часть современного денежного хозяйства, их деятельность тесно связана с потребностями воспроизводства. Находясь в центре экономической жизни, обслуживая интерес производителей, банки опосредуют связи между промышленностью и торговлей, сельским хозяйством и населением. Банки – это атрибут не отдельно взятого экономического региона или какой-либо одной страны, сфера их деятельности не имеет ни географических, ни национальных границ, это планетарное явление, обладающее колоссальной финансовой мощностью, значительным денежным капиталом.

Актуальность заданной темы обуславливается тем, что одним из важнейших атрибутов рыночной экономики является банковская система, которая выступает своего рода генератором, аккумулирующим и снабжающим государство и всех членов общества финансовыми средствами.

Несмотря на активное развитие российской экономики, банковская система в нашей стране значительно отстает от потребностей рынка. По данным статистики, российская банковская система является одной из слабейших в Европе. Если в странах восточной Европы доля банковских активов составляет от 60 до 80 % ВВП, а в наиболее экономически развитых странах в несколько раз превышает показатели ВВП, то в России банковская система составляет менее 40 % ВВП [3].

Перспективы развития банковской системы России связаны, прежде всего, с увеличением объемов кредитования. В настоящее время процентные ставки по кредитам очень высоки, многие малые предприятия не могут воспользоваться кредитами для развития бизнеса. В некоторых странах, например, в Японии, предприниматели могли получать кредит на развитие собственного производства под небольшой процент, а в некоторых случаях под 0 %.

Перспективы развития банковской системы нашей страны также связаны с увеличением различных услуг, которые будут предоставляться населению и различным организациям. Чаще всего россияне пользуются только пластиковыми карточками, на которые начисляется заработная плата, и депозитными счетами в банках, планируется, что количество востребо-

ванных населением услуг будет намного больше. В настоящее время многие банки организуют различные паевые инвестиционные фонды, с помощью которых инвесторы могут значительно увеличить свои доходы.

По мнению многих аналитиков, перспективы развития российской банковской системы в большей степени связаны с консолидацией капитала и появлением крупных финансовых групп, которые будут оказывать значительное влияние на российский рынок. Кроме того, финансовый кризис привел к некоторой «очистке» финансового рынка от «слабых» банков, которые потеряли свои лицензии.

Перспективы развития банковской системы в нашей стране также могут быть связаны с допуском зарубежных банков – нерезидентов на российский рынок. В настоящее время большая часть банковских услуг в нашей стране предоставляется отечественными банками, что с одной стороны, говорит об устойчивости и независимости системы, а с другой – о невысоком уровне конкуренции.

Одной из важнейших перспектив развития банковской системы в нашей стране является появление более прозрачной банковской системы, которая позволит осуществлять более жесткий контроль работы большинства российских финансовых структур [2].

В 2012–2014 годах деятельность Банка России в сфере совершенствования банковской системы и банковского надзора будет сосредоточена на реализации предусмотренных законодательством целей развития и поддержания стабильности банковского сектора Российской Федерации, защиты интересов вкладчиков и кредиторов. Указанную деятельность Банк России будет вести с учетом уроков мирового финансового кризиса и опыта, извлеченного в ходе преодоления кризиса и его последствий в российском банковском секторе, а также с учетом разрабатываемых международными организациями подходов к усилению банковского регулирования.

Банк России продолжит работу по совершенствованию процедур слияния и присоединения, предусматривающих возможность участия юридических лиц (в том числе кредитных организаций) различных организационно-правовых форм в реорганизации. Данная работа направлена на улучшение правовой

среды, а также повышение капитализации кредитных организаций.

Практика банковского дела за рубежом представляет большой интерес для складывающейся в России и других странах СНГ новой хозяйственной системы. Совершается переход от административно управляемой высокомонополизированной государственной банковской структуры к динамичной, гибкой, основанной на частной и коллективной собственности системе кредитных учреждений, ориентированных на коммерческий успех, на получение прибыли.

В данное время идет поиск и становление оптимальных форм институционального устройства кредитной системы, эффективно работающего механизма на рынке капиталов, новых методов обслуживания коммерческих структур. Также проводятся работы по улучшению обслуживания частных лиц и привлечению их денежных средств. Создание устойчивой, гибкой и эффективной банковской инфраструктуры – одна из важнейших (и в то же время чрезвычайно сложных) задач экономической реформы в России [1].

Понятно, что недостаточно просто объявить о создании новых кредитных институтов. Коренным образом должна измениться вся система отношений внут-

ри банковского сектора, принципы взаимоотношений банков и их клиентов, необходимо изменить психологию банкира, воспитать нового банковского работника – хорошо образованного, думающего, инициативного и готового идти на обдуманный и взвешенный риск. На это требуется время. Необходимо путем вдумчивого изучения зарубежной практики восстановить утраченные рациональные принципы функционирования кредитных учреждений, принятые в цивилизованном мире и опирающиеся на многовековой опыт рыночных финансовых структур.

Библиографические ссылки

1. Голубев С. А. Новеллы и перспективы правового регулирования банковской деятельности // Деньги и кредит. 2010. № 4. С. 3–12.
2. Ершов М. В. О перспективах и рисках развития после кризиса // Деньги и кредит. 2011. № 2. С. 8–14.
3. Нестеренко Ю. Н., Гельвановский М. И., Аксёнов В. С. Мировой финансовый кризис и экономическая безопасность России: анализ, проблемы и перспективы : учебник. М. : Экономика, 2010. 205 с.

© Шпагина М. Д., 2012

УДК 669.713.7

М. С. Яковлева

Научный руководитель – Т. Н. Афанасьева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА: ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ РОССИИ

Широкое распространение информационно-коммуникационных технологий в социально-экономической сфере и органах государственной власти привело к необходимости формирования в регионах России электронного правительства.

Исторической фазой развития постиндустриального общества, главными продуктами производства в которой становятся информация и знания, является информационное общество. Информационное общество характеризуется высоким уровнем развития информационных и телекоммуникационных технологий и их интенсивным использованием гражданами, бизнесом и органами государственной власти.

Президентом Российской Федерации 7 февраля 2008 г. была утверждена Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации. В соответствии с указанной стратегией к 2015 г. все услуги, предоставляемые государственными органами обязаны оказываться в электронном виде [1]. Актуальность данного направления подчеркивается динамичностью развития таких сфер как, социальная (ФСС, Пенсионный Фонд, ФМС), юридическая (адвокатура, нотариат, судопроизводство), экономическая (бюджет, финансы, налоги), культурная (наука, образование), медицинская, муниципальная сфера (ЖКХ) и т. д.

Электронное правительство – это способ взаимодействия органов власти между собой, а также с биз-

несом и гражданами с помощью информационных технологий. Если вам понадобилось получить загранпаспорт, оплатить штраф ГИБДД или оформить получение материнского капитала – с помощью электронного правительства это можно сделать не выходя из дома.

Целями формирования в Российской Федерации электронного правительства являются:

- повышение качества и доступности предоставляемых организациям и гражданам государственных услуг;
- повышение открытости информации о деятельности органов государственной власти, расширение возможности доступа к ней;
- обеспечение оперативности и полноты контроля за результативностью деятельности органов государственной власти, обеспечение требуемого уровня информационной безопасности электронного правительства при его функционировании.

Вместе с тем для регионов России существует целый ряд проблем создания электронного правительства:

- отсутствие единых справочников, классификаторов, реестров;

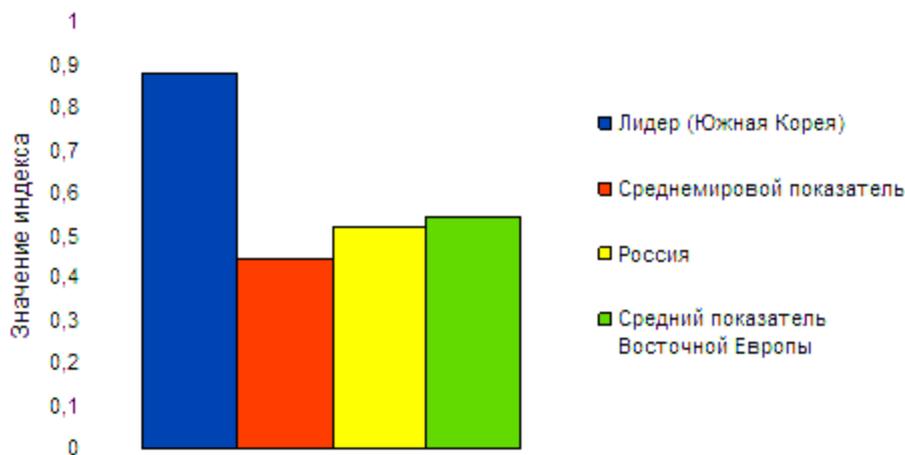
– отсутствие отработанного механизма взаимодействия органов исполнительной власти, субъекта и органов местного самоуправления;

– низкий уровень использования интернет-технологий в отдаленных районах;

– отсутствие навыков пользования ПК, интернетом различными категориями населения.

Очевидно, что переход на электронный вид оказания услуг снимет многие существующие проблемы: долгое ожидание в очереди, необходимость многократно обращаться по одному и тому же вопросу, длительные ожидания результата, коррупционные составляющие, недостаток информации о процедуре получения услуг и т. д. Именно для этого необходимы создание и модернизация интерактивных сервисов портала. Это позволит в ближайшем будущем, не выходя из дома, получить полную информацию по интересующему вопросу, проконсультироваться у специалистов, направить в органы власти свое предложение, вопрос или комментарии, получить результаты предоставления услуг в электронном виде [2].

Среди существующих глобальных рейтингов оценки уровня развития электронного правительства наиболее авторитетным является рейтинг ООН «Глобальное исследование электронного правительства». В основе рейтинга лежит индекс развития электронного правительства, который рассчитывается путем усреднения результатов трех частных индексов: уровня развития онлайн-услуг, инфраструктуры и человеческого капитала. При составлении рейтинга эксперты ООН исходят из двух основных приоритетов: интересы граждан при формировании электронного правительства и уровень развития электронного правительства. На практике это означает, что чем активнее правительства используют прямое взаимодействие с гражданами (поддержка блогов и форумов, публикация информации в социальных сетях), тем более высоким будет их рейтинг. Россия занимает 59 строку в составленном ООН глобальном рейтинге развития электронного правительства. И за семь лет, прошедших с публикации первого рейтинга, положение России в рейтинге практически не изменилось (см. рисунок) [3].



Индекс развития электронного правительства, 2009 г.

В октябре 2010 г. Правительство РФ утвердило государственную программу «Информационное общество (2011–2020 гг.)». Основная цель программы – повышение качества жизни граждан и улучшение условий развития бизнеса. Расходы федерального бюджета на «Информационное общество» оцениваются в 123,1 млрд руб. ежегодно. Из них на внутренние проекты будет тратиться по 3,1 млрд руб. в год. Средства субъектов Федерации, которые будут выделяться на программу, составят около 50 млрд руб. в год. Кроме того, в построении «информационного общества» активно будет участвовать бизнес: внебюджетные расходы ежегодно будут составлять 200 млрд руб. По мнению разработчиков программы, ее успешная реализация позволит России к 2020 году войти в первую десятку стран мира по индексу развития информационных технологий и в двадцатку стран по рейтингу развития электронного правительства и сетевого общества [4].

Библиографические ссылки

1. Распоряжение Президента Российской Федерации от 7 февраля 2008 г. № Пр-212 «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации» // Российская газета . URL: <http://www.rg.ru/2008/02/16/informacia-strategia-dok.html>.
2. Гиляровская С. В. «Проблемы развития электронного правительства в регионах России» // Инициативы XXI века. № 3. 2010. URL: <http://www.ini21.ru/?id=1071>.
3. Рейтинг развития электронного правительства в России: отстаем или догоняем? // Издание о высоких технологиях. URL: <http://www.cnews.ru/reviews/free/gov2010/articles/articles7.shtml>.
4. Электронное правительство и качество госуправления // Бюджет.ru. URL: <http://bujet.ru/article/142372.php>.

УДК 347.273

О. А. Александрова, И. Гавриленко
Научный руководитель – Е. Л. Соколова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКОВ: РОССИЙСКИЙ И ИНОСТРАННЫЙ ОПЫТ

В последние годы ярко выраженной тенденцией в банковском деле становится развитие кредитных операций с юридическими лицами, предпринимателями и населением. В связи с этим существенно повышается уровень кредитного риска, которому подвержены все участники банковского сектора. Наличие такого риска и его зависимости от многочисленных факторов, находящихся, прежде всего, в сфере деятельности заемщика, определяют необходимость выбора банком системы экономических показателей, с помощью которых можно оценить способность заемщика выполнить свои обязательства. Проблема выбора совокупности количественных и качественных показателей, характеризующих возможности кредитополучателя получила название проблемы определения кредитоспособности заемщика.

Определение кредитоспособности заемщика является неотъемлемой частью работы банка по определению возможности выдачи кредита. Под анализом кредитоспособности заемщика понимается оценка банком возможности и целесообразности предоставления заемщику кредитов, определения вероятности их своевременного возврата в соответствии с кредитным договором. Анализ кредитоспособности клиента позволяет банку, своевременно вмешавшись в дела должника, уберечь его от банкротства, а при невозможности этого – оперативно прекратить кредитование такого заемщика.

Оценка кредитоспособности клиента проводится в кредитном отделе банка на основе информации о способности клиента получать доход, достаточный для своевременного погашения кредита, о наличии у заемщика имущества, которое при необходимости может служить обеспечением выданного кредита, и т. д. Источниками информации об индивидуальном заемщике могут быть сведения с места работы, места жительства и т. п. [1].

Большинство зарубежных и российских банков использует в своей практике два метода оценки кредитоспособности [2].

1. Системы оценки кредитоспособности клиентов, основанные на экспертных оценках и прогнозах результатов экономической деятельности с использованием предоставленного кредита.

При экспертных оценках кредитоспособности клиента банки полагаются на общеэкономический подход, т. е. банки анализируют информацию с точки зрения банковских требований. Такой анализ предполагает взвешенную оценку как личных качеств, так и финансового состояния заемщика [1].

В международной практике такому методу уделяется большое внимание, развивается соответствующая сеть мониторинга, анализирующая кредитную историю потенциальных заемщиков.

2. Балльные системы оценки кредитоспособности клиентов.

Балльные системы оценки создаются банками на основе факторного анализа. Эта система использует накопленную базу данных «хороших», «надежных» и «неблагополучных» кредитов, что позволяет установить критериальный уровень оценки заемщика.

Использование балльных систем оценки кредитоспособности клиентов – более объективный и экономически обоснованный метод принятия решений, чем экспертные оценки [2].

Во Франции, например, кредитоспособность физического лица оценивается по системе скоринга. Программа определения целесообразности и условий выдачи потребительского кредита содержит три раздела: информация по кредиту, сведения о клиенте, финансовое положение клиента.

В первый раздел вносятся данные о служащем банка, выдающем кредит, номер досье клиента, название агентства, вид и сумма кредита, периодичность его погашения, процентная ставка без страховых платежей, дата предоставления кредита.

Во второй раздел программы вводятся данные о профессии клиента, его принадлежности к определенной социальной группе, работодателе, чистом годовом заработке, расходах за год, стаже работы.

Третий раздел – финансовое положение клиента – содержит сведения об остатках на текущих и сберегательных счетах, соотношении доходов и расходов.

Системы балльной оценки обладают тем несомненным преимуществом, что они позволяют быстро и с минимальными затратами труда обработать большой объем кредитных заявок, сократив, таким образом, операционные расходы. Кроме того, они представляют собой и более эффективный способ оценки заявок, т. е. могут проводиться кредитными инспекторами, не обладающими достаточным опытом работы. Это позволяет сокращать убытки от выдачи ненадежных кредитов.

Российские банки в своей практике используют подобные методы оценки, например в Сбербанке РФ платежеспособность заемщика определяется следую-

щим образом:

$$P = ДЧ \times K \times T, \quad (1)$$

где ДЧ – среднемесячный доход (чистый) за 6 месяцев за вычетом всех обязательных платежей (подходный налог, взносы, алименты, компенсация ущерба, погашение задолженности и уплата процентов по другим кредитам, сумма обязательств по предоставленным поручительствам, выплаты в погашение стоимости приобретенных в рассрочку товаров и др.); К – коэффициент, зависящий от величины ДЧ, а именно К = 0,3 при ДЧ в эквиваленте до 500 долл. США; К = 0,4 при ДЧ в эквиваленте от 501 до 1000 долл. США; К = 0,5 при ДЧ в эквиваленте свыше 2 000 долл. США; Т – срок кредитования (в мес.)

Доход в долларовом эквиваленте определяется следующим образом:

$$ДЧ = \text{Доход в рублях} * \text{курс доллара США, установленный ЦБ РФ на момент обращения заявителя в банк.} \quad (2)$$

Величина ДЧ может быть скорректирована в сторону уменьшения (с соответствующими пояснениями в заключении кредитного инспектора) [3].

При предоставлении кредита в рублях платежеспособность рассчитывается в рублях. При предоставлении кредита в иностранной валюте платежеспособность рассчитывается в долларах США.

Максимальный размер предоставляемого кредита (S) рассчитывается в два этапа.

1. Определяется максимальный размер кредита на основе платежеспособности клиента

$$S = \frac{1 + N\% \cdot 100}{T}, \quad (3)$$

где N% – Годовая процентная ставка; Т – срок кредитования /в месяцах; 100 – коэффициент перевода в проценты

2. Полученная величина корректируется с учетом: предоставленного обеспечения возврата кредита, информации, предоставленной в заключениях других подразделений банка, остатка задолженности по ранее полученным кредитам [3].

Библиографические ссылки

1. Батракова Л. Г. *Экономический анализ деятельности коммерческого банка*. М. : Прогресс, 2008. 423 с.
2. Ендовицкий Д. А., Бочарова И. В. *Анализ и оценка кредитоспособности заемщика*. М. : КноРус, 2008.
3. *Официальный сайт Центрального Банка России*. URL: <http://www.cbr.ru>.

© Александрова О. А., Гавриленко И., 2012

УДК 336.77.067.21

О. А. Александрова
 Научный руководитель – Е. Л. Соколова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ДОЛГОСРОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РФ

Агентство по ипотечному жилищному кредитованию (АИЖК) опубликовало Стратегию долгосрочного развития ипотечного жилищного кредитования в России, в которой определены основные цели и задачи государственной политики по развитию ипотечного жилищного кредитования на период до 2030 года. Согласно этому документу, стратегической целью развития ипотечного жилищного кредитования является обеспечение к 2030 году доступности приобретения, строительства жилья с помощью ипотечного кредитования и других форм жилищного финансирования для 60 % семей.

Как отмечается в исследовании, в настоящий момент российский рынок жилья характеризуется дисбалансом между спросом и предложением, а также высокой степенью износа жилищного фонда. Кредитование вторичного рынка жилья еще более усиливает «перегретость» и оказывает мультипликативный эффект на росте цен на рынке. В связи с этим АИЖК собирается обратить пристальное внимание на первичный рынок жилья [3].

Рынок ипотечного кредитования будет развиваться устойчивыми темпами, ипотечный кредит на первичное жилье станет основным механизмом приобретения жилья в собственность для среднего класса. Предполагается, что цены на жилье, условия ипотечного кредитования и доходы населения обеспечат доступность приобретения жилья с помощью ипотеч-

ного кредита для 60 % населения. У таких заемщиков уровень дохода будет превышать как минимум в три раза ежемесячные расходы по погашению необходимого им ипотечного кредита для приобретения жилья.

Возможность оплаты первоначального взноса для таких граждан будет обеспечиваться продажей уже имеющегося жилья, возможностью участия в накопительно-ипотечных системах или возможностью ипотечного страхования в целях снижения размера первоначального взноса [2].

Наиболее распространенными параметрами ипотечного кредита будут: срок до 30 лет, фиксированная ставка процента на уровне процентной ставки рефинансирования Банка России плюс 2–3 п.п., плюс первоначальный взнос не ниже 30 % (в случае отсутствия ипотечного страхования), аннуитетный порядок

погашения кредита с возможностью применения гибких схем управления задолженностью. Размер первоначального взноса в общем случае не может быть ниже 20–30 % от стоимости заложенного жилья, а в случае наличия ипотечного страхования не может быть ниже 10 %. Отношение платежа по ипотеке, а также других обязательных платежей, к доходу заемщика не может быть выше 40–50 % [1].

У заемщика будет возможность в течение срока погашения кредита по согласованию с кредитором переуступить права по кредиту третьему лицу, реструктурировать кредит в случае существенного изменения доходов семьи заемщика. В случае невозможности выполнять обязательства по кредиту и отсутствия возможности урегулирования ситуации с помощью рыночных механизмов государством должно гарантироваться получение таким заемщиком социального жилья в наем или поддержки на съем жилья на рыночных условиях.

В 2012–2020 годы стратегия исходит из полного восстановления рынка в этот период и выхода на устойчивый рост экономики. К концу 2020 года будут полностью сформированы сегменты коммерческого найма жилья и жилищного строительства жилья кооперативами и другими жилищными некоммерческими объединениями граждан. Соответственно на рынке будет обеспечена дифференциация ипотечных и других видов жилищных кредитов: гражданам [1].

К концу 2020 года доля семей, которым будет доступен ипотечный кредит, достигнет 50 %. Средне-

взвешенная ставка по ипотечным кредитам снизится до 6 % годовых, увеличится средний срок кредитов.

В 2021–2030 годы стратегия АИЖК исходит из того, что в этот период рынок ипотеки приблизится к насыщению, то есть доля семей, имеющих возможность взять кредит, достигнет предельных 60 %, а доля имеющих потребность в улучшении жилищных условий будет сокращаться до постоянной величины, определяемой демографическими и социальными процессами, изменением стандартов жилищного обеспечения, обновлением жилищного фонда. Темпы роста рынка жилья и ипотеки замедлятся. В долгосрочной перспективе основной задачей будет являться поддержка устойчивости рынка жилья и ипотеки и предотвращение возможных кризисов [1].

Таким образом, согласно Стратегии АИЖК, к 2030 году основные проблемы на рынке жилья должны быть решены.

Библиографические ссылки

1. *Официальный сайт строителей и инвесторов Новосибирской области.* URL: <http://www.n-s-k.net/hypothec/article/114>.
2. *Официальный сайт агентства по ипотечному жилищному кредитованию.* URL: <http://www.ahml.ru/ru/borrower/ipProg/>
3. *Официальный сайт Красноярского краевого фонда жилищного строительства.* URL: <http://www.krasgilfond.ru/mortgage/>

© Александрова О. А., 2012

УДК 669.713.7

Д. Г. Алимин

Научный руководитель – В. В. Прохоров

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА НА ОСНОВЕ КРЕДИТОВАНИЯ И ФАКТОРИНГА

Финансирование оборотного капитала и обслуживание дебиторской задолженности в период кризиса стало большой проблемой в связи с неплатежами покупателей и возросшими ставками банковских кредитов. Нехватка средств для финансирования оборотного капитала стала причиной замедления оборачиваемости средств и снижения прибыли организаций. Выбор источников финансирования оборотных средств очень сильно влияет на показатели эффективности оборотных средств и в целом на деятельность и финансовое положение компании.

Уровень продаж товаров и услуг любого производителя зависит от платежеспособности покупателей. Многие компании в наше время сталкиваются с проблемой нехватки средств для покупки или своевременной оплаты товаров, также конкурентная борьба на рынке требует от производителей постоянных улучшений в работе с покупателями и предоставлении им отсрочки платежа. Однако, отсрочка платежа, предоставляемая непосредственно производителем, требует дополнительного финансирования от самого производителя и включает в себя риски, связанные с неисполнением обязательств по оплате покупателем. Перед кризисом деньги на финансирование отсрочки

платежа привлекались в основном с помощью кредитования, но во время кризиса сильно возросли ставки по кредитам, а также значительно возросли риски неплатежей. В связи с появлением проблем с финансированием оборотного капитала, уровень продаж многих производителей упал, так как покупатели более не могли рассчитываться за продукцию в том же объеме, что и раньше. Следствием стало снижение уровня оборачиваемости средств в несколько раз. Значительные резервы устойчивого развития и доходности производства заложены в эффективном управлении оборотными средствами. Рациональная организация источников их финансирования являются важнейшими

условиями повышения эффективности использования оборотных средств.

При выборе вида финансирования оборотных средств производители чаще всего обращаются к обычному кредитованию, либо к револьверному кредитованию, включающему овердрафт, и в редких случаях используется новый для российского рынка инструмент – факторинг. Факторинг – это финансовый инструмент, предоставляемый поставщикам и производителям по финансированию и управлению дебиторской задолженностью, позволяющий производителям предоставлять своим покупателям отсрочку платежа.

До кризиса с факторингом конкурировали овердрафты и кредиты на пополнение оборотных средств. С осени 2008 года эти инструменты стали практически недоступны для подавляющего большинства компаний [1]. Если рассматривать револьверное кредитование и овердрафт для финансирования оборотных средств, то можно увидеть, что эти инструменты имеют свои плюсы и минусы. Плюсами является отсутствие залогового обеспечения и значительная простота получения, так как производителю необходимо лишь поддерживать оборот по расчетному счету в банке. По цене овердрафт сопоставим с краткосрочным кредитом, но по размеру и сроку финансирования никак не привязан к торговому обороту. Максимум через тридцать дней производителю необходимо вернуть полученные деньги. В данном случае может возникнуть проблема с временным отсутствием свободных средств, так как все поступления от покупателей идут на погашение финансирования. Следовательно, поставленная задача – эффективное финансирование оборотного капитала не выполняется, так как данный инструмент может лишь способствовать поддержанию дебиторской задолженности и оборота на одном уровне, а не увеличивать объемы продаж и ускорять оборачиваемость средств.

Чаще всего факторинг сравнивается с очень распространенным и всем известным кредитованием. Основная ошибка при первоначальном сравнении факторинга и кредита заключается в том, что комиссия за факторинговое обслуживание приводится к процентам годовых, однако увеличение срока при факторинге не приводит к пропорциональному увеличению комиссии. По банковскому кредиту производитель получает деньги, как правило, разовым платежом, которые сразу переводятся в дебиторскую задолженность и могут осесть на банковском счете. Деньги, полученные по факторингу, всегда находятся в работе и приносят прибыль, так как финансируют бизнес по мере возникающей необходимости и чем больше привлекается кредитоспособных покупателей, тем выше лимиты финансирования, что делает этот инструмент более гибким, чем кредит. [1] Кредит от-

ражается в пассивах, уменьшая чистую стоимость компании, в то время как факторинг является балансовым инструментом, позволяющий без увеличения пассивов демонстрировать увеличение выручки и прибыли в несколько раз. Также факторинговое обслуживание подразумевает возможные задержки со стороны покупателей, которые не портят кредитную историю поставщика и не вынуждают его платить штрафы за несвоевременность погашения кредита [2]. Факторинг направлен на улучшение отношений между поставщиком и покупателем, предоставляя покупателям конкурентные отсрочки платежа, тем самым защищая от упущенной выгоды от потери клиентов и привлекая новых покупателей. Это ведет к увеличению объемов продаж, поддерживаемых оборотными средствами, полученными с помощью факторинга. Следствием этого становится ускорение оборачиваемости оборотных средств, так как у производителя не возникает проблемы поиска средств на финансирование отсрочки платежа при резком увеличении спроса на продукцию, как может быть в варианте с финансированием оборотных средств с помощью кредитования.

Рассматривая факторинг и кредитование в аспекте повышения эффективности финансирования оборотного капитала, становится ясно, что факторинг в значительной большей степени влияет на повышение эффективности оборотных средств, чем кредитование. Даже, несмотря на то, что факторинг является более дорогим инструментом, чем кредитование, в конечном итоге факторинг увеличивает продажи и ускоряет оборачиваемость средств, что приносит большую прибыль, чем при сходных условиях использования кредитования для финансирования оборотных средств. Другие виды финансирования могут обладать не меньшей эффективностью, если их правильно применять в соответствии с потребностями компании. Финансовому директору предстоит самостоятельно выбирать инструмент либо набор инструментов финансирования оборотного капитала. Во многом этот выбор будет зависеть от финансовой политики организации, которая, в свою очередь, определяется кредитной политикой компании.

Библиографические ссылки

1. Бабичев С. Фактор факторинга // *Управление компанией*. 2005. № 9(52). С. 32.
2. Абашкин Ф. Ю. Финансирование оборотного капитала предприятия при помощи факторинга // *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. Сер. Экономика и финансы. Н. Новгород : Нижегород. гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского, 2004. № 2. С. 311–316.

© Алимин Д. Г., 2012

УДК 658.74

Д. А. Булда
Научный руководитель – И. З. Погорелов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ВЫБОРА ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЙ ФОРМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Вопрос организационно-правового оформления функционирования фирм в рыночной экономике не является в той степени второстепенным, как понимается иногда в обыденном сознании. Прежде всего необходимо обеспечить не только реализацию экономических интересов экономических субъектов, но и признание их деятельности как целесообразной с точки зрения развития общества, так как только в этом случае оно будет поддерживать ее законодательно, посредством права.

В современной экономике, в силу состоявшегося разделения капитала-собственности и капитала-функции и специфичного решения проблемы треугольника собственность-контроль-управление, в организационно-правовых формах экономических организаций своеобразно переплетаются интересы представителей трех субъектов: домашних хозяйств (физические лица), фирм (юридические лица) и государства (властные структуры).

С экономической точки зрения организационные формы обычно подразделяют на три типа [4]:

1) единоличные владения (собственность, контроль, управление и ответственность полностью сосредоточены у одного лица);

2) партнерства (некоторая группа лиц объединяет свои ресурсы для ведения совместного дела, разделяя на согласованных принципах прибыли и убытки);

3) корпорации (это признанная форма юридического существования фирмы, при которой конкретные лица (создатели, владельцы) фактически отделены от ее текущей деятельности).

В книге Акулова и Рудаков «Теория организации», написанной на основе собственных исследований, а так же на переводах трудов Р. Коуза, Х. Окумуры, О. Уильямсона, приводится следующая методика выбора ОПФ:

1. Решающим фактором выбора организационно-правовой формы предприятия является объем средств, необходимых для осуществления процесса производства или оказания услуг в конкретной (отраслевой, региональной) сфере экономики. Их должно быть достаточно, как минимум, для выведения предприятия в точку безубыточности. При этом в краткосрочном периоде, фирма может работать с компенсацией из выручки переменных издержек, в долгосрочном обязательно равенство получаемого дохода и совокупных затрат. Именно эти условия объективно определяют отраслевые границы распространения, например, индивидуальных предприятий и партнерств. Поэтому чем больше требуется средств для ведения бизнеса, тем более развитой должна быть его организационно-правовая форма [1].

2. Детерминированность изменения выбранной организационно-правовой формы темпами экономического роста организации и обусловленная этим потребность в финансировании. Дополнительные источники средств, обеспечивающие развитие органи-

зации, могут быть найдены либо за счет вовлечения в бизнес новых субъектов (собственников), либо за счет нахождения источников заемных ресурсов. Расширение круга собственников - учредителей, участников организации – почти всегда требует экономически более зрелой организационно-правовой формы (например, число участников обществ с ограниченной ответственностью и закрытых акционерных обществ не может превышать установленного законом предела). Только открытое акционерное общество располагает неограниченными возможностями привлечения новых акционеров. Важное значение имеет и механизм ограниченной ответственности участия в бизнесе, который позволяет минимизировать и распределить риск потери финансовых вложений.

3. Широкое использование заемных средств, прежде всего – кредитов банков, также зависит от формы ведения бизнеса: фирмы с большим и растущим объемом собственных средств более предпочтительны для кредиторов, зачастую имеют с финансовыми структурами прочные экономические связи. Это облегчает им условия получения займов и расширяет возможности экономического роста. Таким образом, факторы экономической динамики предприятия объективно обуславливают совершенствование его организационно-правовой формы, переход по мере развития к более зрелым экономическим отношениям между участниками [2].

4. Важнейшей экономической закономерностью, обуславливающей выбор и развитие форм осуществления деятельности предприятий, выступает реализация интересов собственников и менеджмента. В условиях любой организационно-правовой формы интересы собственника являются ведущими и определяющими, но механизм их реализации существенно различается. По мере исторического развития экономики, укрупнения субъектов хозяйствования и повышения зрелости форм предпринимательской деятельности, разделения капитала-собственности и капитала-функции и профессионализации управления владелец средств приобретает расширяющиеся возможности получения доходов от собственности с ограниченной ответственностью (в пределах вклада в предприятие) и минимальным риском. Совершенные организационные формы современных фирм, во-первых, позволяют собственникам получать доходы в разнообразных формах, дифференцируя их по уровню риска, во-вторых,

оставляют для них возможность принимать участие в управлении предприятием и принятии решений на всех уровнях управления, в-третьих, позволяют переложить трудности оперативного управления и текущего ведения бизнеса на профессионалов-управленцев. С другой стороны, профессиональные менеджеры, осуществляя распорядительные функции и опираясь на специфику организационно-правовых форм предприятий, в состоянии принудить собственника «делиться» доходами от собственности. Практически полностью отсутствуя в частных предприятиях (индивидуальных владениях и товариществах), такое разделение доводится до высшей степени зрелости в открытых акционерных обществах [1].

Так же Михаил Блюменкранц предложил свою, более простую методику выбора ОПФ. Автор считает, что выбор организационной формы сводится к ответу да/нет на следующие вопросы [3]:

- Нравится ли Вам независимость?
- Хотите ли Вы начать свое дело совместно с кем-нибудь еще?
- Нравится ли Вам заполнять различные формы отчетных документов?
- Способны ли Вы пойти на риск?
- Собираетесь ли Вы покупать большое количество товаров в кредит?
- Способны ли Вы самостоятельно внести требуемую сумму уставного капитала?

Ответы на поставленные выше вопросы могут привести к следующим выводам:

1. Вы решили вести совместную хозяйственную деятельность, хотите начать свое дело совместно с

кем-нибудь еще, тогда следует подумать о закрытом акционерном обществе или обществе с ограниченной ответственностью.

2. Вам не нравится заполнять различные формы отчетных документов, тогда для этого не подходят общество с ограниченной ответственностью и закрытое акционерное общество.

3. Коммерческая деятельность связана с большим риском, тогда стоит выбрать закрытое акционерное общество.

4. Вы собираетесь покупать большое количество товаров в кредит, тогда лучше выбрать закрытое акционерное общество.

Касаемо ризлтерского бизнеса, на выбор организационно-правовой формы влияет:

1. Численность участников
2. Состояние уставного капитала
3. Ответственность и риски
4. Условия выхода из компании
5. Степень участия в делах компании

Библиографические ссылки

1. Уильямсон О. Корпоративный контроль и деловое поведение: исследование эффектов организационной формы предпринимательского выбора, 1970.
2. Коуз Р. Природа фирмы, 1937.
3. Блюменкранц М. Управление фирмой, 2009.
4. Адуков Р. Выбор организационно-правовой формы предприятия, 2011.

© Булда Д. А., 2012

УДК 669.713.7

Н. В. Буравлев, Ю. А. Корюкина
Научный руководитель – И. С. Ушанова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Понятие «государственно-частное партнерство» (ГЧП) сегодня широко используется и в России, и в мире. ГЧП в целом ряде развитых и развивающихся стран уже продемонстрировало свою эффективность в сфере решения инфраструктурных проблем, являясь хорошо проработанной – на основе практического опыта – экономической концепцией. В России же понимание важности и возможностей использования ГЧП до сих пор не сформировано, что препятствует развитию российского рынка проектов ГЧП, тем самым, не позволяет использовать данный механизм для развития общественной инфраструктуры (в основном, строительство и ремонт) во всероссийском масштабе.

Хотя практики применения партнерства в государственной системе финансового контроля нет, в данной статье представлена попытка создать модель государственно-частного партнерства в сфере финансового контроля в форме создания организации по проведению аудиторских проверок и контроля – Департамента независимого контроля и аудита на принципах ГЧП, основой, которой послужит «аудит эффективности» – приоритет Ассоциации контрольно-счетных органов России.

Разработка и применение данной концепции, прежде всего, поможет улучшить положение финансового контроля, который в настоящий момент является собой бессистемность осуществления ГФК и его правовая неопределенность; слабость законодательной и методологической базы; отсутствие единой информационной системы о выявленных правонарушениях в сфере экономики; неупорядоченность контроля, когда зачастую неоднократно проверяются одни организации, другие годами оказываются вообще вне сферы

контроля; слабое взаимодействие между контролирующими органами; недостаточное использование своих полномочий территориальными структурными подразделениями федеральных органов контроля; серьезные недостатки в ведомственной отчетности о контрольных мероприятиях, отсутствие их сопоставимости.

Источники этих причин – разобщенность существующих органов государственного контроля, их ведомственная закрытость. Преодолеть эту разобщенность, превратить существующую в России систему органов финансового контроля в единый, надежный, целостный механизм, действующий сообща с частными операторами, обменивается с ними информацией и результатами контрольных мероприятий – главная цель проекта осуществления аудита бюджетных организаций на основе ГЧП [1].

Основными целями данного Департамента являются повышение действенности контроля; соблюдение норм законодательства при поступлении, движении и расходовании государственных и муниципальных ресурсов, а так же льгот и преимуществ, предоставляемых государством.

Также необходимо учитывать принципы:

- соответствие структуры Департамента структуре государственной власти и уровню правопорядка в государстве;

- профессионализм и объективность при проведении ревизий и проверок, гласность результатов ревизий и проверок при условии сохранения государственной, коммерческой и иной охраняемой законом тайны;

- системность и плановость в деятельности органов государственного финансового контроля: Счетной Палаты РФ и Департамента;

- полнота охвата контрольными мероприятиями всех направлений деятельности государства в сфере управления денежными и материальными ресурсами;

Для создания департамента необходимо проведение конкурса на отбор среди коммерческих частных аудиторских организаций, на принятие функционала проведения ревизий в бюджетных организациях и предприятиях использующих бюджетные средства.

Государственное регулирование: Главный Конституционный орган финансового контроля – Счетная палата РФ – основной орган ФК, осуществляющего внешний контроль, финансовую экспертизу, полномасштабную проверку эффективности расходования бюджетных средств. Счетная палата, в свою очередь возглавляет контрольно-счетные органы субъектов Федерации и Ассоциацию контрольно-счетных органов РФ. Передача хозяйственных секторов ведения в частные организации аудита, повышает уровень контроль и учета бюджетных организаций, снижение уровня коррупции.

Счетной палате, на основании контракта ГЧП о предоставлении услуг, Департамент независимого

контроля осуществляет информационное обеспечение проводимых мероприятий:

- получение базовой информации, задач от счетной палаты

- передача плановых мероприятий, не пересекающиеся, с плановыми проверками государственных органов контроля

Частное регулирование: Департамент независимого контроля – Руководитель аудиторской организации: получение госзаказа на проведение аудита бюджетных организаций – имеет в своем подчинении группу специалистов-аудиторов высшей категории, обученных по международным стандартам МСА проводит проверку согласно плана. Предварительные итоги, аудиторское заключение, запланированные санкции передаются в Главный управляющий орган – Счетная палата РФ [2].

Основными преимуществами внедрения ГЧП на уровне финансового контроля, можно выделить в следующих проявлениях:

- усиление внутреннего контроля за целевым использованием и сохранностью государственных финансовых, материальных и нематериальных ресурсов в муниципальных бюджетах;

- отсутствие заинтересованности в хозяйственной деятельности организаций, а значит в определении адекватной оценки ее хозяйствования;

- максимальная прозрачность в операциях дохода и расхода средств организации;

- «неожиданные проверки» независимых экспертов стимулируют снижение коррупции в организации;

- упразднение контрольно-ревизионных управлений;

- практические рекомендации независимых специалистов, их более высокий уровень подготовленности, дают широкие возможности к совершенствованию бюджетно-финансовой политики организации.

Создание на основе государственного частного партнерства сектора независимого контроля – необходимое на современном этапе развития страны состояние и организационные формы практического функционирования государственной системы финансового контроля, позволяющие максимально безболезненно для экономики перейти к устойчивому экономическому росту.

Библиографические ссылки

1. Саванин А. Е. Аудит эффективности использования государственных финансовых ресурсов // *Финансы и кредит*. № 10. 2006.

2. Концепция государственного финансового контроля в РФ : материалы науч.-практич. конф. М. : Изд. дом «Финансовый контроль», 2003.

© Буравлев Н. В., Корюкина Ю. А., 2012

УДК 669.713.7

Я. В. Бучик
 Научный руководитель – В. В. Прохоров
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

**АНАЛИЗ МЕТОДОВ И ПРИНЦИПОВ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ
 ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Для обеспечения устойчивого развития предприятия и получения высоких экономических результатов необходимо научиться управлять рисками. Актуальность проблемы управления рисками обусловлена развитием новой области знаний – риск-менеджмента. Управление рисками связано со специфической деятельностью предприятия в условиях неопределенности, сложного выбора вариантов управленческих решений.

Нестабильная экономическая среда, внутри которой действуют предприятия, предполагает необходимость систематического анализа финансового состояния. При этом основным объектом исследования должны стать финансовые риски предприятия и возможные пути снижения их воздействия.

Одной из основных задач при управлении финансовых рисков является проведение анализа рисков.

Анализ финансовых рисков способствует выбору того или иного метода управления финансовым риском. Безусловно, своевременное распознавание рисков является одной из основных задач эффективной работы предприятия.

Управление финансовыми рисками предприятия основывается на определенных принципах, основные из них представлены на рисунке [3].

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ	
Осознанность принятия риска	←
Управляемость принимаемыми рисками	←
Независимость управления отдельными рисками	←
Сопоставимость уровня принимаемых рисков с финансовыми возможностями	←
Экономичность управления рисками	←
Учет временного фактора в управлении рисками	←
Учет финансовой стратегии предприятия в процессе управления рисками	←
Учет возможности передачи рисков	←

Принципы управления финансовыми рисками

Основные методы управления финансовыми рисками

Метод управления риском	Меры, соответствующие методу управления риском
Избежание риска	Отказ от осуществления финансовых операций, уровень риска по которым чрезмерно высок; от использования в высоких объемах заёмного капитала; от чрезмерного использования оборотных активов в низколиквидных формах; от использования временно свободных денежных активов в краткосрочных финансовых вложениях
Лимитирование концентрации риска	Предельный размер заёмных средств, используемых в хозяйственной деятельности; минимальный размер активов в высоколиквидной форме; максимальный размер товарного или потребительского кредита, предоставляемого одному покупателю; максимальный размер депозитного вклада, размещаемого в одном банке; максимальный размер вложения средств в ценные бумаги одного эмитента; максимальный период отвлечения средств в дебиторскую задолженность
Хеджирование	Хеджирование с использованием фьючерсных контрактов; с использованием опционов; с использованием операции "своп"
Диверсификация	Диверсификация видов финансовой деятельности, валютного портфеля ("валютной корзины") предприятия, депозитного портфеля, кредитного портфеля, портфеля ценных бумаг, программы реального инвестирования
Распределение рисков	Распределение риска между участниками инвестиционного проекта; между предприятием и поставщиками сырья и материалов; между участниками лизинговой операции; между участниками факторинговой (форфейтинговой) операции
Самострахование (внутреннее страхование)	Формирование резервного (страхового) фонда предприятия, целевых резервных фондов, резервных сумм финансовых ресурсов в системе бюджетов, доводимых различным центрам ответственности, системы страховых запасов материальных и финансовых ресурсов по отдельным элементам оборотных активов предприятия; нераспределенный остаток прибыли

В практике финансового риск-менеджмента существует несколько видов оценки количественного определения финансовых рисков, что ставит менеджера перед выбором: какой именно вид оценки наиболее эффективен при управлении финансовыми рисками.

Наиболее распространенными методами количественного анализа финансового риска являются: статистический, анализ целесообразности затрат, метод экспертных оценок, использование аналогов.

Основными методами управления финансовыми рисками, по мнению таких ученых, как И. Т. Балабанов, И. А. Бланк, Э. А. Уткин, В. В. Глущенко и др., являются следующие методы: предупреждение риска, снижение риска и возмещение ущерба [5].

И. Т. Балабанов в качестве средств снижения степени риска определяет избежание риска, удержание риска, передачу риска.

Вместе с тем автор выделяет способы снижения степени риска: диверсификация, приобретение дополнительной информации, лимитирование, страхование, хеджирование [1].

В. В. Глущенко предлагает следующие методы финансового риск-менеджмента.

«В отношении риска и его последствий возможны следующие действия: предупреждение (упреждение), снижение (контроль), страхование, поглощение. Возможность альтернативных решений ставит перед менеджером задачу распределения средств между мероприятиями.

1. По предупреждению риска путем устранения его источника.

2. По снижению риска посредством уменьшения интенсивности поражающих факторов или уязвимости объектов, которые могут подвергнуться воздействию поражающих факторов.

3. По возмещению ущерба (последствий риска). В этом случае используют заключение договора «фондо-вого страхования» [4].

По нашему мнению наиболее верна и полна позиция И. А. Бланка. Ученый выделяет принципы управления финансовыми рисками и разрабатывает систему внутренних механизмов нейтрализации финансовых рисков. В частности он утверждает, что «управление финансовыми рисками предприятия основывается на определенных принципах, основными из которых являются: осознанность принятия рисков, управляемость принимаемыми рисками, независимость управления отдельными рисками, сопоставимость уровня принимаемых рисков с уровнем доходности финансовых операций, сопоставимость уровня принимаемых

рисков с финансовыми возможностями предприятия, экономичность управления рисками, учет временного фактора в управлении рисками, учет финансовой стратегии предприятия в процессе управления рисками, учет возможности передачи рисков».

Вместе с тем основная задача И. А. Бланка – показать методы управления финансовыми рисками предприятия. И нельзя не согласиться с довольно полной разработкой системы внутренних механизмов нейтрализации финансовых рисков И. А. Бланка, которая предусматривает использование следующих основных методов, представленных в таблице [2].

Анализ публикаций позволяет сделать следующие выводы:

1. В настоящее время определены подходы к рассмотрению понятия «финансовый риск», разработан алгоритм финансового риск-менеджмента, достаточно освещены вопросы, связанные с проведением количественной оценки финансовых рисков, выделяются проблемы выбора методов управления финансовыми рисками, рассматриваются вопросы, связанные с управлением финансовыми рисками предприятия нефинансового сектора экономики.

2. В целом недостаточно разработанными, по нашему мнению, являются проблемы классификации финансовых рисков предприятия и анализ взаимосвязей между финансовыми рисками, совершенствования анализа финансовых рисков предприятия, проведения комплекса превентивных мер по снижению влияния финансовых рисков на конечные финансовые результаты предприятия.

Библиографические ссылки

1. Балабанов И. Т. *Риск-менеджмент*. М. : Финансы и статистика, 2008.
2. Бланк И. А. *Управление финансовыми рисками*. Ника-Центр, 2005. 600 с.
3. Бухтин М. А. *Эволюция риск-менеджмента промышленных предприятий России // Управление финансовыми рисками*. 2011. № 2. 88 с.
4. Глущенко В. В., Глущенко И. И. *Финансы. Финансовая политика, маркетинг, менеджмент. Финансовый риск-менеджмент. Ценные бумаги. Страхование*. г. Железнодорожный, Моск. обл., ТОО НПЦ «Крылья», 1998. 416 с.
5. Уткин Э. А., Фролов Д. А. *Управление рисками предприятия*. ТЕИС, 2003

© Бучик Я. В., 2012

УДК 669.713.7

И. В. Гавриленко
Научный руководитель – Е. Л. Соколова.
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Рассмотрены основные методики оценки конкурентоспособности предприятий малого бизнеса.

Анализ деятельности предприятия малого бизнеса по повышению конкурентоспособности предполагает оценку текущих результатов хозяйственной деятельности через выяснение его потенциала (организованного, научно-технического, производственно-технологического, социального, финансово-экономического), общих результатов его хозяйственной деятельности; финансового положения и платежеспособности; эффективности производственной деятельности; степени адаптации к условиям хозяйствования за отчетный период (как правило, годовой) или на определенную дату.

Существуют разнообразные методики оценки конкурентоспособности малого предприятия. Так, по мнению Н. Герчиковой, оценка конкурентоспособности малого предприятия должна основываться на таких показателях, как [1]:

потребность в капиталовложениях фактических и на перспективу, как в целом, так и по отдельным видам продукции и конкретным рынкам;

ассортимент конкурентоспособной продукции, ее объемы и стоимость («продуктовая дифференциация»);

- набор рынков или их сегментов для каждого продукта («рыночная дифференциация»);
- потребность в средствах на формирование спроса и стимулирование сбыта;
- перечень мер и приемов, которыми фирма может обеспечить себе преимущество на рынке: создание благоприятного представления о фирме у покупа-

телей, выпуск высококачественной и надежной продукции, постоянное обновление продукции на основе собственных разработок и изобретений, обеспеченных патентной защитой, добросовестное и четкое выполнение обязательств по сделкам в отношении сроков поставок товаров и услуг.

По мнению В. А. Мошнова, комплексная оценка конкурентоспособности малого предприятия проводится по следующим параметрам [2]:

- конкурентоспособность выпускаемых изделий;
- финансовое состояние предприятия;
- эффективность маркетинговой деятельности;
- рентабельность продаж;
- эффективность менеджмента.

Следует отметить, что представленная выше совокупность показателей, оценивающая отдельные аспекты конкурентоспособности предприятия, не является абсолютной. В каждом конкретном случае она может быть дополнена другими показателями, характеризующими вновь возникшие резервы или новые требования потребителей.

Библиографические ссылки

1. Герчикова Н. М. Менеджмент. М., 2002. С. 191–192.
2. Мошнов В. А. Экономика предприятия. М., 2003. С. 108.

© Гавриленко И. В., 2012

УДК 338.49

А. В. Житникова
Научный руководитель – И. З. Погорелов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ РАЗРАБОТКИ РЕГИОНАЛЬНОГО ЗАКОНА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ О ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОМ ПАРТНЕРСТВЕ (ГЧП)

Анализируется актуальность разработки регионального закона Красноярского края о государственно-частном партнерстве.

1. Анализ модельного закона о государственно-частном партнерстве. Эффективным механизмом привлечения частного капитала для решения социально-экономических проблем все чаще становится государственно-частное партнерство (ГЧП).

Органы государственной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления заинтересованы в реализации проектов ГЧП, но при их

организации сталкиваются с определенными трудностями в связи с неурегулированностью данного вопроса. Следовательно, возникает потребность развития нормативно-правовой базы, регулирующей ГЧП.

Наиболее продуктивным для целей законодательного обеспечения организации региональных проектов ГЧП является принятие нормативно-правовых актов об участии субъекта Российской Федерации в ГЧП.

С этой целью Экспертным советом по законодательству о ГЧП Комитета по экономической политике и предпринимательству Государственной Думы разработан модельный закон субъекта Российской Федерации «Об участии субъекта Российской Федерации, муниципального образования в проектах государственно-частного партнерства» [1].

Начало регионального законодательства в сфере ГЧП приходится на 2005–2006 годы, когда были приняты первые законы о ГЧП в Томской области и Санкт-Петербурге. Затем постепенно такую работу начали вести другие регионы, но довольно спокойно вплоть до 2009 года. В 2010 г. были приняты 19 законов о ГЧП именно после появления Модельного закона «Об участии субъекта Российской Федерации, муниципального образования в проектах государственно-частного партнерства» [2].

Прежде всего модельный региональный закон направлен на привлечение внебюджетного финансирования путем создания контрактных взаимоотношений между органами государственного или муниципального управления (ОГМУ), которые позволяли бы привлекать частные инвестиции в работы по реконструкции, новому строительству объектов инфраструктуры, передавать ответственность за эксплуатацию объектов общественной инфраструктуры и предоставление услуг с их использованием на инвестора-оператора контракта.

В целом модельный закон является наиболее продуктивным для целей законодательного обеспечения организации региональных и муниципальных проектов ГЧП, призван показать регионам широкие возможности ГЧП и поэтому содержит минимум императивных норм. В нем закреплены основные договоры по проектам ГЧП, базовые принципы и положения, наличие соответствующего глоссария.

2. Обоснование актуальности разработки регионального закона Красноярского края о государственно-частном партнерстве. Крупные города и регионы России крайне заинтересованы в том, чтобы механизмы ГЧП заработали на полную мощь. Муниципалитеты испытывают жизненную необходимость в осуществлении целого ряда капиталоемких, долгосрочных и трудно управляемых проектов, требующих серьезного взаимодействия государства и частного сектора. Такие проекты связаны с комплексным развитием территорий, созданием и обслуживанием городской инфраструктуры, строительством социального жилья, транспортно-логистических объектов, повышением энергоэффективности и снижением энергоемкости сферы ЖКХ, сохранением объектов культурно-исторического наследия и др.

Целями участия Красноярского края в проектах государственно-частного партнерства являются:

- стимулирование инвесторов к привлечению материальных, финансовых, интеллектуальных, научно-технических и иных ресурсов в инфраструктурные проекты, реализуемые на территории Красноярского края;

- повышение доступности и качества услуг, предоставляемых потребителям при использовании объектов социальной и инженерной инфраструктуры пу-

тем привлечения частных инвестиций в создание, реконструкцию, модернизацию, обслуживание или эксплуатацию указанных объектов;

- обеспечение эффективности использования имущества, находящегося в государственной собственности Красноярского края.

В проекте закона Красноярского края «Об участии Красноярского края в государственно-частных партнерствах» должны быть определены формы, принципы и условия участия Красноярского края и муниципальных образований Красноярского края (в случае согласия соответствующих органов местного самоуправления) в ГЧП, основные понятия (ГЧП, частный партнер, соглашение о ГЧП, объект соглашения о ГЧП), виды имущества, которые могут быть объектами соглашений о ГЧП (транспортная инфраструктура и транспорт, система коммунальной инфраструктуры, объекты благоустройства, объекты энергоснабжения, объекты образования, культуры, социального обслуживания и др.), а также полномочия правительства Красноярского края в создании и реализации ГЧП.

Принятие проекта закона будет содействовать привлечению частного капитала в публичный сектор экономики, позволяя: создавать, реконструировать, модернизировать объекты социальной и инженерной инфраструктуры с привлечением частного капитала, снимая инфраструктурные ограничения социально-экономического развития Красноярского края; повысить эффективность использования имущества, находящегося в собственности Красноярского края, муниципальных образований Красноярского края; стимулировать внедрение современных технологий в эксплуатацию объектов социальной и инженерной инфраструктуры, что позволит улучшить качество и доступность услуг, предоставляемых населению; сократить государственные риски по созданию объектов социальной и инженерной инфраструктуры за счет распределения их между частным партнером и Красноярским краем; стимулировать инвестиционную активность в Красноярском крае за счет развития проектов ГЧП.

С принятием данного закона предприниматели и государственные органы получают новый инструмент для развития экономики края, т. к. нормативное закрепление принципов и условий в законопроекте позволит установить четкие и понятные для органов власти и инвесторов правила участия в реализации совместных проектов, придать легитимность заключаемым соглашениям и нормативно защитить интересы сторон в случае возникновения споров, повысить качество и количество реализуемых проектов, а также избежать потенциальных системных ошибок при принятии решений об участии в проектах.

Библиографические ссылки

1. Региональное законодательство [Электронный ресурс]. URL: http://www.pppinrussia.ru/main/metodicheskie_materiali/regionalnoe_zakonodatelstvo.
2. Шмелева Е. В. Партнерство без правил // *Российская Бизнес-Газета*. 2011. № 793.

УДК 311.07

А. А. Козлов, Д. В. Левицкий
 Научный руководитель – И.З. Погорелов, П.С. Зеленский
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М.Ф. Решетнева, Красноярск

ОСНОВНАЯ СХЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ КОНТРАКТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «ИСС»

Организационная форма компании – открытое акционерное общество, контрольный пакет акций, которой принадлежит государству в лице Министерства государственного Имущества. Компания сотрудничает с четырьмя основными заказчиками в лице государства. Каждый из клиентов финансируется за счет бюджетных средств выделяемых государством под разные типы проектов, соответственно платежи по своим обязательствам компании-заказчики перечисляют по мере поступления финансирования из бюджета.

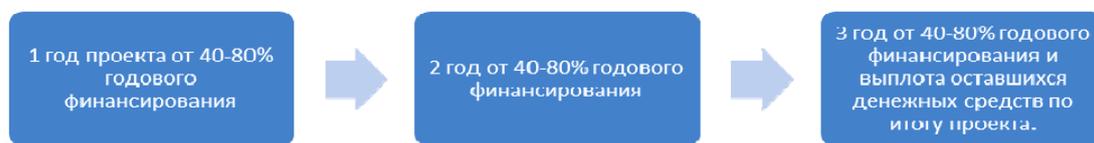
Ввиду кризиса, наступившего в 2008 году, в бюджете существует некоторый дефицит денежных средств, как следствие это влечет за собой нехватку финансирования и задержку платежей, а на предприятие – исполнителе это может повлечь за собой не благоприятные последствия, из-за не достатка денежных средств на счетах, компания-исполнитель, не в состоянии будет оплатить работу НИОКР по реализации технического задания космического аппарата, работу смежных компаний и т. д. Для избегания таких последствий заказчик вместе с исполнителем вынуждены прибегать к инновационным схемам финансирования проектов.

В среднем космический аппарат разрабатывается, производится, собирается, и запускается за тридцать-тридцать шесть месяцев, данные показатели напрямую зависят от технического задания к функционалу аппарата, если же это дубликат существующего аппарата, то срок по реализации контракта сокращается до двадцати пяти месяцев, но схема поступления денежных средств от этого не изменяется.

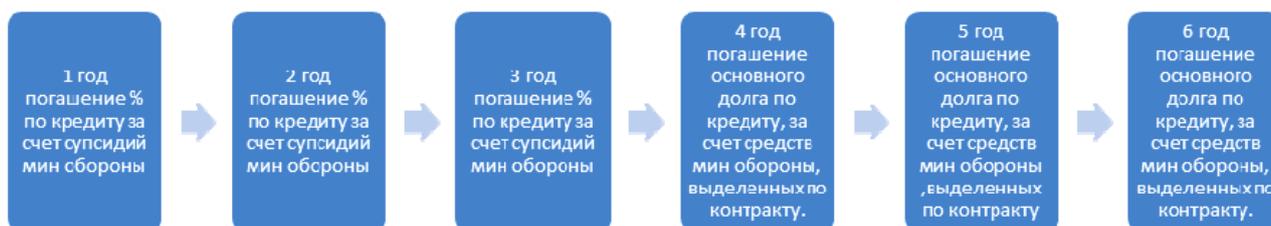
На стадии поступления контракта на реализацию заказчиком вносится от 40 до 80 % годового финансирования, для реализации первого этапа контракта – начала работы НИОКР и заказа основных составляющих агрегатов космического аппарата у смежных компаний. По итогам отчетного периода оплачивается оставшаяся доля годового финансирования и вносится очередной авансовый платеж на реализацию последующего этапа [1].

Для избегания дефицита денежных средств на счетах предприятия, которые могут повлечь за собой штрафные санкции за не соблюдения графика реализации проекта, компания пользуется популярным инструментом финансирования – кредитом. Кредит – это сделка, заключаемая между кредитной организацией и заемщиком, по предоставлению денежных средств, кредитором заемщику в виде ссуды на определенных условиях. Между кредитором и заемщиком заключается договор, согласно которому кредитор предоставляет денежные средства (кредит) заемщику в заранее оговоренном размере, на оговоренный срок, и за вознаграждение кредитора. В виду того что предприятие является собственностью государства, входит в список предприятий ОПК, оно с легкостью договаривается с основными банками под льготную процентную ставку в 6-8% годовых.

Вследствие некоторых причин нехватки бюджетных средств министерство обороны в лице заказчика и реализатора программы государственного оборонного заказа предложил инновационный подход к финансированию своего проекта. Инновация заключается в том, чтобы реализовать проект без колоссальных вложений на момент реализации проекта и чтоб для компании это не являлось фатальным. Министерство обороны предложило использовать метод отложенных платежей, метод заключается в том, чтобы компания ОАО ИСС для реализации обязательств по контракту оформила кредитную линию в банке партнере под льготную процентную ставку. В свою очередь министерство обороны выделит денежные средства в виде субсидий в отрасль для покрытия процентов по кредиту на всем сроке реализации контракта, а погашение основного долга по кредиту отложено до 2014 и распределено по годам до 2017 года и будет осуществляться на средства министерства обороны поступающих из государственного бюджета на реализацию контракта [2].



Стандартная схема финансирования проекта создания космического аппарата



Инновационная схема финансирования проекта создания космического аппарата

Такое нововведение не будет иметь отрицательные последствия для предприятия, но в свою очередь даст возможность компании осуществлять основную деятельность и не прерывать выполнение «Государственного Оборонного Заказа», что позволяет оставаться лидером на рынке производства космических аппаратов, и поддерживать положительный имидж предприятия.

УДК 336.1

Д. В. Левицкий, А. А. Козлов
Научный руководитель – И. З. Погорелов, П. С. Зеленский
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КРЕДИТ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ АПК

Любая организация рано или поздно начинает ощущать нехватку денежных ресурсов, будь то недостаток средств оборотного капитала или средств на реализацию проектов и программ развития предприятия, закупку оборудования и др. Решить эту проблему предприятие пытается с помощью дополнительных источников, в том числе и кредита. В настоящей статье будет рассматриваться такая форма кредита, как инвестиционный кредит.

На сегодняшний день кредит является самой распространенной формой заимствования для предприятий. Нельзя сказать, что это самый удобный инструмент финансирования: Размер возможного финансирования достаточно низок, в сравнении с другими инструментами; Кредит относится к разряду обеспеченного финансирования: заемщику придется позаботиться о залоге, стоимость которого в 1,5–2 раза превышает объем получаемых средств; банки могут иметь строгие условия предоставления кредитов; контроль за целевым использованием средств очень высок. Но с другой стороны срок получения средств по кредиту, от принятия решения до фактического получения, короткий; уровень раскрытия информации остается на уровне банка; размер предприятия может быть любым; не нужно осуществлять трансформацию финансовой отчетности.

Немаловажным фактором в выборе инструмента финансирования инвестиционного проекта является отраслевая принадлежность предприятия. В частности для предприятий, которые попадают под действие федерального закона «О развитии сельского хозяйства», предусмотрены субсидии на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам в размере двух третей, и (или) не менее чем девяносто пять процентов, и (или) полной ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации [1]. Было отмечено, что в 2011 году, в рамках Госпрограммы

- Библиографические ссылки**
1. Шевчук Д. А. *Финансы предприятия*. 2009.
 2. Малиновская О. В., Скобелева И. П., Бровкина А. В. *Финансы*. 2012.

© Козлов А. А., Левицкий Д. В., 2012

объемы кредитования отрасли выросли на 22 % к уровню 2010 года и на 36 % – к 2009 году. При этом подчеркнута, что процент возмещения по ставке рефинансирования остался на уровне 80 и 100 %. Всего за 10 месяцев, по данным кредитных организаций, сельхозтоваропроизводителям выдано 710 млрд рублей. Самые низкие средневзвешенные процентные ставки по инвестиционным кредитам, выдаваемым организациям АПК, отмечены в Сбербанке – 11,7 %, самые высокие в Россельхозбанке – 13,3 % (в некоторых частных случаях – 14–14,5 %) [2].

Так же нужно учитывать фактор регионального расположения. Так в Красноярском крае на поддержку субъектов агропромышленного комплекса выделяются субсидии, на возмещение части затрат на уплату процентов по инвестиционным кредитам, полученным на срок до 10 лет. К примеру, по кредитам, полученным в 2007–2011 годах, возмещается 2/3 ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации [3].

В условиях современной Российской экономики, кредит в сочетании с государственной поддержкой – это один из немногих способов развития для малорентабельных предприятий агропромышленного комплекса.

- Библиографические ссылки**
1. *О развитии сельского хозяйства : федер. закон от 29 декабря 2006 г. № 264-ФЗ (с изм. и доп.)*.
 2. *Объемы кредитования АПК выросли. Пресс-служба МСХ 9 ноября 2011 г.*
 3. ДЦП «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Красноярском крае на 2010–2012 годы».

© Левицкий Д. В., Козлов А. А., 2012

УДК 504.054

Ю. А. Магомедсултанова
Научный руководитель – И. З. Погорелов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОПРЕДЕЛЕНИЙ ПОНЯТИЯ «КРЕДИТНЫЙ РИСК»

Отмечается, что понятие кредитного риска довольно обширно и что его следует понимать как в узком, так и в широком смысле. Исследуется понятие с четырёх позиций, что помогает подчеркнуть общие видение проблемы и специфику каждой позиции в отдельности. Сделан вывод о том, что все понятия кредитного риска имеют право на своё существование, однако каждая позиция трактует своё видение с определенной стороны, той области, на которой и делает акцент. Выделение общего смысла и идеи позволяет выявить все самое необходимое для постановки определения.

В банковской деятельности кредитному риску посвящено множество современных исследований, но, тем не менее, все ещё существует некоторое различие в его определении.

Кредитные риски становятся самыми значимыми в банковской деятельности. Из трех основных типов (рыночный, операционный, кредитный) для западных универсальных банков, существующих многие десятилетия, главными являются операционные и рыночные риски. А в российских коммерческих банках кредитные риски вышли на первое место. В России особенно это проявилось в кризисный период, где доля просроченной задолженности по кредитам банков была высокой.

Определения понятия «кредитный риск коммерческого банка» необходимо рассмотреть с четырёх позиций:

- 1) общеэкономическое значение понятия, сформированное авторами-экономистами в своих работах;
- 2) статистическое значение понятия;
- 3) нормативное значение понятия, закреплённые документами Центрального банка РФ;
- 4) нормативное значение понятия, закреплённое международными документами.

Общеэкономическое значение кредитного риска предполагает, что кредитный риск, являясь вероятностью невыполнения или несвоевременного выполнения заемщиком своих обязательств по кредитному договору, что есть вероятность финансовых потерь. С другой стороны, кредитный риск – это дополнительная маржа для банка, возможность получения дополнительного дохода, связанного с принятием риска, поскольку уровень риска прямо пропорционален доходности по активу, которая может существенно различаться в зависимости от экономической ситуации. Таким образом, определяя политику в сфере управления кредитными рисками и имея целью получение дохода, банки балансируют между максимальным приемлемым уровнем потерь по кредитам в случае наступления рискованного события и минимальной доходностью, соответствующей данному уровню кредитного риска. Важно отметить, что также в зависимости от динамики глобальной конъюнктуры и происходят изменения в оценке рисков банками, что приводит к изменениям в их кредитной политике.

Экономическая сущность кредитного риска проявляется также в том, что кредитный риск – объективный

показатель и, следовательно, имеет определенную динамику. Динамика кредитного риска зависит от ряда факторов, которые могут быть как независимыми друг от друга, так и взаимосвязанными [1, с. 11].

Необходимо отметить, что кредитный риск экономистами трактуется по-разному. Так, экономист Ю. А. Бабичева понимает кредитный риск в узком смысле, а именно, как «существующий для кредитора риск неплаты заемщиком основного долга и процентов по нему». По мнению О. И. Лаврушина, кредитному риску следует относить «ситуацию, связанную именно с кредитом, а не с другими экономическими формами; связанную не с результатом деятельности (возможность, вероятность, опасность наступления того или иного события), а с самой деятельностью, которая может привести к нежелаемому событию». Экономист Е. П. Жарковская определяет кредитный риск в соответствии с положениями и инструкциями Центрального банка РФ. Иной подход к определению кредитного риска обосновывает С. Н. Кабушкин: «Изучение банковского кредитного риска возможно с точки зрения двух основных подходов. Первый предполагает рассматривать банковский кредитный риск в узком смысле слова как: а) потенциальную опасность неплатежа по ссуде; б) ситуативную характеристику кредитной деятельности банка, отражающую вероятность потерь стоимости его активов и невыполнения гарантийных обязательств. Второй подход расширяет область присутствия банковского кредитного риска сферой депозитных операций и предполагает его изучение в широком смысле слова (с учётом депозитной составляющей)».

Зарубежные экономисты в своих работах также уделяют значительное внимание кредитному риску банка. По мнению Х. В. Грюнинга, С. Б. Братановича, кредитный риск это опасность того «...что дебитор не сможет осуществить процентные платежи или выплатить основную сумму кредита в соответствии с условиями, указанными в кредитном соглашении. Кредитный риск означает, что платежи могут быть задержаны или вообще не выплачены, что в свою очередь, может неблагоприятно отразиться на ликвидности банка. Существуют три основных вида кредитного риска: личный или потребительский риск; корпоративный риск или риск компании; суверенный или страновой риск». По мнению П. Роуза, «Вероятность того, что стоимость части активов банка, в особенно-

сти кредитов, уменьшится или сведётся к нулю, называется кредитным риском». По мнению Синки Дж., «Риск дефолта (кредитный риск) – неопределенность, связанная с возможностью выплаты процентов и номинала заемщиком».

Для уяснения сущности понятия «кредитный риск», для его своевременного выявления и адекватной оценки необходимо анализировать данные о потерях, связанных с кредитными рисками на предыдущих аналогичных фазах экономического цикла, что позволит сблизить абсолютные и относительные значения кредитного риска коммерческих банков. Таким образом, подходим к необходимости рассмотрения статистического значения кредитного риска.

Статистическое значение понятия кредитного риска отражается в сборе статистической информации за предыдущие периоды, достаточной для определения уровня кредитного риска и возможных потерь банка в последующем, для максимальной стабилизации деятельности кредитного учреждения. Статистика может вестись на государственном уровне, но, как правило, у каждого банка она собственная и отражает динамику риска относительно определенной группы заемщиков, исходя из этого банк делает выводы о целесообразности кредитной группы.

Статистическое значение понятия «кредитный риск» взаимосвязано с его нормативным значением, которое определяет понятие на законодательном уровне, регламентирует правила для учета уровня кредитного риска, служит инструментом контроля для регулятора.

Нормативное определение кредитного риска встречаются в нескольких документах Центрального банка РФ [2, с. 21].

В Письме Центрального банка РФ от 23.06.2004 № 70-Т «О типичных банковских рисках» дано определение кредитного риска как риска возникновения у кредитной организации убытков вследствие неисполнения, несвоевременного либо неполного исполнения должником финансовых обязательств перед кредитной организацией в соответствии с условиями договора. К указанным финансовым обязательствам могут относиться обязательства должника:

- по полученным кредитам, в том числе межбанковским кредитам (депозитам, займам);
- по учтенным кредитной организацией векселям;
- по банковским гарантиям, по которым уплаченные кредитной организацией денежные средства не возмещены принципалом;
- по сделкам финансирования под уступку денежного требования (факторинг);
- по приобретенным кредитной организацией по сделке (уступка требования) правам (требованиям);
- по приобретенным кредитной организацией на вторичном рынке зкладным;
- по сделкам продажи (покупки) финансовых активов с отсрочкой платежа (поставки финансовых активов);
- по оплаченным кредитной организацией аккредитивам;
- по требованиям кредитной организации (лизингодателя) по операциям финансовой аренды (лизинга).

Далее Центральный банк РФ определяет подходы к количественной оценке кредитного риска, прежде всего в инструкции от 16.01.1994 № 110-И «Об обязательных нормативов банков» (далее – Инструкция № 110-И) и в положении от 26.03.2004 № 254-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам и приравненной к ней задолженности (далее – Положение № 254 – П)».

Согласно инструкции 110-И кредитный риск может быть определён как сумма нескольких величин, включаемых в знаменатель формулы норматива достаточности капитала Н1. К указанным величинам относятся:

$$\text{SUM } Kp_i (A_i - Pk_i) + \text{код } 8957 + \text{код } 8807 + \\ + KPB + KPC.$$

Величина «SUM $Kp_i (A_i - Pk_i)$ » представляет собой сумму активов A_i , разделённых на пять групп риска, уменьшенных на соответствующие величины страховых резервов (резервы на возможные потери по ссудам) Pk_i , взвешенных путём умножения на соответствующий коэффициент риска Kp_i (имеет значения от 0 до 150 %),

Код 8957 – сумма требований к связанным с коммерческим банком лицам, взвешенных по уровню риска, умноженная на коэффициент 1.3.

Код 8807 – сумма кредитных требований и требований по получению начисленных процентов по ссудам, предоставленным физическим лицам на приобретение жилого помещения, по которым исполнение обязательств заёмщика обеспечено залогом жилого помещения, при соблюдении определённых условий, умноженная на коэффициент 0,7.

KPB – величина кредитного риска по условным обязательствам кредитного характера.

В условные обязательства кредитного характера включают обязательства двух видов:

1) обязательства произвести выплаты в случае невыполнения контрагентами своих обязательств перед другими кредиторами (например банковские гарантии и поручительства, выданные банком, авали, другие обязательства),

2) обязательства банка предоставить средства на возвратной основе (например, неиспользованные кредитные линии).

KPC – величина кредитного риска по срочным сделкам.

Это сделки, исполнение которых осуществляется сторонами не позднее третьего рабочего дня после дня их заключения.

Охарактеризованные элементы в сумме показывают величину, которую банк может потерять, имея определённый набор активов и других инструментов, несущих кредитный риск; указанная величина ставится в зависимость от размера собственных средств (капитала) в определённой пропорции, получившей название «достаточность капитала».

Положение № 254-П несколько по-иному определяет кредитный риск коммерческого банка. Так, согласно п.1.3 указанного положения кредитный риск по ссуде – это обесценение ссуды, т. е. потеря ссудой

стоимости вследствие неисполнения либо ненадлежащего исполнения заёмщиком обязательств по ссуде перед кредитной организацией, либо вследствие существования реальной угрозы такого неисполнения (ненадлежащего исполнения).

Величину потерь кредитной организации по ссуде отражает размер расчётного резерва, на которую влияет финансовое положение заёмщика, качество обслуживания заёмщиком основного долга по ссуде и по выплате процентов, в том числе срок просрочки, источник погашения и цель ссуды. Иными словами, величина резерва на возможные потери по ссудам соответствует величине возможных потерь банка, который имеет определённый состав кредитного портфеля [4].

Нормативное определение кредитного риска встречаются также в нескольких международных документов. Во второй редакции проекта новых Базельских соглашений, в разделе «Разъяснение основных терминов», кредитный риск характеризуется «как риск потерь», возникающих вследствие дефолта, у кредитора или контрагента. Необходимо обратить особое внимание, что Базельский комитет, определяя кредитный риск, увязывает источники его возникновения прежде всего с кредитованием, однако также учитывает риск неисполнения обязательств контрагентом банка по прочим операциям. Таким образом, можно заключить, что в текущем представлении Базельского комитета и, следовательно, большинства национальных органов банковского регулирования и надзора кредитный риск связывается с потерями вследствие дефолта контрагента.

Дефолт в современной его трактовке охватывает события, которые могут произойти с должником и приведут к экономическим потерям для кредиторов. С экономической точки зрения дефолт означает признание момента ухудшения положения кредиторов заёмщика по сравнению с ранее заключёнными договоренностями либо неизбежность данного ухудшения в будущем.

Определения дефолта существенно различаются. Рейтинговые агентства констатируют наступление дефолта в случае любой задержки в исполнении обязательств, в то время как Базельский комитет допускает наличие задержки в пределах 90 дней в исполнении обязательств по задолженности перед банком, что отражает банковскую практику признания момента дефолта.

Использование различных определений дефолта создает сложности в реализации вероятностно-стоимостной концепции оценки и регулирования кредитного риска, предусматривающей оценку ожидаемых и непредвиденных потерь исходя из:

- величины задолженности в момент дефолта;
- вероятности наступления дефолта;
- потерь в случае дефолта.

Решением данной проблемы в практической плоскости должны стать унификация принципов регистрации информации и событий, связанным с дефолтом, и ее максимальная детализация [3, с. 34].

Определение кредитного риска представлено в МСФО 32 «Финансовые инструменты: раскрытие и

представление информации». В соответствии с §43 кредитный риск – это риск неисполнения своих обязательств одной стороной по финансовому инструменту и, вследствие этого, возникновения у другой стороны финансового убытка. Источник кредитного риска по МСФО – финансовый инструмент, под которыми понимается «любой договор, в результате которого одновременно возникает финансовый актив у одной компании и финансовое обязательство или долевого инструмента у другой». При этом предусматривается достаточно широкая, трактовка финансового инструмента: «Финансовые инструменты включают как первичные инструменты, такие как дебиторская и кредиторская задолженность, долевыми ценными бумагами, так и производные инструменты: финансовые опционы, фьючерсы и форвардные контракты процентные и валютные свопы» [5].

Таким образом, можно сделать следующие выводы.

Мнения исследователей-экономистов по вопросу определения кредитного риска банка можно разделить на две группы. Первая группа мнений – это понимание кредитного риска в соответствии с определением Банка России. В эту группу можно включить Ю. А. Бабичеву, Е. П. Жарковскую. Вторая группа экономистов предлагает собственные определения. Так, С. Н. Кабушкин разделяет кредитный риск на кредитный риск в широком и кредитный риск в узком смысле. Экономист О. И. Лаврушин использует сущностный подход.

Зарубежные экономисты, определяя кредитный риск, также говорят об операциях, связанных с предоставлением кредитов (С. Фрост, Х. В. Грюнинг, С. Б. Братанович), и об операциях, связанных с предоставлением кредитов и размещением средств в процентные ценные бумаги (П. Роуз, Дж. Синки).

Зарубежные экономисты при определении кредитного риска используют комплексный подход, предполагающий управление кредитным риском во взаимосвязи с важнейшими показателями банка, прежде всего капиталом, с обязательным использованием оценочных вероятностных математических моделей.

Кризис выявил непонимание российскими банками статистического значения понятия кредитного риска и, как следствие, отсутствие достоверной статистики по кредитным рискам на протяжении полного экономического цикла. Отсутствие статистики кредитных дефолтов также связано с тем, что банки в период кризиса продлевали и непрямо реструктурировали просроченные обязательства, тем самым предупреждая просрочку и создавая иллюзию стабильности кредитных рисков по портфелю. Этот факт довольно сильно повлияет на полноценность статистической базы по новому экономическому циклу в будущем.

Банк России понимает кредитный риск в широком и в узком смысле в зависимости от перечня финансовых инструментов, подверженных кредитному риску. В широком смысле кредитный риск, обуславливающий коммерческому банку иметь определённый размер собственных средств (капитала), по мнению Банка России, связан с размещением средств в разные активы, с проведением срочных сделок, с наличием

условных обязательств кредитного характера. Величина кредитного риска в узком смысле рассчитывается в соответствии с Положением 254-П и определяется как «обесценение ссуды, потеря ссудной стоимости».

По нашему мнению, все понятия кредитного риска имеют право на своё существование. Подбирая различные термины и экономические понятия суть кредитного риска остаётся неизменной. На наш взгляд, кредитный риск следует рассматривать с двух позиций, как и было отмечено большинством авторов. Первая позиция представляется как вероятность невыполнения или несвоевременного выполнения заемщиком своих обязательств по договору. Вторая позиция непосредственно связана с кредитной деятельностью банка, что подразумевает вероятность потерь стоимости его активов. Нормативное значение понятия трактуется в нескольких нормативных документах Центрального банка, однако четкой трактовки на понятие кредитного риска нормативные документы не используют. Поэтому в разных документах понятие может рассматриваться со стороны той области для которой предназначен этот документ.

Статистические данные, экономический цикл кредитной организации, а также экономика страны, по нашему мнению, являются наиболее значимыми факторами при управлении кредитного риска.

Понятие данное Базельским соглашением, по нашему мнению, можно считать весьма абстрактным понятием, так как само понятие дефолта в разных источниках информации может трактоваться весьма условно, что не позволяет четко определить границы признания момента дефолта. Понятие, данное МСФО, так же весьма неопределенно, о чём говорит понятие финансового инструмента, которое довольно обширно, а непосредственно само кредитование (кредиторская задолженность) определяется как одним из финансовых инструментов.

Библиографические ссылки

1. Борщева А. Н. Новые подходы к определению понятий «кредитный риск» и «управление кредитным риском» // Вопросы экономики и права. 2010. № 12. С. 11–14.
2. Мирошниченко О. С. Кредитный риск и собственный капитал банка // Финансы и кредит. 2011. № 1. С. 21–24.
3. Кудрявцева М. Г. Базель: новые правила игры // Банковское дело. 2004. № 12. С. 34–38.
4. URL: www.cfin.ru.
5. URL: http://www.ade-solutions.com/IFRS_portal.html.

© Магомедсултанова Ю. А., 2012

УДК 378.631

А. П. Эглис, Ю. П. Павленкова
 Научный руководитель – И. З. Погорелов
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М.Ф. Решетнева, Красноярск

ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СТАНДАРТОВ МСФО В «ГАЗЕЛЯХ»

Целью данной статьи является анализ целесообразности внедрения международных стандартов финансовой отчетности на предприятиях среднего бизнеса «газелях»; выделение отраслей, первоочередных к применению МСФО; разработка рекомендаций к развитию внедрения МСФО на предприятиях малого и среднего бизнеса Российской Федерации.

В настоящее время модернизация экономики наиболее эффективна через быстрорастущие компании, которые в 1979 году Дэвид Берч назвал «газелями», подчеркнув таким способом их динамизм по сравнению с другими компаниями. В России определение «газелей» трактуется как компании, не являющиеся дочерними какой-либо крупной корпоративной структуры, не принадлежащие государству, выручка которых составляет более 300 млн рублей и темп роста выручки составляет 30 % ежегодно по крайней мере 4 года подряд и за эти 4 года, компания должна хоть раз принести чистую прибыль [6].

Не секрет, что решением проблемы поддержки развития быстрорастущих компаний «газелей» может послужить привлечение капитала со стороны зарубежных инвесторов. Однако для инвесторов и других групп заинтересованных лиц требуется предоставление прозрачной финансовой отчетности для обеспечения сравнительной безопасности вложения средств в российские предприятия среднего бизнеса. МСФО

для предприятий МСБ – самостоятельный стандарт финансовой отчетности для малых и средних предприятий. В нем в краткой форме изложены все МСФО с учетом относительно небольшого количества упрощений. Под малыми и средними предприятиями в целях применения стандарта понимаются предприятия, которые не являются общественно значимыми и не публикуют финансовую отчетность для внешних пользователей. Причем подразумевается, что количественные критерии отнесения к малым и средним предприятиям присоединившаяся страна может установить сама.

Согласно статье 4 ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» средние предприятия – с числом работников от 101 до 250 человек и годовой выручкой от 400 до 1000 млн руб. Малые предприятия – с числом работников от 16 до 100 человек и годовой выручкой от 50 до 400 млн руб. Микропредприятия – предприятия с числом работников до 15 человек и годовой выручкой до

50 млн руб. [1; 2]. Предельные значения выручки утверждены постановлением Правительства РФ от 22.07.2008 № 556. Таким образом, предприятия «газели» – средние предприятия, попадающие под категорию организаций, имеющих возможность готовить финансовую отчетность согласно МСФО.

Уже несколько лет правительство стремится устранить барьеры для развития малого и среднего бизнеса. В рамках данной политики НСФО по заказу Минфина России провела научно-исследовательскую работу на тему «Упрощенная система ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской отчетности для малых и средних предприятий». Оказалось, что все средние, большинство малых и более половины микропредприятий будут вести бухучет даже тогда, когда его разрешат не вести. Исследователи из НСФО посчитали, что между средними и малыми может быть колоссальная разница. Поэтому для средних был предложен следующий подход: обязательное ведение бухучета и формирование отчетности по нескольким упрощенным правилам с альтернативой добровольного ведения бухучета и формирования отчетности по основным правилам. Исследователи обратили внимание на соблазн средних предприятий дробиться на малые, равно как и у крупных – на средние для упрощения предоставления отчетности. Однако проблема легко решается через закон «О консолидированной отчетности» [3].

Для роста инвестиционной привлекательности страны, России необходимо серьезное изучение зарубежного опыта внедрения стандартов МСФО на предприятиях, а также программ поддержки быстрорастущих компаний и использование данного опыта в Российской Федерации.

Для достижения поставленной цели в России необходимо выделить основные направления развития: создание программ обучения технологиям внедрения МСФО, начиная от консультаций и правовой поддержки, расширение деятельности академических институтов, вузов, консалтинговых и информационных фирм и выставок; создание финансовой поддержки со стороны государственных органов – создание благоприятных условий для развития национальных и региональных инвесторов; запуск и управление программами бизнес-инкубаторов; содействие технологическому трансферу; разработка и проведение инновационной, промышленной политики, политики региональной кластеризации; стимулирование развития деятельности и поддержку взаимодействия субъектов малого, среднего и крупного бизнеса в сфере инноваций [5].

Существуют компании, куда нужно немедленно начинать внедрять стандарты МСФО (см. рисунок) [4].

Компании, имеющие партнеров за рубежом	Отчетность понятная обеим сторонам будет большим плюсом
Компании, уделяющие большое внимание корпоративной культуре	МСФО обеспечивает менеджеров информацией, которая повышает эффективность управления, дает возможность грамотно общаться с рынком и акционерами, укрепляет систему корпоративного поведения, а, следовательно, и доверие к менеджменту
Компании, нуждающиеся в кредитных ресурсах	Особенно привлекательны западные рынки капитала с относительно более низкими процентными ставками и наличием долгосрочных кредитов. К данной категории относятся, прежде всего, капиталоемкие предприятия, принадлежащие к наиболее динамично развивающимся отраслям (лизинговые, торговые, промышленные)

Компании, в которых рекомендуется внедрение МСФО

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что для быстрорастущих компаний-газелей, внедрение стандартов МСФО послужит возможностью выхода на международный рынок, возможностью быстрого развития, возможностью обеспечить менеджеров информацией, которая значительно повышает эффективность управления, дает возможность грамотно общаться с рынком и акционерами, возможностью снижения затрат на привлечение капитала. Переход на МСФО требует очень серьезной, большой и кропотливой подготовки. Причем подготовки не только компаний и профессионального сообщества, но и в не меньшей степени регулирующих органов и инвестиционного сообщества.

Необходимо тщательное изучение зарубежного опыта поддержки быстрорастущих компаний в Российской Федерации. Первые шаги для этого уже сделаны: российские стандарты бухучета становятся все более приближенными к МСФО, а средние предприятия готовы и к использованию упрощенных международных стандартов для предоставления своей отчетности. При создании комфортных условий для существования «газелей» и при создании грамотной системы для их поддержки Россия выйдет на новый уровень развития, развитый рынок венчурного капитала позволит использовать потенциал малых фирм в формировании инновационной экономики, о чем будет свидетельствовать рост инвестиционной привле-

кательности страны, увеличение доли высокотехнологичной продукции в общем валовом продукте, рост занятости населения, рост числа компаний-«газелей», рост налоговых отчислений в бюджет, рост качества жизни населения. «Газели» – надежда российской экономики.

Библиографические ссылки

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации ФЗ.

2. Постановление Правительства РФ от 22.07.2008 № 556.

3. Официальный сайт НСФО. URL: www.nsf.ru.

4. Гольдштейн Г. Я., Гуц А. Н. Экономический инструмент принятия управленческих решений. URL: http://www.aup.ru/books/m69/2_2.htm

5. Аудит по МСФО. URL: <http://ifrs-audit.ru/>

6. Лидеры российского среднего бизнеса – предприятия-газели. URL: <http://expert.ru/dossier/story/fastest-growing-companies-gazelles/>

© Эглис А. П., Павленкова Ю. П., 2012

УДК 500.599.57

А. А. Кадач

Научный руководитель – А. А. Снежко

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск**ВЛИЯНИЕ СОЛНЕЧНОЙ АКТИВНОСТИ НА СООТНОШЕНИЕ ПОЛОВ ПРИ РОЖДЕНИИ**

Большинство ученых в последнее время интересуются вопросами, связанными с влиянием солнечной активности на комплекс явлений: землетрясения, вулканическая активность, революции, в том числе и на соотношение полов при рождении.

Еще в 30-х г.г. XX столетия в Ницце (Франция) было выяснено, что формирование пола человека – это не просто случайный набор X и Y хромосом, а сложный процесс работы организма, направленный на выживание и благоприятное развитие человека как биологического вида [1]. Существует такое понятие как космобиосферный импринтинг. Космобиосферный импринтинг – это момент рождения ребенка, когда происходит запечатление конкретного сочетания физических, магнитных, и других полей, воздействующих на него. Осуществляется подстройка организма рожденного ребенка к новой среде обитания, к конкретным космобиосферным условиям и устанавливается ход собственных биологических часов. В дальнейшем, при изменении солнечной активности в рамках одиннадцатилетнего цикла организм вынужден функционировать с большими затратами и напряжением [2].

Данные выводы согласуются со статистическими отечественными данными [3–5] (рис. 1–3).

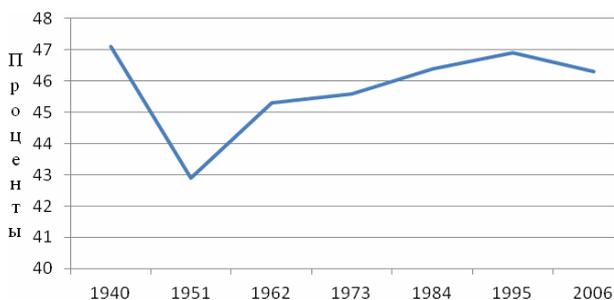


Рис. 1. Рождаемость мужчин в России

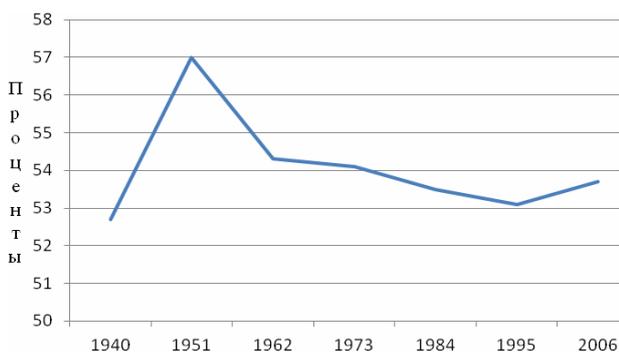


Рис. 2. Рождаемость женщин в России

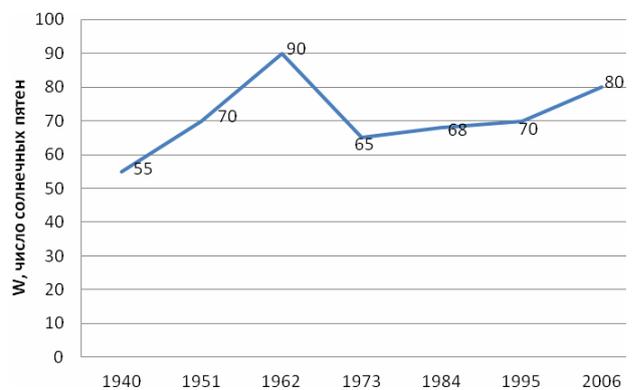


Рис. 3. Солнечная активность в годы рождаемости

Выплески геомагнитного возмущения играют роль внешних факторов, негативно воздействующих на увеличение количества повреждений клетки. Например, процесс зачатия происходит с перевесом в сторону зарождения женского эмбриона. Такой дисбаланс объясняется теми ролями, которые эволюционно отведены мужскому и женскому полу, а именно: женский отвечает за стабилизацию вида, а мужской – за лабильность, постоянный поиск чего-то нового. При неблагоприятных внешних условиях, таких, как, повышение уровня возмущения магнитного поля Земли, девочек рождается больше, и наоборот, при снижении уровня магнитных колебаний появляются мальчики (при благоприятных условиях) [1].

Очевидно, что геомагнитные выплески Солнца непосредственно влияют на соотношение полов при рождении. При этом, наблюдаемый максимум для кривой девочек (рис. 2) сдвинут относительно максимума солнечной активности (рис. 3), вследствие чего можно ожидать не самые большие значения коэффициента корреляции. Анализ кривых затрудняется еще и тем, что каждый одиннадцатилетний период солнечной активности согласно А. Л. Чижевскому разбивается еще на четыре периода: 1) период минимальной возбудимости (3 года); 2) период увеличения, роста возбудимости (2 года); 3) период максимального подъема возбудимости (3 года); 4) период понижения возбудимости (3 года). Более точные выводы можно будет сделать при расширении базы наблюдений.

ний, тем более, что в настоящий момент наступает новый период солнечной активности, пик которого ожидается в 2013–2014 гг.

Библиографические ссылки

1. Серков А. Российские ученые доказали, что магнитные бури могут напрямую влиять на пол будущего ребенка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly2005/0185/gazeta028.php>.

2. Чибисов С., Фролов В., Агаджанян Н. Биоритмы и гелиофизические факторы. 2006. С. 21.

3. Константиновская Л. Солнечная активность [Электронный ресурс]. URL: <http://www.astronom2000.info>.

4. Борисов В. Демография [Электронный ресурс]. URL: <http://sbiblio.com/biblio/archive/demografija/02.aspx>.

5. URL: http://statistika.ru/stat/stat3/2007/12/11/stat3_9904.html.

© Кадач А. А., 2012

УДК 008.2

А. И. Краснопеев, А. В. Карсаков, И. А. Дмитриев
Научный руководитель – В. П. Жереб
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РОЛЬ ТЕОРИИ ЭТНОГЕНЕЗА Л. Н. ГУМИЛЕВА В РАЗРЕШЕНИИ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА

Показано, что необходимый для разрешения глобальных проблем переход человечества к стереотипу устойчивого поведения, соответствующему новым критериям прогресса и цивилизации, возможен только в процессе естественного этногенеза как формирование новой этнической структуры человечества.

Во второй половине прошлого века на основе системной динамики [1] и с помощью компьютерного моделирования была исследована природа глобальных проблем человечества, связанная с исчерпанием невозобновляемых ресурсов [2; 3]. В работе [2] не только показан общечеловеческий и эсхатологический характер глобальных проблем, но и установлено, что никакие технические или технологические нововведения не способны их решить. Поэтому, наблюдаемая в настоящее время глобализация социально-экономической и политической жизни, сопровождаемая формированием относительно единого мирового хозяйства являются не причиной, а следствием обострения этих проблем.

Однако наиболее важным выводом, сделанным в [2; 3], является утверждение, что избежать катастрофических последствий, связанных с глобальными проблемами, можно только изменив общечеловеческие представления о прогрессе, изменив критерии цивилизации. Существующая цивилизация является потребительской по своей природе цивилизацией, прежде всего потому, что основным критерием и современного капитализма и еще недавно строящегося в СССР и странах Восточной Европы социализма было стремление к наиболее полному удовлетворению растущих потребностей населения [4]. Стремительное сокращение в начале XXI века невозобновляемых сырьевых и энергетических ресурсов должно сопровождаться формированием цивилизации, характеризующейся не только новыми критериями прогресса, обеспечивающими устойчивость человечества, но и его реальным переходом к стереотипу устойчивого поведения [3]. В связи с этим, самой значительной проблемой является поиск такого стереотипа поведения и механизма его формирования у человечества.

Очевидно, что эта проблема может быть решена только научным путем, а без полученного с помощью теории общего решения любые политические или управленческие действия, основанные на умозрительных представлениях или на «здравом смысле», могут только ухудшить ситуацию.

Единственной, существующей в настоящее время полноценной дедуктивной теорией [5], способной решить указанную проблему, по нашему мнению, является теория этногенеза, созданная гениальным русским ученым двадцатого века Львом Николаевичем Гумилевым [6]. В теории этногенеза Л. Н. Гумилев раскрыл пути формирования у разных этносов различающегося стереотипа поведения. Под стереотипом поведения понимается статистически одинаковая реакция членов одного этноса на одно и то же внешнее воздействие.

Какой именно будет эта одинаковая реакция на внешнее воздействие, зависит от возможностей ландшафта, в котором существует этнос. Под ландшафтом Л. Н. Гумилев понимал всю совокупность природных связей между человеком и окружающей средой. Из сказанного следует, что этнос – природное явление, обладающее устойчивостью и пространственной ограниченностью, а поэтому может рассматриваться как локализованная система, имеющая ограниченную продолжительность существования – 1 300–1 500 лет. Столь значительная продолжительность существования этносов определяется тем, что под влиянием особенностей ландшафта, его возможностей и ограничений, у каждого из членов этноса и у всего этноса, в целом, формируется стереотип *устойчивого поведения*. Устойчивость в общем случае следует рассматривать, как способность объекта сохранять свое состояние под влиянием внешних воздействий и внут-

ренных изменений. Стереотип устойчивого поведения проявляется в том, что все члены этноса, специально не договариваясь, не просто статистически одинаково реагируют на одно и то же внешнее воздействие или внутреннее изменение, а поступают так, что их реакция обеспечивает сохранение этноса, как целого. Про этом допускается широкий спектр действий, направленных на компенсацию внешнего разрушающего воздействия, включая и героические поступки, связанные с жертвенностью [6]. Определяющее влияние ландшафта на специфичность стереотипа поведения этноса, с одной стороны, указывает на то, что у человечества, в связи с широким разнообразием его географического положения не может быть одного стереотипа поведения. С другой стороны, ландшафтная обусловленность порождает пространственную и временную его локализацию.

Теория этногенеза, созданная Л. Н. Гумилевым, является в полной мере дедуктивной, т.е. «аксиоматической» научной теорией, открывающей возможности для поиска общих решений для такого особого природного объекта, каким является человечество. Ее логическое основание составляют три фундаментальных принципа – принцип сохранения, принцип диссипации и антропный принцип. В ней выделяется энергоподобная характеристика состояния – *пассионарность* и подробно рассмотрены уровни пассионарности *P* как характеристики достигнутого порядка в этнической системе. Использование для этого не энтропии, а параметра порядка указывает на то, что теория этногенеза является первой научной теорией, направленной на формирование антропной модели реальности [5].

С позиций диссипативной модели реальности проблема обеспечения устойчивого развития человечества может быть сведена к обеспечению макси-

мального фазового разнообразия, как это вытекает из аналогии с правилом фаз Гиббса [5]. Аналогом фаз у человечества являются этносы. Как и фазы, этносы являются локализованными системами с ограниченным временем жизни.

По Гумилеву история человечества – это история его этнической структуры – история формирования, становления и исчезновения этносов. Взаимодействие этносов представляет собой процесс исторического развития человечества, неотъемлемой частью которого является преодоление проблем глобального масштаба. Следовательно, проблема формирования нового стереотипа устойчивого поведения человечества сводится к формированию его новой этнической структуры с необходимыми уровнями устойчивости и разнообразия.

Библиографические ссылки

1. Форрестер Д. *Мировая динамика*. М. : АСТ, 2003. 379 с.
2. Медоуз Д. Х., Медоуз Д. Л., Рэндерс Й., Беренс В. В. III. *Пределы роста. Сложное положение человечества*. М. : Изд-во МГУ, 1991. 208 с.
3. Медоуз Д. Х., Рэндерс Й., Медоуз Д. Л. *Пределы роста. 30 лет спустя*. М. : Академкнига, 2007. 342 с.
4. Шафаревич И. Р. *Две дороги – к одному обрыву*. М. : Айрис-пресс, 2003. 448 с.
5. Жереб В. П., Снежко А. А., Ивасев С. С. *Концепции современного естествознания* ; СибГАУ. Красноярск, 2009. 132 с.
6. Гумилёв Л. Н. *Этногенез и биосфера Земли*. М. : АСТ, 2001. 560 с.

© Краснопеев А. И., Карсаков А. В.,
Дмитриев И. А., 2012

УДК 008.2

В. В. Рульс

Научный руководитель – В. П. Жереб
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВЕЧНЫЙ ДВИГАТЕЛЬ ВТОРОГО РОДА И СТАНОВЛЕНИЕ II ЗАКОНА ТЕРМОДИНАМИКИ

С позиций второго закона термодинамики обсуждается роль «дармовых двигателей» – гидро-, ветро-, солнечных и др. аналогичных энергопреобразователей в становлении альтернативной энергетики и экологические последствия их широкого применения.

Невозможность создания вечных двигателей первого и второго рода, т. е. двигателей, совершающих работу либо без подвода энергии извне, либо со 100 % коэффициентом полезного действия, соответственно, является следствием I и II законов термодинамики и, в настоящее время, вошла в круг тех закономерностей, которые называются очевидными [1]. В самой общей форме эти закономерности сформулированы в двух фундаментальных принципах – принципе сохранения и принципе диссипации [2], относящейся ко всей реальности. Принцип сохранения утверждает, что в реальности можно выделить такую перманентную сущность (термин «сущность» в этом определении используется

для обозначения первопричины - как это было у Аристотеля [3]) которая не возникает из ничего и не исчезает бесследно, а переходит из одной формы в другую в эквивалентных количествах. Принцип диссипации утверждает, что указанные взаимные переходы форм перманентной сущности (энергии, вещества, капитала и т. п.) эквивалентны, но не симметричны, а осуществляются в преимущественном направлении от концентрированных форм к рассеянным формам в самопроизвольных процессах. Эти фундаментальные принципы крайне важны для поиска альтернативных источников энергии и создания экологической энергетики: энергия, как форма перманентной сущности не может возникать

из ничего – вечный двигатель I рода в реальности невозможен, но она не может и преобразовываться без рассеяния – также невозможен вечный двигатель II рода. Поскольку энергию из «ниоткуда» брать невозможно, теоретический вечный двигатель должен брать её из системы, в которой он помещён. Любой механизм черпает её «из разницы» температур, высот, давлений. На основании выводов С. Карно Р. Клаузиусом была получена формула, определяющая условия перехода теплоты Q в работу L при заданных температурных условиях, $L = Q(T_1 - T_2)/T_2$. Важен тот факт, что L будет всегда меньше 1 , т. е. всегда будет остаток теплоты ($Q-L$), который необходимо будет передать теплоприёмнику.

В соответствие с принципом диссипации взаимные эквивалентные переходы теплоты и работы в самопроизвольных процессах осуществляются преимущественно в направлении перехода работы в теплоту. Это значит, что всё разнообразие процессов, действий и работ, затрагивающих данные формы, приводит к накоплению теплоты в нашей вселенной. Результатом всего этого может быть только одно: энтропия как количественная характеристика (т. е. мера) однородности распределения энергии в замкнутой системе вселенной стремится к максимуму. Примером этого является присутствие в процессах преобразования энергии различных факторов диссипации, например трения, которые приводят к преобразованию части энергии в теплоту.

Всё вышесказанное подтверждает невозможность создания вечного двигателя II рода, но не устраняет зависимость человечества от источников энергии, в частности, от минеральных ресурсов. Казалось бы, эту проблему можно было решить, если будет "изобретён" вечный двигатель III рода, который будет работать, не противореча законам термодинамики, но «даром». В наиболее общем виде такой двигатель будет работать, используя естественный градиент окружающей среды: разницу давления во времени, разницу высот, разницу плотностей и т. п.

В связи с исчерпанием невозобновляемых энергетических ресурсов, возрос интерес к так называемым «дармовым» источникам энергии [4]. Иногда именно такие устройства называют «вечными двигателями III рода» и рассматривают как основу альтернативной или, иными словами, экологической энергетики. Действительно, если в достаточно высокой вентиляционной трубе установить крыльчатку, то за счет перепада давлений в приземной области и на высоте, в трубе будет постоянный поток воздуха, приводящий во вращение установленный вентилятор. Получится «почти» вечный двигатель! Так, в конечном итоге устроены все «дармовые» энергетические установки. Но, как было показано выше, фундаментальные научные принципы сохранения и диссипации с очевидностью показывают, что в реальности ничего не происходит «даром» – без затрат и рассеяния концентрированных форм энергии. Альтернативная энергетика, основанная на прямом преобразовании энергии природных стихий, при удовлетворении существующих энергетических потребностей человечества нанесет непоправимый экологический ущерб природе и человечеству. Такая тенденция обнаруживается уже в настоящее время при существ-

ующих, относительно малых, объемах использования таких энергетических установок. Не обсуждая известные негативные экологические последствия каскада гидроэнергетических сооружений на крупных реках России, отметим, что даже, казалось бы, безобидные ветроэнергоагрегаты, кроме локального влияния на скорость перемещения воздушных масс, создают опасный уровень звукового воздействия на окружающую среду – шум, в котором присутствует чрезвычайно опасных для всего живого инфразвук. Один этот факт накладывает ограничения на уровень единичной и суммарной мощности таких альтернативных источников энергии в общем энергопотреблении. Как было показано с помощью компьютерного моделирования [5], сохранение существующей тенденции роста энергопотребления человечества создает неразрешимые проблемы глобального характера, в том числе экологического свойства [6, 7]. Энергетические установки, использующие природные стихии для получения энергии, в настоящее время обладают еще одним, но весьма существенным ограничением. Плотность энергии, которую обеспечивают такие устройства без использования накопителей и аккумуляторов, исключает применение некоторых технологических процессов. Например, широко применяемые в промышленном производстве электросварочные технологии не могут реализовываться с использованием таких энергетических источников без применения аккумуляторов. А для распространенных в настоящее время электрических аккумуляторов режим короткого замыкания, составляющий основу электросварки, губителен – он резко сокращает их срок службы. Таким образом, развитие альтернативной энергетики без радикального сокращения энергопотребления в мировом промышленном производстве может не только не решить существующие проблемы, но и значительно их усугубить. Как показано в [6; 7], только изменение критерием прогресса и формирование стереотипа устойчивого поведения человечества могут обеспечить перспективы его недраматического развития.

Библиографические ссылки

1. Пригожин И., Кондепуди Д. *Современная термодинамика. От тепловых двигателей до диссипативных структур*. М. : Мир, 2002. 461 с.
2. Жереб В. П., Снежко А.А., Ивасев С. С. *Концепции современного естествознания ; СибГАУ. Красноярск, 2009. 132 с.*
3. Аристотель. *Сочинения : в 4 т. Т. 2. Категории*. М. : Мысль, 1978. С. 51–90.
4. Патури Ф. Р. *Зодчие XXI века. Смелые проекты ученых, изобретателей и инженеров*. М. : Прогресс, 1979. 349 с.
5. Тарко А. М. *Антропогенные изменения глобальных биосферных процессов. Математическое моделирование*. М. : Физматлит, 2005. 232 с.
6. Медоуз Д. Х. Медоуз Д. Л., Рэндерс Й., Беренс В. В. *III. Пределы роста. Сложное положение человечества*. М. : Изд-во МГУ, 1991. 208 с.
7. Медоуз Д. Х., Рэндерс Й., Медоуз Д. Л. *Пределы роста. 30 лет спустя*. М. : Академкнига, 2007. 342 с.

А. С. Филиппов
 Научный руководитель – В. П. Жереб
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПОЧЕМУ КВАНТОВАЯ МЕХАНИКА НЕ ЯВЛЯЕТСЯ «ПОЛНОЙ ТЕОРИЕЙ»?

Показано, что появление квантовой механики было связано с невозможно исчерпывающе описать состояние всех объектов микромасштаба реальности с использованием привычных для классической физики пространственных и временных представлений.

Близкие по природе проблемы возникли в классической физике при интерпретации экспериментальных результатов, полученных при изучении строения атома, т. е. при переходе к микромасштабу реальности. К началу XX века в классической физике существовала только одна модель атома – «пудинг с изюмом», предложенная и названная так английским физиком Дж. Дж. Томсоном после открытия им отрицательно заряженной элементарной частицы – электрона. В соответствии с этой моделью, атом любого вещества состоял из положительно заряженной матрицы – «пудинга», равномерно распределенного по сфере диаметром приблизительно 0,1 нм, в котором для соблюдения электронейтральности «плавают» «изюм» – отрицательно заряженные электроны. Их колебания возбуждают в пространстве электромагнитные волны.

Открытие и изучение радиоактивного излучения, обнаруженного у некоторых природных минералов, подсказало английскому физiku Э. Резерфорду идею использовать одну из его составляющих – α -излучение – для исследования строения атома. Поскольку α -частицы представляют собой положительно заряженные ионизированные ядра гелия, их поток не должен проходить даже через очень тонкую пластинку (фольгу) твердого вещества: в соответствии с моделью Томпсона, они будут отталкиваться от положительно заряженной основной массы атома при приближении к поверхности твердого вещества.

Результаты выполненного экспериментального исследования полностью не соответствовали этим предположениям. Эксперименты показали, что во-первых, фольга всех исследованных веществ оказалась почти полностью прозрачной для α -частиц – основной их поток проходил через фольгу практически без отклонения от своего основного направления; во-вторых, наблюдается незначительное количество рассеянных α -частиц, число которых падает с увеличением угла рассеивания.

Оценив соотношения количества рассеянных α -частиц и прошедших через вещество, Э. Резерфорд в 1911 году предложил «планетарную» модель атома, в соответствии с которой внутри атома имеется положительно заряженное ядро с зарядом $+Ze$, вокруг которого вращаются Z электронов с отрицательным зарядом $-Ze$; почти вся масса атома сосредоточена в ядре, размеры которого меньше, чем 10–14 м, чем и объясняется прозрачность вещества для α -частиц. Только такая модель полностью соответствовала всем имеющимся экспериментально установленным фактам.

Однако хорошо экспериментально обоснованная планетарная модель строения атома в соответствии с классической электродинамикой должна быть неустойчивой! Из уравнений Максвелла следовало, что точечный заряд, двигающийся с ускорением, т. е. находящийся под действием силы, должен рассеивать свою энергию в виде электромагнитного излучения. Это значит, что электроны, вращаясь вокруг ядра по криволинейным траекториям, должны, излучая электромагнитные волны, терять свою кинетическую энергию и в итоге упасть на ядро. Ничего подобного с реальными атомами вещества не происходит. Так возникло противоречие между классической физикой и экспериментом при интерпретации явлений микромасштаба реальности, которое завершило эпоху господства классической физики и положило начало новому этапу ее развития [1].

Квантовая теория строения атома водорода была предложена в 1913 году выдающимся датским физиком – теоретиком Н. Бором. В основу своей теории Н. Бор положил три постулата.

Постулаты Бора, находясь в полном противоречии с классической механикой и электродинамикой, были экспериментально подтверждены спектроскопическими исследованиями атома водорода. Можно сказать, что поведение элементарных частиц в микромире уже нельзя было в полной мере описывать с помощью абстрактного объекта классической физики – материальной точки.

Наиболее ярко эти ограничения выражаются принципом неопределенности В. Гейзенберга, который с помощью мысленного эксперимента показал, что при описании состояния микрочастицы возникают принципиальные ограничения: невозможно одновременно с высокой точностью определить координату и импульс микрочастицы. Погрешность совместного определения этих характеристик состояния не может быть меньше соотношения неопределенности

$$\Delta x \cdot \Delta p \geq \hbar, \quad (1)$$

где Δx и Δp – погрешности в определении координаты и импульса соответственно; \hbar – постоянная Планка.

Таким образом, было показано, что состояние всех объектов микромасштаба реальности невозможно исчерпывающе описать с использованием привычных для классической физики пространственных и временных представлений.

Для интерпретации спектров многоэлектронных атомов и поведения микрочастиц в 1924 году французский физик Луи де Бройль предложил использо-

вать выражение для плоской волны. Так в естествознании вошел парадоксальный симбиоз – своего рода кентавр теоретической физики, абстрактный объект частица–волна, который выражает попытку устранить указанную ограниченность абстрактных объектов классической физики неким симбиозом материальной точки и поля. Это представление получило название корпускулярно-волнового дуализма.

В настоящее время для описания состояния электронов в атоме используют введенную австрийским физиком В. Шредингером Ψ -функцию (пси-функцию), которая не имеет аналогов в привычном нам макромире. Было показано, что ее квадрат Ψ^2 пропорционален вероятности нахождения микрочастицы в данной точке пространства. Поэтому Ψ -функцию рассматривают как амплитуду этой вероятности в волновом уравнении Шредингера, аналогичном уравнению плоской волны [1].

Непримиримым и категорическим противником такого подхода был А. Эйнштейн [2]. Он считал неприемлемым вероятностное описание состояния любого объекта физической реальности, в том числе

электрона. Одним из принципиальных аргументов А. Эйнштейна было заявление «Бог не играет в кости!» Однако до настоящего времени большая часть физиков настаивает на том, что в этом образе выражается природный дуализм реальности. Этому способствуют эксперименты, которые показывают проявление одновременно и волновых (дифракции и интерференции), и корпускулярных свойств как отдельных микрочастиц, так и их поведения в потоке.

Библиографические ссылки

1. Ландау Л. Д., Лифшиц Е. М. *Квантовая механика (нерелятивистская теория)*. М. : Физматлит, 2004.
2. Эйнштейн А. Подольский Б., Розен Н. *Можно ли считать, что квантово-механическое описание физической реальности является полным? // Успехи физ. наук.* (1936). Т. 16. № 4. С. 440–446.

© Филиппов А. С., 2012

УДК 614.2

Я. А. Александрова, К. А. Лоленко
Научный руководитель – В. А. Козловская
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФИЛОСОФИЯ КОСМОСА В РУССКОМ МУЗЫКАЛЬНОМ ТВОРЧЕСТВЕ

Авторы раскрывают философию космоса в русском музыкальном творчестве на основе анализа текстов песен. При прочтении работы можно приобрести дополнительные фоновые знания, которые помогут уяснить тесную взаимосвязь философии космоса в музыке с окружающей действительностью.

Музыкальное искусство всегда являлось социально-исторической формой отображения действительности [1]. Покорение космоса предоставило русским музыкантам немало стимулов для вдохновения. О космосе написаны десятки популярнейших песен, он стал основной темой многих альбомов [2]. Таким образом, сложилась своеобразная философия космоса в русском музыкальном творчестве.

В ходе исследования были выявлены особенности философии космоса в русском музыкальном творчестве на разных периодах его развития на основе анализа образов «Земля», «Космос», «Человек/человечество», «Образ героя», «Родина». В качестве материала для изучения рассматриваются песни о космосе 60-х годов («К дальним планетам!», «К звездам», «Знаете, каким он парнем был», «Я – Земля»), современные космические песни (песни группы Reaktivz и группы Lesnikov-16) и поп-песни с космической тематикой («SOS» Сергей Скачков, «Космос» Тату, «Гагарин, я вас любила» Ундервуд). В результате проведенной работы были сделаны следующие выводы.

Во-первых, восприятие образа «Земля» существенно различается в разных периодах музыкального творчества. В 60-е годы, когда Советский союз начал осваивать космическое пространство, образ «Земля» тождественен образу «Матушки», о чем свидетельствуют строки о тоске по планете («Покидаем мы Землю родную»). Тексты песен стремятся прославить планету на всю Вселенную («На пыльных тропинках далеких планет останутся наши следы»), так как человечество гордится ею. Напротив, в современных космических песнях человечество больше стремится отдалиться от Земли, всё чаще задумываясь о том, что хранят в себе просторы космоса и что может ждать человека за пределами цивилизации.

Во-вторых, исследуя образ «Космос», было обнаружено, что во всех текстах присутствует тема «единения космоса и человека». Следует отметить, что если в 60-е годы человечество стремилось к единению с космосом, то в современных песнях (как в космических, так и в поп-музыке) космическая материя сама преисполнена желанием объединиться с человечеством в единое целое («Космический туман, Нас в путь зовет!»).

Следует отметить, что песни 60-х годов наполнены оптимизмом, так как человечество гордится своими первыми успехами в освоении космоса («Дней замечательных этих Мир не забудет вовек. Звёздной дорогой в ракете Мчится земной человек!»). Что касается современных песен, то они пессимистичны. Особенно это относится к поп-музыке, в которой можно наблюдать мотивы возвеличивания космоса и невозможности постижения внеземного («За звезду – полжизни, За луну – свободу. Я целую небо, А оно льет воду»).

В-третьих, изучая образ «Человек/человечество» в русском музыкальном творчестве, было обнаружено, что в текстах песен 60-х годов отражена вера в мощь советского человека, в его потенциал и возможности («Звёздной дорогой в ракете Мчится наш человек!»). Напротив, современные космические песни и современная поп-музыка в большей степени сосредоточены на судьбе всего человечества («Появившись на свет искусственно, Человеческой расе я явился помочь!»; «Искусственный Клон человеческой Расы Призван спасти Угасающий Мир»). Таким образом, современная музыка сосредоточена не на человеке, а на человечестве.

Ещё одним важным мотивом в русском музыкальном творчестве является образ героя. Авторами работы было замечено, что героизм, смелость, бесконечная любовь к Родине и бессмертие космических героев в сердцах людей воспеваются в текстах песен различных периодов русского музыкального творчества.

Особый интерес для исследования представляет образ Гагарина. Если в песнях 60-х и отчасти в современных космических песнях Гагарин воспринимается исключительно как «памятник», то в поп-музыке Юрия Гагарина все чаще начинают воспринимать как живого человека («Как будто правда, что Млечный Путь/Господь спустил ему на лампы. Его погоны горят, как ртуть,/Он так прекрасен, что нас колбасит»).

Также важным для исследования является восприятие образа «Родина». Если в песнях 60-х годов образ «Родина» употребляется в узком смысле, то есть только по отношению к СССР («Нас к звёздам ведёт и на подвиг зовёт созвездье Кремля!»), то в современных космических песнях и в поп-музыке данный кон-

цепт расширяет свое значение и используется применительно ко всей планете Земля. Первый факт связан с тем, что СССР проводил жесткую идеологическую политику, направленную на воспитание в советском человеке чувства любви к «стране трудовой», а второй факт можно объяснить возникновением планетарного мышления вследствие глобализации всех сфер жизни современного общества.

Таким образом, музыкальная культура является непосредственным отражением мировоззрения определенной эпохи. Это мы и смогли увидеть на примере текстов песен, посвященных космической тематике.

Главной особенностью философии космоса периода 60-х годов в музыке являлось то, что она формировалась под влиянием советской идеологии. Композиторы 60-х годов «как бы» верят (или их под идеологическим давлением государство заставляет верить) в неограниченность возможностей человека, в личность, способную освоить космос, в великую трудовую страну СССР. Песни 60-х, рассказывающие о первопроходцах Космоса, о великой державе, с помощью динамичного звукового потока выражают энергию духа советских людей – покорителей Космоса: инженеров, рабочих, испытателей, космонавтов. В музыке неслась энергия, выражавшая мощь СССР, устремленного в будущее.

Философия космоса в современной музыке несколько иная. В отличие от песен периода 60-х годов, наполненных патриотизмом, оптимизмом и верой,

современные песни о космосе более пессимистичные. Тексты песен наполнены поисками внеземных цивилизаций, подавленностью, скукой и стремлением вырваться из «земной клетки». Можно говорить о том, что музыка о космосе этого периода отражает состояние современного российского общества, для которого депрессия и стремление человека вырваться за пределы собственной среды обитания стали частью культуры.

Философия космоса различна на разных этапах становления русского музыкального творчества. Одно объединяет песни всех периодов – это стремление к постижению неизведанного. Нечто, содвигающее нас на такие высокие цели – это звезды. Они освещают и будут освещать наш тернистый путь во все времена. «Per aspera ad astra». Именно этим девизом руководствовались наши космонавты, покоряя необъятные космические просторы.

Библиографические ссылки

1. Афанасьева А. Б. Гармония космических миров в музыке [Электронный ресурс]. URL: http://pedagogika-cultura.narod.ru/private/Articles/N_2011/Afanasyeva_.htm.

2. Каневский Е. А. Космос в музыке: не рокот космодрома [Электронный ресурс]. URL: BBCRussian.com.

© Александрова Я. А., Лоленко К. А., 2012

УДК 614.4

Я. А. Александрова
 Научный руководитель – А. В. Лонин
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФИЛОСОФИЯ КОСМОСА В РУССКОМ И НЕМЕЦКОМ МУЗЫКАЛЬНОМ ТВОРЧЕСТВЕ

Автор раскрывает особенности философии космоса в русском и немецком музыкальном творчестве на основе анализа текстов песен. В исследовании показаны различия в восприятии космоса в русской и немецкой культурах.

Музыкальное искусство всегда являлось социально-исторической формой отображения действительности [1]. Покорение космоса в свою очередь предоставило музыкантам немало стимулов для вдохновения [2]. О космосе написаны десятки популярнейших песен, он стал основной темой многих альбомов. Таким образом, сложилась философия космоса в музыкальном творчестве, имеющая свои особенности в каждой отдельной культуре.

В нашей стране космическая музыка начала свое шествие в далекие шестидесятые, идя рука об руку вместе с последними космическими достижениями. После полета Гагарина появилось еще больше песен о космосе, которые восхваляли небывалую мощь человека, героизм космонавтов и прославляли СССР. К космосу не осталось равнодушной и немецкая музыка, несмотря на то, что Германия не совершала грандиозных космических прорывов. У немецкого народа сложилось свое восприятие космоса, существ-

венным образом отличающееся от русского.

Научная новизна данной работы заключается в том, что будут выявлены особенности философии космоса в русском и немецком музыкальном творчестве на основе анализа концепта «Космонавт» и концепта «Космос». В качестве материала для изучения берутся русские («К дальним планетам!», «К звездам», «Знаете, каким он парнем был», «Я – Земля»; «Космонавт Панченко» Lesnikov-16; «SOS» Сергей Скачков, «Гагарин, я вас любила» Ундервуд) и немецкие («Astronaut» Anna Depenbusch, «Der Lustige Astronaut» Die Ärzte, «Major Tom» Peter Schilling, «Astronaut» Unheilig, «Astronaut» Christina Stürmer) песни.

Следует отметить, что восприятие концепта «Космонавт» существенно различается в русских и немецких песнях.

В текстах песен русского музыкального творчества космонавт преподносится как герой - памятник, как пример для подражания и восхищения. Делается

акцент на смелости и патриотизме космических героев («Ведь смерть он победил!», «И ценою своей жизни Потушил пожар»). Песни звучат возвышенно и торжественно («На руках весь мир его носил», «Людам свет, как Данко, нес», «Сын Земли и звёзд»). Однако сегодня намечается новая тенденция в развитии русской космической музыки: космонавта постепенно перестают воспринимать как памятник. Группа Ундервуд в песне «Гагарин, я Вас любила» впервые взглядела в Гагарине обычного живого человека («Он так прекрасен, что нас колбасит!»), которым восхищались миллионы женщин.

В текстах немецких песен образ космонавта более многогранный, чем в русских песнях. Космонавт – это герой, ищущий приключения: «Du träumst von Abenteuern mit Ungeheuern Aliens und Drachen und all solchen Sachen» («Ты мечтаешь о приключениях с чудовищами, инопланетянами и драконами»). Кроме того космонавт предстает в образе мученика, отшельника, не принадлежащего Земле и осознающего свою исключительность: «Denn Dich hält nichts Dir gefällt nichts Und Du willst nichts vermissen Was hat denn bloß Dein Herz so verschlissen?» («Тебя ничто не держит, Тебе все чуждо, И тебя ничто не привязывает. Так что же тогда так износило твое сердце?»). Также космонавт – это повелитель, сумевший возвыситься над обычными людьми и опекающий их: «Ich bin hier Ich bin hier bei dir Dein Astronaut Es fällt so leicht dir zuzusehen Es fällt so leicht dich zu verstehen Ich sehe dir zu vom Weltraum» («Я здесь. Я здесь с тобой. Твой Космонавт. И для меня так легко за тобой наблюдать, И для меня так легко тебя понимать, Потому что я вижу тебя с космоса»). Наконец, космонавт – это простой человек: «Ich Bin So Ein Lustiger Astronaut Und Ich Singe Ein Lied» («Я такой счастливый космонавт и я пою эту песенку»). Тема героизма практически не прослеживается в немецкой музыке о космосе.

Таким образом, для русских людей космонавт – это в первую очередь герой, который свято любит Родину. Для немцев этот образ гораздо богаче. Такое различие можно объяснить проводимой идеологической политикой СССР, который стремился воспитать нового советского человека. Правда, после распада СССР образ космонавта в музыке существенно обогатился.

Концепт «Космос» в русских и немецких песнях также представлен различным образом.

В русских песнях космос воспринимается через призму научно-технического прогресса, который несет перемены в жизни людей: «Люди, Ракеты, Прогресс, Космонавтика», «Пилотируемый Космос Звезды, Астрокорабли». Напротив, в немецких песнях восприятие космоса упрощено. В немецкой музыке космос – это материя, пространство, включающее

время, звезды, свет, другие планеты: «Schwerelos im leeren Raum Das Licht voll Sternenstaub» («Невесомый в пустом пространстве свет наполнен звездной пылью»); «Sterne ziehen an mir vorbei» («Звезды проплывают мимо меня»); «Du fällst durch Zeit und Raum» («Ты летишь сквозь время и пространство»). Кроме того тема поисков внеземной жизни в космосе характерна только русскому музыкальному творчеству.

Ещё одним важным мотивом и в русской, и в немецкой музыке является тема покорения космических просторов. В русских песнях 60-х годов и в некоторых современных песнях покорение космоса представляется возможным: «Мы спорим со скоростью света! Мы к сердцу Вселенной летим». Немецкое музыкальное творчество на протяжении всего периода своего существования утверждает, что космос сложно постигнуть земному человеку, так как космос – это вечная тайна: «Wir können nur hoffen, dass wir nicht in einem schwarzen Loch verloren gehen» («Мы можем только надеяться, что не потеряемся в черной дыре»); «doch du kommst nicht zu den Sternen hin weil die Sterne so unerreichbar sind» («вряд ли мы сможем когда-либо добраться до этих недостижимых звезд»).

Таким образом, можно констатировать, что концепт «Космос» в русской музыке воспринимается более сложно. Это объясняется тем, что СССР в отличие от Германии был передовой космической державой, которая первая осуществила выход в космическое пространство.

Итак, главной особенностью философии космоса в русском музыкальном творчестве являлось то, что она формировалась под влиянием идеологической политики государства и космических достижений. Русская философия космоса в музыке – это вера в неограниченность возможностей человека, в личность, способную освоить космос, создать прекрасный новый мир, вера в научно-технический прогресс. Философию космоса в немецком музыкальном творчестве отличают богатый образ космонавта и пессимистический подход к проблеме освоения космоса. Эти факты объясняются тем, что немецкая философия космоса формировалась более свободно и не была обусловлена успехами Германии в освоении космоса.

Библиографические ссылки

1. Афанасьева А. Б. Гармония космических миров в музыке [Электронный ресурс]. URL: http://pedagogika-cultura.narod.ru/private/Articles/N_2011/Afanasyeva.htm.

2. Каневский Е. А. Космос в музыке: не рокот космодрома [Электронный ресурс]. URL: BBCRussian.com.

© Александрова Я. А., 2012

Н. А. Безъязыкова
Научный руководитель – И. И. Валишина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МЕСТО ЧЕЛОВЕКА ВО ВСЕЛЕННОЙ В КОНЦЕПЦИИ ТРАНСГУМАНИЗМА

Мир изменяется, увеличивается темп научно-технического прогресса, развиваются такие технологии, как генная инженерия и кибернетика. В ответ на это в конце XX-го столетия возникло новое прогрессивное мировоззрение – трансгуманизм.

Трансгуманизм – рациональное мировоззрение, основанное на осмыслении достижений и перспектив науки, которое признает возможность и желательность фундаментальных изменений в положении человека с помощью передовых технологий с целью ликвидировать страдания, старение и смерть и значительно усилить физические, умственные и психологические возможности человека. Многие трансгуманисты считают себя транслюдьми, поскольку возможности человеческого тела и разума уже значительно увеличились благодаря использованию множества современных инструментов. Термин «трансчеловек» (transhuman) означает «переходный человек». Трансчеловек – это некто, активно готовящийся стать постчеловеком. Некто, достаточно информированный, чтобы увидеть в будущем радикально новые возможности, готовящийся к ним и использующий все существующие возможности для самоулучшения. Многие трансгуманисты хотят стать постлюдьми. Постчеловек (posthuman) – это потомок человека, модифицированный с помощью новейших и будущих технологий до такой степени, что с современной общепринятой точки зрения уже не является человеком [1].

Близкие к трансгуманизму идеи высказывались задолго до широкого распространения самого термина «трансгуманизм». Остановимся на некоторых из них.

Главное в учении Николая Федоровича Федорова – преодоление смерти, смертности и воскрешение во всей полноте телесного и духовного бытия всех ранее живших. Победа над смертью должна свершиться при участии творческих усилий и труда объединившегося в братскую семью Человечества. Сам человек должен измениться. Его органы будут преобразованы душевно-телесными явлениями. Человечество научится воссоздавать людей из самых первоначальных веществ, атомов, молекул. Перед восстановленным во всей полноте человеком лежит путь к освоению всего космического пространства. Человек будет способен жить во всех средах, принимать всякие формы и быть в гостях во всех мирах, как самых отдаленных, так и самых близких [2].

Константин Эдуардович Циолковский писал: «Планета есть колыбель разума, но нельзя вечно жить в колыбели». Эти пророческие слова все больше находят подтверждение в стремительном развитии науки. Циолковский считал, что разрешить проблему будущего развития человечества и его жизнеспособности в целом можно лишь путем сохранения всех накопленных видов генотипов. Для этого, естественно, необходимо жизненное пространство, но Земли

для этого явно недостаточно. Экспансия в Космос – это реальный и единственный путь решения будущих проблем человека, и это общество должно осознать уже сегодня [3].

Свой образ модифицированного, преобразованного человека создал Фридрих Ницше, назвав его сверхчеловеком. По его мнению, сверхчеловек – это новый, более высокий биологический вид, превосходящий Homo Sapiens. Он как «идеалистический» тип высшей породы людей, как «полусвятой», как «полугений». Сверхчеловек должен быть создан путем усовершенствования, строгого отбора и сознательного воспитания людей. Он обязан соединить в себе качества, до сих пор несоединимые: мощная воля, увлечение, гордость, жизнерадостность, чувственность, себялюбие, инстинкт войны и завоевание, а также творчество, созидание другого, умение раздавать и дарить, жертвовать собой. Сверхчеловек ориентирован на идеал радикального и многомерного освобождения человека посредством самотворения – овладения его им же пробужденными иррациональными силами [4].

Трансгуманизм – это мировоззрение, способное открыть новые пути для понимания места и роли человека во Вселенной. Основан он на том, что вид Homo Sapiens является не концом, а, скорее, началом эволюции. С точки зрения трансгуманизма в ближайшем будущем человек столкнется с возможностью настоящего искусственного разума. Будут созданы новые инструменты познания, которые объединят в себе искусственный интеллект с новыми видами интерфейсов. С помощью передовых технологий в недалеком будущем станет возможным замещение биологических органов человека более эффективными искусственными, это поможет ликвидировать болезни, страдания, старение и смерть и значительно усилить свои физические, умственные и психологические возможности. Модификация тела человека позволит расширить сферы существования человечества: выйти в ближний и дальний космос, освоить океана и межзвездное пространство. У людей появится возможность жить неограниченно долго, что означает наступление эры практического бессмертия человека. Предполагается возможное форсирование эволюции человеческой расы, вплоть до непосредственного вмешательства в генотип [1; 5].

Проблемным полем исследования трансгуманизма как мировоззрения является понимание принципов единства мира и принципов дуализма (а именно – антропоцентризма).

В настоящее время происходит активное осмысле-

ние практически всех сторон действительности с трансгуманистических позиций. Все большее число ученых, философов и социальных мыслителей разделяют идеи трансгуманизма. Во всем мире создаются трансгуманистические организации: Российское трансгуманистическое движение, Всемирная трансгуманистическая ассоциация, Всемирный культурный центр трансгуманизма, Всемирная Ассоциация Трансцендентального Трансгуманизма, Стратегическое общественное движение «Россия 2045».

Появление трансгуманизма подготовлено всем ходом научно-технического и культурного прогресса и открывает перспективы удовлетворения самых сокровенных, самых глубинных желаний человека.

Библиографические ссылки

1. Что такое трансгуманизм // Сайт Российского трансгуманистического общества. URL: <http://www.transhumanism-russia.ru>

2. Режабек Б. Г., Кузьминов А. А. Трансгуманизм: Федеров. URL: <http://rtd2.pbworks.com/w/page/5476443/%D0%A4%D1%91%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B2>.

3. Иванов В. А., Флоров В. И. Земля – колыбель разума, Космос – его ноосфера // Научные чтения памяти К. Э. Циолковского. URL: <http://www.readings.gmik.ru/lecture/2008-ZEMLYA---KOLIBEL-RAZUMA-KOSMOS---EGO-NOOSFERA>.

4. Ницше: сверхчеловек // Сайт «Философия жизни». URL: <http://www.5lf.ru/nitsshe-sverhchelovek.html>.

5. Удалова В. В. О преемственности идей космизма и трансгуманизма // Научные чтения памяти К. Э. Циолковского. URL: <http://readings.gmik.ru/lecture/2007-O-PREEMSTVENNOSTI-IDEY-KOSMIZMA-I-TRANSGUMANIZMA>.

© Безъязыкова Н. А., 2012

УДК 004.5

А. Н. Болгов

Научный руководитель – Н. В. Фомина

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ «ЧЕЛОВЕК-КОМПЬЮТЕР»

Рассмотрены методы искусственного интеллекта, позволяющие упростить процесс взаимодействия человека и компьютера.

Взаимодействие «человек-компьютер» в свете прогресса информационно-коммуникационных технологий, с одной стороны, и возросших потребностей общества в гуманизации технической реальности, – с другой является актуальным объектом философского анализа [1]. В связи с тем, что человек и компьютер «общаются» на разных языках, для их взаимодействия требуется некоторое промежуточное звено, переводящее человеческий язык в набор понятных компьютеру числовых значений, и наоборот. Подобная прокладка называется интерфейсом. Компьютер, получая информацию от человека посредством различных устройств ввода, воздействует на анализаторы органов чувств человека, воспроизводя тем самым ответную реакцию на его действия. Для того чтобы упростить процесс взаимодействия человека и компьютера, применяются различные методы искусственного интеллекта. Основной задачей для подсистем искусственного интеллекта является распознавание образов. Решение этой задачи позволяет уменьшить степень влияния механических устройств ввода для передачи данных компьютеру, поскольку в качестве источника информации будет выступать и сам человек.

Интерфейс взаимодействия любой системы главным образом зависит от количества и разнообразия входных и выходных устройств и каналов связи, при помощи которых пользователь взаимодействует с системой. Существует несколько основных каналов взаимодействия, основанных на различных человеческих чувствах: визуальный канал, звуковой канал и

тактильный (сенсорный) канал [2]. Визуальный канал взаимодействия – один из наиболее распространенных способов общения компьютера и человека. Основные исследования в данной области затрагивают следующие вопросы: анализ мимики лица человека, отслеживание движения тела, распознавание жестов, отслеживание взгляда пользователя. Другим важным каналом взаимодействия является звуковой канал. Основным источником информации в звуковых системах являются различные аудио-сигналы. Направлением исследования в рамках данной области: распознавание речи, распознавание диктора, звуковой анализ эмоций человека, музыкальное взаимодействие. Канал взаимодействия на основе сенсорных устройств имеет множество различных проявлений в огромном числе сфер применения. Существует множество различных датчиков, обеспечивающих различные механизмы взаимодействия: перьевые интерфейсы, мышь и клавиатура, джойстики, датчики отслеживания движения, тактильные датчики, датчики давления, датчики вкуса и запаха.

«Мультиагентные» системы могут быть использованы для объединения систем, базирующихся на визуальном, звуковом и тактильном каналах взаимодействия [3]. В идеале такая система должна совмещать в себе все преимущества каждой из одноканальных систем, однако существуют определенные ограничения в отдельных элементах таких систем. Эти ограничения могут быть связаны с физическими ограничениями человека, например, немота. При этом этот

недуг не помещает человеку взаимодействовать с «мультиагентной» системой, поскольку звуковой канал не является единственным источником информации для системы. Интересным аспектом «мультиагентных» систем является внутреннее взаимодействие систем, позволяющее более эффективно справляться с поставленной задачей. Например, отслеживание движения губ (визуальный канал) улучшает работу механизма по распознаванию речи (звуковой канал), а он в свою очередь помогает системе распознавания жестов (визуальный канал). «Мультиагентный» подход предоставляет целый ряд преимуществ в сравнении с традиционными интерфейсами. Такой подход позволяет сделать взаимодействие «человек-компьютер» максимально естественным для человека. Другим преимуществом «мультиагентного» подхода заключается в адаптивной способности одинаковым образом взаимодействовать с разными пользователями в различных условиях.

Разработка интерфейса взаимодействия человека и компьютера является основным этапом проектирования любой компьютерной системы. Качество системы будет зависеть от того как она будет представлена пользователю и насколько ему будет с ней удобно взаимодействовать. Задачи распознавания образов различных каналов коммуникации (видеозаписи и

фотографии, звуковые фрагменты речи и т. д.) позволяют упростить, а в некоторых случаях и вовсе избавиться от непрактичных устройств ввода информации. «Мультиагентный» подход, который интегрирует методики по распознаванию различных образов для решения общей задачи, позволяет превратить это взаимодействие в естественную для человека деятельность. Возможно это благодаря имитации компьютером процесса восприятия человека, что позволяет ему реагировать на любые действия пользователя. Подобные системы могут стать основой для более продвинутых систем виртуальной реальности.

Библиографические ссылки

1. Островский А. М. Социально-философские основания гуманизации человека-компьютерного взаимодействия (Опыт междисциплинарного исследования). М.: Издатель Островский А. М., 2010. 583 с.
2. Jaimes A., Sebe N. Multimodal human computer interaction: a survey, // *Computer Vision and Image Understanding*, 2007. P. 116–134.
3. Russel S., Norvig P. *Artificial intelligence: a modern approach*. New Jersey, USA: Prentice Hall, 2006. 1408 p.

© Болгов А. Н., 2012

УДК 001 004.056

К. И. Болотов, А. В. Семашко, А. В. Гуменникова
 Научный руководитель – Н. В. Фомина
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Рассмотрено понятие сущности информации как одной из методологических проблем информационной безопасности современного общества и представлены подходы к изучению проблем информационной безопасности.

Современное общество вступает в качественно новый этап своего развития, что проявляется в стремительном росте техносферы и обновлении всего производственного процесса за счет автоматизации и роботизации, совершенствовании ресурсной базы производства на основе информатизации, всестороннем использовании знаний. Информационно-телекоммуникационные технологии проникают во все сферы деятельности, открывая совершенно новые возможности для общественного прогресса. Очевидно, что в информационном обществе становится актуальной проблема информационной безопасности. Взаимодействие сознания и бытия теперь существует в общем пространстве информационных потоков, в которых уже слабо различается по моральным нормам «хорошее» и «плохое», в то время как негативные процессы могут маскироваться в объективно-нейтральные формы своей реализации. В результате такой «подмены», общество не только запаздывает с решением проблемы своей идентичности в постоянно меняющемся мире и не может вовремя ответить на различные вызовы, угрожающие его существованию, но даже не в

состоянии адекватно воспринять и осмыслить эти вызовы и угрозы.

Одной из существенных методологических проблем информационной безопасности современного общества является выяснение сущности информации. В специальной научной, юридической и философско-социологической литературе имеется целый спектр различных интерпретаций информации.

С позиций философии информация представляет собой отражение объектов материального мира в человеческом сознании или упорядоченное отражение реальной действительности.

Согласно этому определению информация содержит в себе элементы как материального, так и идеального. Она представляет собой обмен сведениями между людьми, передачу «сигналов» между человеком и техническим устройством, обмен «сигналами» в животном и растительном мире, передачу признаков биологических организмов на клеточном и генетическом уровнях и т. д.

Сущностное, базовое понимание информации было дано основателем кибернетики Н. Винером: «ин-

формация – это содержание полученного из внешнего мира в процессе приспособления к нему чувств».

Исходя из этого определения, собственно сведения еще не являются информацией в ее сущностном понимании. Только, участвуя в процессе обмена между «источником» и «адресатом», сведения о чем-то (отражение объективной реальности) приобретают признаки информации.

С точки зрения информатики под информацией следует понимать меру неопределенности (энтропии) того или иного объекта или события, явления; степень снятия неопределенности знаний о них.

Как следствие, диапазон определений информации простирается от четкой и лаконичной – «мера снятия неопределенности» до универсальной первоосновы Вселенной – «фундаментальный генерализационно-единый безначально бесконечный законопроект автосилляционного, резонансо-сотового, частотно-квантового и волнового отношения, взаимодействия в пространстве и времени» [1].

Все это свидетельствует о том, что понятие информации является многозначным, а многообразие его толкований отображает весьма сложный характер реального мира, затрудняя выработку решений проблемы обеспечения информационной безопасности общества.

Феномен безопасности на всех этапах развития человеческого сообщества никогда не утрачивал своей актуальной практической значимости, имея не только разные формы проявления, но и различное содержание и смысл. При этом переход от одной фазы развития общества к другой представляет собой определенную системную перестройку. А переход на новый системный уровень (в сфере общественных взаимоотношений, в сфере жизнедеятельности, в сфере миропонимания) непосредственно связан с выработкой новых системных свойств безопасного развития. Причем, как свидетельствует синергетика, этот переход сопровождается возникновением особого состояния неопределенности, нестабильности и появлением различного рода опасностей и угроз. В истории человечества периоды такого развития выражаются в насильственных формах войн, конфликтов, революций и т. д. «Все это, – по словам Р. Г. Яновского, – подтверждает необходимость новой концепции безопасности, изменения философии социума, нового видения расширяющихся возможностей человека» [2].

Традиционно существуют два наиболее общих подхода к изучению проблем безопасности и практик ее обеспечения. Первый – узкий или практический – связан с исследованием конкретных проблем разработки технологий проведения эффективных операций по защите референтного объекта или обеспечению его безопасности. С этих позиций необходимо создать модель описания угроз, включив в нее как традиционные, так и нетрадиционные (новые) угрозы, на ее основе разработать технологию обеспечения безопасности, а также сравнить эффективность различных средств и технологий для достижения непосредственных целей – главным образом тактических [3]. Второй подход – широкий или академический – специфика его заключается в исследовании проблем безопасности в широком социально-политическом контексте и с учетом специфики функционирования общественных (государственных, корпоративных, сетевых и иных сообществ) институтов. Такой подход наиболее полезен для формирования комплексного восприятия проблем обеспечения безопасности [3].

Таким образом, проблемы информационной безопасности, актуализирующиеся с развитием информационно-коммуникационных технологий, выходят далеко за рамки традиционных вопросов безопасности информации и затрагивают абсолютно все сферы жизни. Закономерно также и то, что такая тотальность и перевод коммуникаций из сферы непосредственного контакта в сферу опосредованную технологиями коммуникации стремительно меняет их характер и тысячелетиями складывающиеся стереотипы межличностного взаимодействия, превращая их в бесконечную рефлексивную игру.

Библиографические ссылки

1. Юзвшин И. И. Информациология. М., 1996. С. 11.
2. Яновский Р. Г. Глобальные изменения и социальная безопасность. М., 1999. С. 317.
3. Казанцев А. А. Расширение проблематики безопасности в политике России: секьюритизация, биополитика и новые административные практики : монография. М. : Проспект, 2011. 200 с.

© Болотов К. И., Семашко А. В.,
Гуменникова А. В., 2012

УДК 004.932

Д. В. Бузаев

Научный руководитель – Н. В. Фомина

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ КОМПЬЮТЕРНОГО ВОСПРИЯТИЯ

Технологии позволяют считывать изображение окружающего нас мира при помощи камер и воспринимать его при помощи специальных алгоритмов. Возможности дополненной реальности позволяют добавить не существующий объект в виртуальный мир.

Оценивая компьютерное зрение как научную дисциплину, изучающую теорию и базовые алгоритмы анализа изображений и сцен, машинное восприятие

следует рассматривать сейчас как более комплексную и технологическую область научных и инженерных знаний, охватывающую все проблемы, которые могут

возникнуть при разработки практических систем: выбор схем освещения исследуемой сцены, выбор характеристик датчиков и т. д.

Синтез двух дисциплин – компьютерного зрения и компьютерной графики позволяет создавать так называемую «дополненную реальность». Дополненная реальность состоит из ощущений реального мира (в частности, изображений) и добавленных к ним мнимых объектов, обычно содержащих свойства вспомогательного характера. Дополненной реальностью является сгенерированная по фотографиям трехмерная модель города, оснащенная графическими элементами в виде виртуальных строений, персонажей, деревьев, мостов. Иными словами, дополненная реальность вносит отдельные искусственные элементы в восприятие реального мира, в то время как виртуальная реальность конструирует новый искусственный мир. Она будет полезна и в тех областях, в которых необходим синтез информации разной природы и её представление в удобном и сжатом виде.

Компьютерное восприятие – это вид деятельности, в котором для извлечения данных из визуальной информации применяются методы и используются модели, построенные с помощью геометрии, физики и теории обучения. Цель компьютерного восприятия заключается в формировании полезных выводов относительно объектов и сцен реального мира на основе анализа изображений, полученных с помощью датчиков [1]. Для формирования выводов относительно

объектов реального мира почти всегда необходимо построить некоторое описание или модель этих объектов на основе изображения. Поэтому многие эксперты заключают, что цель компьютерного восприятия состоит в формировании описаний сцен по изображениям. Тематика компьютерного восприятия стала популярной ещё в 1960-х, но только относительно недавно появилась возможность создания полезных компьютерных программ, использующих данные идеи.

Сейчас крупнейшие поисковые системы, такие как Google и Яндекс, предоставили своим пользователям возможность навигации по картам городов. На сайтах этих поисковиков можно посмотреть не только карты крупных городов, но и «пройтись» по их улицам, увидев их так, как увидел бы их наблюдатель, находящийся непосредственно на местности. Вполне вероятно, что в рамках идеологии дополненной реальности в будущем появится возможность получать информацию об отдельных домах, визуализировать их со всех сторон, в том числе и изнутри; по снимкам фасадов искусственно создавать вид из окна.

Библиографическая ссылка

1. Понс Д., Форсайт Ж. Компьютерное зрение. Современный подход. М. : Вильямс, 2004. 928 с.: ил.

© Бузаев Д. В., 2012

УДК 669.713.7

В. Н. Вальмиспилд, И. В. Колбасина
 Научный руководитель – А. В. Сорокин
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФИЗИКИ КОСМОСА НА ФОНЕ ДОСТИЖЕНИЙ В КОСМИЧЕСКОЙ ТЕХНИКЕ И ТЕХНОЛОГИИ

С развитием современной физики и технологий актуальным является вопрос о перспективах развития физики космоса. Фундаментальные космические исследования оказывают мощное прямое воздействие на развитие технологий. Физика космоса стала основополагающей для многих отраслей науки, а значит и современных технологий. Огромную роль в этом сыграли космические средства, обеспечивающие научные исследования многих объектов Вселенной.

Многие науки используют достижения физики космоса и астрономии. Геофизики измеряют дрейф материков по данным межконтинентальных радиointерферометров. Геологи проникают в загадки тектоники, сравнивая вулканическую деятельность Земли, Венеры, Марса, Ио и Тритона. Физика высоких энергий получила важные результаты от нейтринной астрономии после взрыва сверхновой 1987 года. Новые знания о космической химии помогают лучше понять природу жизни на Земле. А сравнительный анализ атмосфер землеподобных планет помогает определить границы устойчивости земной экосистемы и предвидеть будущее нашей биосферы.

На данный момент приоритетными для исследования являются следующие основные направления физики космоса, по которым реализуются полномас-

штабные космические проекты и создаются комплексы научной аппаратуры:

1. Внеатмосферная астрофизика – получение научных данных о происхождении и эволюции Вселенной.
2. Планетология – исследование планет и малых тел Солнечной системы.
3. Изучение Солнца, космической плазмы и солнечно – земных связей.

Исследования в области внеатмосферной астрофизики позволяют получить уникальные данные об очень отдаленных космологических объектах, и о событиях происшедших в период зарождения звезд и галактик. Это в свою очередь, предоставляет возможность осуществить глубокий прорыв в исследовании фундаментальных свойств материи, и получить новую информа-

цию в области ядерной и квантовой физики, теории относительности, проблем пространства – времени. Реализуемые программы позволят провести ряд исследований астрономических объектов в спектральном диапазоне волн электромагнитного излучения от 100 до 320 нанометров и динамики происходящих в них процессов по определению природы «темной материи» во Вселенной. Развитие теории происхождения высокоэнергетических космических лучей и физики элементарных частиц, получение уникальной информации о глобальной структуре Вселенной, а также исследование антивещества в космических лучах.

Планетология имеет первостепенное значение для понимания процессов возникновения и развития Солнечной системы. Изучение планет, их спутников, астероидов и комет включает в себя поиски жизни или ее следов, а достоверное их обнаружение само по себе явилось бы величайшим научным открытием Человечества. В XXI веке неизбежно последуют пилотируемые полеты к ближайшим телам Солнечной системы. Для их подготовки необходима подробнейшая информация о физических и химических условиях на этих телах. Исследования планет Солнечной системы позволяют получить научные результаты о внутреннем строении Луны, химическом составе атмосферы Венеры, а также изучение поверхности Меркурия и Марса.

Изучение Солнца, космической плазмы и солнечно-земных связей является одной из важнейших проблем современной астрофизики. Солнце является ближайшей к нам и довольно типичной звездой, которая наблюдается как протяженный объект, в сравнении с другими звездами. Оно само и его корона представляют собой естественную лабораторию для изучения фундаментальных характеристик плазмы.

Научная значимость исследований Солнца состоит еще и в том, что оно оказывает решающее влияние на основные процессы на Земле, в том числе на некоторые технические системы. Такое воздействие сказывается на работе различных радиосистем, энергосетей, проводных линий связи в Арктике, на интенсивности индуцированных электрических токов в трубопроводах. Программы в области физики Солнца и солнечно-земных связей позволяют поводить ряд исследований: мониторинг «космической погоды», контроль техногенных воздействий на магнитосферу Земли и геофизические процессы, исследований параметров электромагнитного излучения Солнца с близких расстояний с

высокой чувствительностью и разрешением, а также параметров солнечного ветра [1].

Астрономия является одной из древнейших наук. Человека всегда интересовал вопрос о том, как устроен окружающий мир, и какое место он в нем занимает. Для того чтобы объяснить процессы, происходившие на начальной стадии развития Вселенной, понадобится весь арсенал современной теоретической физики, включая теорию относительности, атомную физику, квантовую физику и физику элементарных частиц. Развитие ракетной техники позволило человечеству выйти в космическое пространство. С одной стороны, это существенно расширило возможности исследования всех объектов, находящихся за пределами Земли, и привело к новому подъему в развитии небесной механики, которая успешно осуществляет расчеты орбит автоматических и пилотируемых космических аппаратов различного назначения [2].

За последние десятилетия учеными было сделано множество крупных открытий в области физики космоса от обнаружения квазаров до теории происхождения химических элементов в Большом взрыве, от внеатмосферных наблюдений реликтового излучения до обнаружения дейтерия в атмосфере Марса [3].

На последующие годы запланированы начало работ по 5 крупным проектам для планетных исследований, а именно: «Венера-Д» (исследования Венеры), «Марс-Нэт» и «Марс-Грунт» (исследования Марса), «Меркурий-П» (исследования поверхности Меркурия), «Сокол-Лаплас» (исследования системы Юпитера), а также продолжение проекта «Луна-Ресурс» в части создания космического аппарата с луноходом. Реализация этих проектов предусматривается в период до 2023 года.

Библиографические ссылки

1. Федеральное космическое агентство [Электронный ресурс]. URL: <http://www.federspace.ru> (дата обращения: 15.04.2012).
2. Астрогалактика [Электронный ресурс]. URL: <http://www.astrogalaxy.ru> (дата обращения: 15.04.2012).
3. Сурдин В. Г. Достижения и перспективы Американо-русской астрономии [Электронный ресурс]. URL: <http://crydee.sai.msu.ru> (дата обращения: 15.04.2012).

© Вальмиспилд В. Н., Колбасина И. В., 2012

УДК 004.069

С. С. Ворончихин

Научный руководитель – Н. В. Фомина

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РИСКИ В ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЕ

Определено понятие риска, информации, выявлен способ и степень взаимодействия рисков и информации.

В общем случае под риском понимают возможность наступления некоторого неблагоприятного события, влекущего за собой различного рода потери.

Информационные риски – это опасность возникновения убытков или ущерба в результате применения компанией информационных технологий. Иными

словами, IT-риски связаны с созданием, передачей, хранением и использованием информации с помощью электронных носителей и иных средств связи.

Различают два понятия информации (Защита информации, управление информационной безопасностью и рисками. URL: <http://iso27000.ru>):

1) традиционное: информация – это сведения, знания, сообщения о положении дел, которые человек воспринимает из окружающего мира с помощью органов чувств (зрения, слуха, вкуса, обоняния, осязания);

2) вероятностное: информация – это сведения об объектах и явлениях окружающей среды, их параметрах, свойствах и состоянии, которые уменьшают имеющуюся о них степень неопределённости и неполноты знаний.

Информация определяет риск ее утечки. При наличии неких сведений об интересующем объекте у злоумышленников возникает желание овладеть ими. При создании информационных хранилищ, IT-специалист должен четко понимать, что оно подвергается риску несанкционированного доступа к информации. При отсутствии таких хранилищ отсутствуют и информационные риски. Поэтому можно говорить о том, что информация определяет риск.

Следует отметить, что информация и риск понятия постоянно взаимодействующие. Таким образом, риски всегда влияют на информацию, а информация влияет на риски. В первом случае – это негативное

воздействие, которое может повлечь за собой вред как предприятию в целом, так и объекту информации. Влияние рисков связано с изменением и искажением информации.

Так же риски могут оказывать нейтральное воздействие. При рассмотрении модели нарушителя мы не учитываем крайне малые риски потому, как их вероятность стремится к нулю, следовательно, наличие таких угроз никак не влияет на информацию или состояние ее защищенности.

Во втором случае взаимодействие выглядит в виде эволюции. Информация, в зависимости от своей ценности, определяет уровень сложности и степень риска. Но тут стоит отметить, что влияние не линейное. Чем ценнее информация, тем меньше риск, что ее украдут, ведь для ее защиты приложат больше усилий. Но с ценностью растет риск, основанный на попытках проникновения. В итоге ценность увеличивает риск вторжения, но снижает риск успешности вторжения.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что информация не может существовать без риска ее утечки. Риски, в свою очередь, определяются информацией и не всегда существуют или учитываются. Таким образом, возникает зависимость рисков от степени конфиденциальности информации и встает вопрос о существовании реальных угроз для информации.

© Ворончихин С. С., 2012

УДК 004.069

С. Н. Емельянова

Научный руководитель – М. Н. Жукова, Н. В. Фомина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АСПЕКТ

Рассмотрены различные формы информационной опасности. Показана роль информационной безопасности в современном обществе.

Сегодня процесс информатизации является одним из основных факторов развития информационного общества. Благодаря этому процессу субъект (человек, общество) включается в глобальное информационное пространство, которое связывает мир в единое целое и делает все государства информационно взаимозависимыми, а человек при этом становится его неотъемлемой частью. В то же время процесс информатизации таит в себе много опасностей мирового масштаба, связанных с обеспечением информационной безопасности (информационная война, информационный терроризм, информационное оружие и т. д.) [1].

Для современного этапа становления философии науки характерен поворот к исследованию сложных, многомерных объектов, возможность рассмотрения которых реализуется в рамках совместной познавательной деятельности, в связи, с чем и возникают научные комплексы, направленные на их изучение. Один из таких комплексов возник вокруг проблема-

тики информационной безопасности, он включает в себя философский, правовой, психологический, криптографический, экономический, научный и практический подходы. Этот комплекс до конца еще не сформировался, так как процесс информатизации общества еще не завершен. Само же участие в дальнейшей проработке многочисленных проблем и вопросов, связанных с обеспечением информационной безопасности как субъекта (человека, общества), так и самой информации – это одна из актуальных задач современной философии науки.

Обеспечение информационной безопасности сегодня представляется очень сложным, многофункциональным процессом, зависящим от различных внешних и внутренних факторов. Это обусловлено тем, что развитие общества связано с освоением и использованием новых возможностей информационной сферы, таких как: Интернет, виртуальное пространство, беспроводные средства коммуникации, а также исследо-

вания в области искусственного интеллекта. Особого внимания заслуживают следующие проблемы: влияние различных нововведений в области информационных технологий (например, Интернет) на развитие общества, изменение мировоззрения, психики, поведения людей, их отношения к самим себе и окружающим людям. Поэтому их научное описание, накопление опыта понимания и возможности прогнозирования последствий влияния Интернета и других источников информации, безусловно, делают данную проблему весьма важной для развития философской мысли [5].

Информационная опасность имеет множество форм своего проявления: создание виртуальной миров, которые подменяют реальность; манипулирование сознанием и поведением людей; подмена целей, ценностей, своего образа жизни внешне навязанными стандартами; искажение информации и т. д. Эти и другие формы проявления информационной опасности обусловлены потребностью индивида в информации, способностью (или неспособностью) различать истинное и ложное, полезное и бесполезное [3].

Как правило, к проблеме информационной безопасности можно подойти с двух различных точек зрения, каждой из которых соответствует определённый подход рассмотрения: традиционный (классический) и нетрадиционный (квантовый). В традиционном подходе мы имеем дело с информацией, которой субъект (человек, общество) может манипулировать по своему усмотрению: получать, хранить, обрабатывать и т. д. В нетрадиционном подходе рассматривается квантовая информация – сознание человека, рассматривается с точки зрения квантовой физики. В квантовом подходе, сознание субъекта сравнивается с процессами, происходящими в разрабатываемой сейчас технологии квантового компьютера, в основе которого лежит работа с кубитами. Исследования проблемы информационной безопасности с точки зрения указанных подходов, приводят к новому взгляду на философские проблемы, касающиеся квантовой концепции сознания и создания искусственного интеллекта на основе модели квантового компьютера.

Информационная безопасность — это своеобразный «способ» бытия субъекта (человека, общества), в котором он может свободно развиваться и эволюционировать в информационном плане, выполняя при этом соответствующие функции (работать, мыслить, и т. д.) и удовлетворяет свои информационные потреб-

ности (в получении, обработке, хранении и использовании информации). По сути, информационная безопасность есть состояние защищённости, в котором субъект не опасается за себя и хранящуюся у него информацию. Это состояние достигается благодаря обеспечению, соблюдению и выполнению соответствующих условий, которые реализует либо сам субъект, либо специально предназначенные для этого люди или организации [2].

В настоящее время, наряду с географическим пространством существует и развивается электронное пространство, или киберпространство. Становление нового мирового геополитического порядка происходит путем борьбы интересов различных государств и их групп, где важное место отводится средствам массовой информации, выступающим в качестве оружия в войнах нового поколения – «информационных». Сложившаяся ситуация показывает отсутствие научных и правовых дефиниций данного круга терминов [4].

Информатизация общества и неразрывно связанная с ней информационная безопасность обрели глобальные масштабы и превратились в фактор, влияющий на выживание человечества в условиях формирования единого мирового информационного пространства. Недооценка вопросов информационной безопасности может привести к трудно предсказуемым социальным, политическим, экономическим, военным и другим последствиям.

Библиографические ссылки

1. Ветров К. В. Информационная политика и информационная реальность // Информационное общество. 2002. Вып. 1. С. 43–49.
2. Грачев Г. В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. М. : Изд-во РАГС, 1998. 125 с.
3. Дзалиев М. И., Романович А. Л., Урсул А. Д. Проблемы безопасности: теоретико-методологические аспекты. М. : Изд-во МГУК : Изд. дом «Друг», 2001. 192 с.
4. Ракитов А. И. Философия компьютерной революции. М. : Политиздат, 1991. 287 с.
5. Смолян Г. Л. Сетевые информационные технологии и проблемы безопасности личности // Информационное общество. 1999. № 1.

© Емельянова С. Н., 2012

УДК 1.141.3

А. С. Лисица, Ю. В. Борисов
Научный руководитель – И. И. Валишина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВАЖНОСТЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО АСПЕКТА В МОДЕЛИРОВАНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В КОСМОСЕ

Рассмотрены важные аспекты человеческого сознания, необходимые для создания адекватной модели и дальнейшего ее использования в космических технологиях.

Искусственный интеллект, как модель человеческого сознания в настоящее время активно разрабатывается. В этом направлении ведутся сотни научных исследований. Искусственный интеллект призван решить многие задачи. Одной из таких задач может быть создание беспилотных космических кораблей. Для того чтобы они могли во внештатных ситуациях принимать обдуманное и верное решение, необходимо чтобы эта модель человеческого сознания была наиболее приближена к нашему сознанию.

Искусственный интеллект в наше время рассматривается с материалистической точки зрения. Считается, что интеллект – это биологическое скопление клеток – нейронов. Но к определению сознания существует много подходов. В своей работе мы будем придерживаться диалектической теории.

Сознание, с диалектической точки зрения, это невещественная часть бытия. В более узком смысле, человеческое сознание – это единство духа и души, субъективная действительность. Факт того, что сознание – это не просто скопление нейронов, что это более тонкий уровень бытия доказывает открытое К. Юнгом коллективное бессознательное. В диалек-

тике утверждается существование Разума, устроившего жизнь в соответствии с антропным принципом. Это означает, что Разум существует вне человека и моделирование только лишь структуры человеческого мозга не позволит искусственному интеллекту решать массу возлагаемых на него задач.

Процесс познания ребенка основан более на эмоциях и чувствах, нежели на получении «сухих» знаний. Ребенок с рождением воспринимает мир в образах и ощущениях, а не в наборе точных правил и представлений. Поэтому моделирование процесса познания только лишь посредством возможности обучения неверно.

Эмоциональный аспект в моделировании разума крайне важен. На концептуальном уровне в настоящее время именно наличие эмоций отделяет машины от людей. Этим определяются их различия в осознании мира и своего места в нем. Поэтому наиболее существенными сторонами в процессе познания мы считаем эмоции, ощущения и самосознание.

© Лисица А. С., Борисов Ю. В., 2012

УДК 1(075.8)

Н. И. Наумцев
Научный руководитель – И. С. Лысенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АНТИЭНТРОПИЙНЫЕ ПРОЦЕССЫ В КОСМИЗМЕ П. А. ФЛОРЕНСКОГО

Рассматриваются антиэнтропийные процессы в философии космизма П.А. Флоренского.

Павел Александрович Флоренский, обладая сверхчеловеческими энциклопедическими знаниями, является выдающимся учёным XX столетия. Его – человека - богослова, философа, лингвиста, математика, физика, искусствоведа называют Леонардо да Винчи XX века. Развивая идею всеединства, о. Павел формулирует важнейшие положения об антиэнтропийных процессах в космосе.

Под антиэнтропийными процессами понимаются процессы, сопровождающиеся уменьшением энтропии. Отметим, что процесс есть совокупность длительных взаимосвязанных изменений. Энтропия – мера необратимого рассеяния энергии, мера хаоса. Если же рассматривать энтропию с социальной точки зрения, то мерой хаоса выступает ложь и беспорядок. Отметим, что анти-

энтропийные процессы проходят на всех уровнях организации материи: в живой и неживой природе, в обществе. Именно благодаря антиэнтропийным процессам создается упорядоченность, структурность, организованность социальных институтов общества.

Антиэнтропийный характер социальных институтов проявляется в их созидательной функции. Для П. А. Флоренского таким социальным институтом, который способен навести порядок в мире, способствовать установлению совершенства в обществе, является церковь. Он пишет, что церковь – это такое место, где «все...касается всех, и всякое богослужение есть богослужение общественное...».

Концепция построения совершенного общества разворачивается Флоренским в соответствии с прин-

ципами диалектики: принципом системности, всеобщей связи явлений, принципом единства мира, принципом развития. Ничто не теряет своей индивидуальности. Всё воспринимается как внутренне, органически связанное друг с другом, как внутренне-единое, внутренне-цельное, как много-единое существо. В этой связи П. А. Флоренский понимает свою жизненную задачу как проложение путей к будущему цельному мировоззрению.

По мнению Павла Александровича именно в православии воспроизводится космическая модель мира. Ещё античные философы рассматривали космос как источник красоты, гармонии, системности упорядоченности, высокоорганизованности. Космосу противостоит хаос. Именно в человеке борются силы космоса и хаоса. Человек предстаёт как микрокосмос и в тоже время в человеке заложены силы микрохаоса. И лишь через преодоление микрохаоса, заложенного в человеке, можно будет преодолеть макрохаос природы и общества. В этом смысле именно от спасения человека зависит спасение мира

Противостоять хаосу, беспорядку, лжи, социальной энтропии и тем самым способствовать установлению порядка единства и гармонии может только культура. Отметим, что подвижничество, геройство, самоотречение, следование духовным идеалам также способствует установлению совершенства в обществе. Флоренский придавал исключительное значение церкви в культуре. Культура определяется Флоренским как антиэнтропийный процесс. Важно отметить, что слово «Культура» происходит от слова «культ». Именно понятию «культ» как основе культуры П. А. Флоренский придаёт большое значение. Культ – не только система обрядов, но и определенное миро-созерцание, вполне сводимое к христианскому миро-созерцанию вообще... Фактически, как полагает П. А. Флоренский, жизнь должна определяться культом. «От колыбели и до могилы все состояния, все возрасты, все события жизни, все действия, все движения, все стремления, все слова, всё, даже малейшие и ничтожнейшие поступки должны быть культоцентричны, тяготея к своему центру, как всякая весомая частица влечётся к центру тяготения Солнечной системы», – пишет П. А. Флоренский. По его мнению, именно культом упорядочивается человеческое существование. Упорядочивание культом связывается с термином благодать. Культом жизнь благодатствуется, – поясняет Флоренский, – то есть движения её, дотоле порывистые, страстные, негармоничные – приходят в единство, своим многообразием не отрицая, но утверждая единство личности. Флоренский пишет: «Это значит, что каждое явление жизни совершается не само по себе, не как самостоятельное, но – в гармоническом отношении к другим» [1, с. 180]. Являясь представителем религиозного направ-

ления в русском космизме, Флоренский приходит таким образом к идее всеединства. В его философии культ есть проявление всеединства – единства всего и единство всех. Антиэнтропийные процессы образуют такую молекулу общества, которая сама индивидуальна и в которой индивиды, взаимно отражаясь друг в друге, только усиливают друг друга, только укрепляются друг другом.

Рассматривая культ в качестве духовной основы гармонии, упорядоченности и всеединства, Флоренский придаёт ему космическое значение. Богослужбный круг по Флоренскому является выражением космического всеединства, единства духовного и природного: всякий момент этого круга не только в себе и ради человека, но и простирается в космическую область, ее воспринимая в себя, и, восприняв, – освящает. Так, космическое всеединство выражается в расчленении церковного года четырьмя постами, которые соответствуют четырем временам года, которые в свою очередь соответствуют стихиям космологии. Так, рассуждая о празднике Благовещения, Флоренский пишет, что как в моменте весеннего равноденствия заключена, как бы в зерне, вся полнота космического года, так же в празднике Благовещения содержится, как в бутоне, вся полнота церковного года. Пытаясь понять, что есть единачало, Флоренский обращается и к анализу русских икон. Для него иконопись есть «умозрение в красках». Вот что он пишет об иконе Софии Премудрости Божией, принадлежащей Третьяковской галерее: «Окружающие Софию небесные сферы, исполненные звёзд, – указание на космическую власть Софии, на её правление над всею вселенною, на её космократию» [2, с. 304]. София есть то, что пред-существует миру. София выступает символом космического всеединства и в то же время началом бытия.

Таким образом, Флоренский рассматривает космос как источник упорядоченности, которой противостоит сила хаоса. Церковь определяется как важнейший социальный институт, участвующий в антиэнтропийных процессах. Важнейшим антиэнтропийным процессом Флоренский считал культуру, являющейся основой космического всеединства, символом которого выступает София.

Библиографические ссылки

1. Флоренский П. А. Философия культа (опыт православной антропологии). М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. 586 с.
2. Флоренский П. А. Столп и утверждение истины: Опыт православной теодицеи. М. : АСТ, 2003. 640 с.

© Наумцев Н. И., 2012

УДК 1(075.8)

А. Е. Саклакова
Научный руководитель – И. С. Лысенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КОСМОС ЧЕРЕЗ ТЕЛЕСКОП ГАЛИЛЕЯ

Рассматривается роль открытий, сделанных Галилеем с помощью телескопа, и их влияние на дальнейшее развитие философии.

Со времён возникновения философии человек обращался к проблеме сущности бытия. Сегодня эта проблема не менее актуальна, чем тысячи лет назад. Для первых мыслителей первопричиной бытия был вечный и совершенный космос. Однако космос и Земля как часть космоса представлялись по-разному. Считалось, что Земля должна на что-то опираться. В Древней Индии полагали, что Земля покоится на слонах, в Древней Руси – на трех китах, в других странах – на черепахе или на быке. В этом случае, например, землетрясение объяснялось тем, что животное движется по просторам космоса.

Приоткрыть завесу тайн космоса удалось Г. Галилею. Открытия, сделанные при помощи самодельного и очень простого в нашем представлении телескопа, взволновали всё человечество и опровергли многие философские положения того времени.

Первый телескоп Галилея увеличивал объекты только в три раза и имел очень малое поле зрения. Однако позднее ему удалось построить телескоп с увеличением в тридцать два раза. Его длина составляла 124,5 см, диаметр объектива – 5,3 см, окуляр – 25 диоптрий. Оптическая схема телескопа давала неперевернутое (земное) изображение. Однако он имел несовершенную оптическую схему. Но позже в работах известного немецкого математика, астронома и астролога Иоганна Кеплера был обнаружен чертеж усовершенствованного телескопа, в котором было 2 рассеивающие линзы, что позволило увеличить поле зрения. Но изображение получалось перевернутым, что было очень неудобным для наблюдения за красотой космоса [2].

Со времён Аристотеля считалось, что Луна имеет гладкую и ровную поверхность, как и остальные планеты. Ведь все небесные тела имеют идеально сферическую форму. То, что увидел Галилей, превзошло все его ожидания. В журнал своих наблюдений он записал: «Луна подобна Земле, на ней есть моря и горы, горные хребты и ущелья».

Направив телескоп на Юпитер, он опроверг и другие положения Аристотеля о том, что центром Вселенной является Земля, что космос, как и Земля, имеет форму шара, что космос не бесконечен и состоит из небесных тел, которые являются неизменными и находятся в постоянном кругообразном движении, а Земля остается неподвижной. Обоснование концепции о неподвижности Земли Аристотель изложил в своём трактате «О небе». Вот что он пишет о Земле: «...столь огромная тяжесть пребывает в покое» [1]. Размышляя о бесконечности космоса, Аристотель пишет: «Пространственное движение не продолжает-

ся в бесконечность», поскольку тело Вселенной не бесконечно. По мнению величайшего философа, центр земли и Вселенной один и тот же.

Галилей увидел спутники, вращающиеся вокруг Юпитера. Сначала они выглядели как едва видимые звёзды. На следующую ночь их положение изменилось. И если они не отставали от Юпитера, то и движение Земли так же не может мешать обращению Луны вокруг нее. Значит, Земля не единственный центр движения во Вселенной. Открытие спутников Юпитера подтвердило правильность системы Коперника.

Много веков не давала покоя людям огромная белая полоса на небе. В мифах и легендах её именовали Дорогой Богов, таинственным «Звездным Мостом», ведущим в райские кущи, волшебной Небесной Рекой, наполненной божественным молоком [3].

Возможно, именно она имела в виду, когда в старинных русских сказках говорилось о молочной речке с кисельными берегами. Античные исследователи называли её «Небесной дорогой», ведущей в бесконечность Вселенной. Эту тайну разгадал Галилей. Через телескоп он увидел «необъятное скопище звезд», для невооруженного глаза сливающихся в сплошную белую полосу. Галилей понял, что неоднородность и определённая клочковатость строения белой полосы объясняется тем, что она состоит из множества звездных скоплений и темных облаков. Их комбинация и создает неповторимый образ Млечного Пути. А многие туманные пятна в Млечном Пути распадались в телескопе на звездные скопления. Вообще, при телескопических наблюдениях стало видно громадное количество звёзд, и впервые была постигнута их колоссальная удалённость. В уже знакомых созвездиях Галилей обнаружил ещё множество звёзд, но слишком слабых для того, чтобы их можно было разглядеть невооружённым глазом. Подтверждалась мысль о том, что Вселенная безгранична и неисчерпаема звёздами.

Галилей не мог обойти вниманием главную звезду для человека – Солнце. Наблюдая за ним, к объективу Галилео приставил закопченное стекло, так как даже если смотреть на ярко освещенные предметы, то их будет совсем не видно, а уж тем более Солнце. Так ученый обнаружил пятна, которые перемещаются. Он доказал, что пятна принадлежат Солнцу. Подтвердилась догадка и о том, что Солнце вращается вокруг своей оси, как и наша Земля. Галилей даже высказал предположение, оказавшееся верным, но доказать которое удалось только через два с половиной столетия, о том, что пятна состоят из газов более холодных и прозрачных, чем атмосфера Солнца.

Новые представления об устройстве бытия произвели переворот в мировоззрении людей и в философии. Галилей на долгое время стал неуютным католической церкви человеком, поскольку его открытия разрушали идеалистическую картину бытия, господствовавшую в то время. Согласно церковной догме Бог есть первопричина всего, сущность бытия, а по Галилею, бытие – это умопостигаемая сущность, единство и свобода. Научно-философская деятельность Галилея дала мощный толчок развитию материализма в философии.

Библиографические ссылки

1. Аристотель. Сочинения. В 4-х т. Т. 3: Перевод /статья и примеч. П. Д. Рожанский. М. : Мысль, 1981. 613 с.
2. Дорожкин Н. Я. Космос. М. : АСТ : Астрель : Ермак, 2004. 351 с.
3. Крапп Э. М. Астрономия: Легенды и предания о Солнце, Луне, звездах и планетах. М. : Фаир-Пресс, 1999. 656 с.

© Саклакова А. Е., 2012

УДК 004.932

А. В. Тихинский

Научный руководитель – Н. В. Фомина

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М.Ф. Решетнева, Красноярск

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ И ПУТИ ИХ РАЗВИТИЯ И УЛУЧШЕНИЯ

Рассмотрены методы повышения эффективности планирования и формирования запасов торговой компании и пути их развития и улучшения.

Управление запасами – довольно традиционная сфера практической работы, которая стала развиваться как самостоятельное направление в начале 20 годов прошлого века. Постепенное накопление материала привело в 30–40-е годы к формированию теории управления запасами, ориентированной на оптимизацию уровня запасов в организации.

Проблема определения количества необходимого для заказа товара, как самой значительной части оборотного капитала, является одним из основных условий успешной деятельности торговой компании. Неплатежи, инфляция и другие кризисные явления вынуждают торговые компании изменять свою политику по отношению к запасам, искать новые источники пополнения, изучать проблему эффективности их использования. Поэтому для торговой компании все возможные способы эффективного использования средств, одним из которых, является определение оптимальной величины запасов товара, приобретают все большую значимость.

Управление запасами заключается в установлении моментов и объемов заказа на восполнение их и распределении вновь прибывшей партии по нижестоящим звеньям системы снабжения. Совокупность правил, по которым принимаются эти решения, называется стратегией управления запасами. Отыскание оптимальной стратегии является предметом теории оптимизации управления запасами. Стратегия управления запасами – структура правил определения момента и объема заказа.

Отрасль применения теории управления запасами не ограничивается складскими операциями. В частности под запасами можно подразумевать:

- наличие товара;
- рабочую силу, планируемую для выполнения конкретного задания;
- емкость складских помещений;
- объем информации в базе данных;
- производственная мощность предприятия;
- численность персонала данной квалификации

(при планировании подготовки кадров).

В настоящее время определение количества необходимого для заказа товара чаще всего подсчитывается на основании объема продаж за предыдущие периоды методом усреднения. Для более корректного планирования ассортимента используются подходы, базирующиеся на классификации товарооборота и товарных запасов, измеряемых в единицах реализации или запаса (ABC-анализ), и их классификации по структуре потребления (XYZ-анализ). Методы широко используются в западных странах на протяжении уже нескольких десятилетий.

С помощью ABC-анализа осуществляется классификация или распределение существующей совокупности соответственно избранным критериям на три группы, а именно, А, В и С. Даная классификация показывает одновременно ранг и позволяет выделить основные пункты, особенно важные для целенаправленных мероприятий управления. Как правило, используют два критерия. Они могут быть разными: с одной стороны количество позиций номенклатур товаров; с другой – товарооборот, стоимость запасов, объем потребления товаров, затраты, доход и т.п.

Развитием ABC-анализа является его комбинирование с XYZ-анализом, базирующимся на тех же принципах, что и ABC-анализ. При совмещении этих методов определяется девять групп товаров, которые показывают более полную картину торгового процесса компании и позволяют разрабатывать эффективную ассортиментную политику.

Использование данных методов позволяет выявить стабильно продающиеся позиции и, используя эти данные, планировать товарные запасы, что, в свою очередь, позволит снизить риски финансовых потерь, связанных с дефицитом, избытком товаров на складе, потерей потенциальных клиентов, негативным влиянием человеческого фактора и др.

© Тихинский А. В., 2012

УДК 141.3

Д. В. Щеголькова, Е. И. Орешкина
Научный руководитель – И. И. Валишина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВОПРОС СОСТОЯТЕЛЬНОСТИ ПРИНЦИПА ТРИЕДИНСТВА «МАТЕРИЯ – ИНФОРМАЦИЯ – МЕРА»

Рассмотрена современная концепция триединства «материя – информация – мера», выявлены её недочеты, а также выдвинуты предложения по её корректировке.

На всём протяжении истории философская мысль дала человечеству большое множество взглядов на Мирозданье, тем не менее, все эти взгляды можно свести всего к двум типам мировоззрения: материалистическое, которое считается «научным» и идеалистическое, которое считается «религиозным».

Онтология пытается найти ответ на вопрос: «Что первично: материя или сознание?» Одна философская система – «материализм» – утверждает, что первична материя. Другая философская система – «идеализм» – утверждает, что первично сознание.

Эти две философские системы противостоят друг – другу многие столетия. В настоящий момент, существует концепция триединства «материя-информация-мера», являющаяся элементом идеологической основы Концепции Общественной Безопасности, направленной на понимание происходящих в современном мире процессов. Принцип триединства, казалось бы, разрешает сложившееся противоречие и ставит под сомнение правильность формулировки онтологической стороны ОВФ, но в ходе подробного изучения, была обнаружена некая несостоятельность этой теории. Обоснуем выдвинутое нами утверждение, для этого подробно рассмотрим каждый элемент триединства.

Всё во Вселенной состоит из материи. Это признают все. Но абстрактной материи во Вселенной не существует. Вся материя предстаёт упорядоченной, имея какой-то внешний образ и внутреннюю структуру, поскольку вы же не можете себе представить какую-то абстрактную «твердую материю» или «жидкую материю». Вот эта упорядоченность содержит информацию о вещи.

И они (вещь и образ) не могут существовать отдельно друг от друга. «Нет вещи без образа». Любая материальная вещь (фрагмент Вселенной) имеет свой образ (информацию). А образ не может существовать отдельно без материального носителя.

Кроме этого, любая вещь наделена, размерена весом, цветом, запахом, длиной, толщиной и при этом она непрерывно изменяется («стареет», меняет вес, запах и т. п.), т. е. наделена мерой. «Аллах создал всякую вещь и измерил её мерой» (Коран).

Во Вселенной всегда и везде протекают колебательные процессы. Звук, свет, магнитные и электромагнитные волны, биополе человека – колебания. Бытие – это бесконечное множество взаимовложенных колебательных процессов, протекающих с периодами от долей секунды до миллионов и миллиардов лет.

Колебаниями «образ» любой «вещи» переносится (передается) с одного материального носителя на дру-

гие материальные носители (отражается на них). В полной мере это происходит и с человеком.

На вашем столе лежит яблоко. Вы посмотрели на него и закрыли глаза. И вы можете представить образ этого яблока. Что у вас в голове? Яблоко? Нет. Образ яблока за счёт тех же световых колебаний «пересел» на клетки вашего головного мозга.

Но отражается на других материальных носителях этот образ – с разным качеством. Любой фрагмент Вселенной (вещь) упорядочен (имеет образ) и эта вещь несёт в себе всю полноту сведений о самой себе: размер, цвет, вес, атомарная и молекулярная структура и т. д. (наделено мерой). А вот на другие материальные носители она «пересаживается» уже не полностью. А что это такое: «разные качества»? Это – и есть проявления меры.

После изложенного выше можно формализовать процесс восприятия человеком Вселенной. И не только в смысле «наблюдения за Космосом», планетами и кометами, но и восприятия «земной жизни» (природы, людей, знаний, книг, кинофильмов, событий общественной жизни и т. д.). Проще всего такой процесс можно представить через известную всем схему «передатчик – приёмник». Передатчиком для конкретного человека («приёмника») могут быть: Солнце, звёзды, радио, телевидение, родители, друзья и т. д. Но и этот конкретный человек может быть «передатчиком» не только для всех остальных людей, но и для других «фрагментов Вселенной».

С точки зрения триединства, в результате передачи информации, колебания, так или иначе, меняют информационное состояние объекта-приёмника, что обязательно в свою очередь приводит к изменению меры, которой обладал приёмник, а затем к изменению материи. То есть информация «материализовалась» в этом объекте.

Очевидно, что во Вселенной протекают непрерывные процессы отображения.

Вселенная обладает всей полнотой сведений о самой себе – полной мерой. А мы черпаем знания из Вселенной путём освоения частных мер. Все знания, которыми обладает человечество, это всего лишь множество частных мер, почерпнутых из всей полноты общевселенской меры.

То есть понятие «мера» включает в себя не только привычные «вес», «длина» «ширина» и т. п. В понятие «мера» входят и цвет, и вкус, и запах, и звук, и слова, и правила, и законы, по которым протекают процессы в мирозданье, и многое другое.

Казалось бы, введение новой философской категории – меры позволяет снять двойственность мировос-

приятия и объединить две другие философские категории материю и информацию, а принцип триединства позволяет понять изначально неверную формулировку онтологической стороны ОВФ. Но как бы ни была удачно выбрана третья философская категория «мера», в данной концепции раскрыта она не полностью. (Например, не учтено изменение качественного состояния объектов – «скачок»).

И если внимательно всмотреться в введенное понятие «информации», то можно почувствовать прямую однозначную связь образа и информации, то есть, если существует образ – существует информация, и наоборот. Но что есть образ? Это то, что отображается, те свойства и качества, которые воспринимаемы неким объектом – наблюдателем. И если нет наблюдателя, то соответственно и нет информации, то есть Человек является своеобразным «центром» информационных процессов, протекающих в окружающем мире. Такая идея свойственна антропному прин-

ципу. «Человек, как существо, способное к пониманию, занимает во Вселенной центральное положение, которое не способно поколебать никакая коперниканская революция». Нельзя сказать, что такой принцип близок к реальности, ведь от того что мы что-то не наблюдаем, вовсе не означает что этого явления не существует и информация о нем отсутствует.

Таким образом, мы показали недочеты принципа триединства. Если расширить понятие «информации» и убрать наблюдателя, как необходимое условие существования информации, а также дополнить философскую категорию «мера», чтобы она выражала не только диалектическое единство качественных и количественных характеристик объекта, но и учитывала переход от одного качественного состояния к другому в процессе самоорганизации, эволюции, развития – «скачок».

© Щеголькова Д. В., Орешкина Е. И., 2012

УДК 669.713.7

Т. Л. Юргельян

Научный руководитель – О. Н. Жданов, В. Н. Фомина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФИЛОСОВСКИЙ АСПЕКТ БЕЗОПАСНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

Рассматривается обеспечение безопасности информационной системы как потребности человека.

Человек во все времена стремился к познанию и изучению всего нового, стремясь объяснить все, используя доступные знания, полученные из различных источников. Но вместе с приобретением знаний остается потребность в безопасности, независимо от того на каком этапе развития находится общество. Развиваясь, человек начинает осваивать новые техники и технологии, осваивать новые для себя области знаний и сферы деятельности, которые стали частью нашей повседневной жизни. Одна из наиболее часто используемых сфер – это сфера информационных технологий и сама информация.

С каждым днем объем информации, используемой человечеством, увеличивается. Для обработки больших объемов информации используются информационные системы и технологии, которые очень прочно вошли в наш обиход очень прочно.

Для понимания, того, что собой представляет информационная система, обратимся к федеральному закону РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». «Информационная система – совокупность содержащейся в базах данных информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий и технических средств». Таким образом, информационной системой можно назвать даже сотовый телефон и многие системы, с которыми мы сталкиваемся повседневно [1].

Поэтому важность обеспечения безопасности информационной системы мы можем увидеть на примере использования данных полученных из доступных источников, которые можно считать открытыми. Так

пример социальные сети, которые с каждым годом приобретают все большую популярность и новых поклонников. Из криминальной хроники мы видим известия о покушениях на частную собственность и частную жизнь. Причиной таких событий, по мнению правоохранительных органов, является желание сообщить всем своим друзьям о ближайших событиях, а этой информацией пользуются так называемые «друзья» [2; 3].

Если мы говорим об информационных системах предприятий или организации, то в качестве примера можно привести такую технологию как создание копии сайта. Пользователь, заходя на сайт, не знает, что он подложный, и вводит свою контактную и/или конфиденциальную информацию, которая будет использоваться, в различных целях начиная от получения информации для контакта до коммерческой тайны, если будет получен доступ к информационной системе [2; 3].

При этом мы говорили только об открытой или условно открытой информации, которую мы можем получить из различных источников. Можно представить, к чему приведет доступ к закрытой информации об информационной системе и/или содержащейся информации в ней. По этой причине в современном обществе остро стоит вопрос об обеспечении безопасности информационной системы.

Для решения этой задачи чаще всего информационная система предприятия или организации разбивается на определенные блоки взаимосвязанные между собой. Так же как и работа человека с информацией, в

каждом из блоков обрабатываются свои определенные данные, которые позже складываются в общую картину работы всей системы. Эта картина частично позволяет судить, насколько безопасно работает информационная система и как работает само предприятие. Для обеспечения информационной безопасности необходимо рассмотреть каждый из блоков, работающих на данном предприятии или организации в отдельности и выработать рекомендации по обеспечению безопасности. После этого можно рассматривать взаимодействие блоков в системе.

Эти блоки можно рассмотреть как блоки знания, которые необходимо изучить с одной позиции, но эта позиция очень сильно влияет на развитие системы в целом. Так нарушение безопасности в одно блоке ведет к нарушению или косвенно влияет на работу других блоков. Мы знаем, что все ученые и философы говорят, что все взаимосвязано между собой. Безопасность информационной системы также влияет на деятельность предприятия или организации и, как следствие, на жизнь человека.

Используя полученные знания об информационной системе, мы сможем построить системы организации безопасности информационной системы, учитывая все недостатки и достоинства работы с ней и ее функционирование. Для этих целей используются различные нормативные документы и новые технологии позволяющие обеспечить безопасность работы информационной системы, и, что очень важно, правильного и безопасного ее эксплуатирования пользователями и участниками данной системы.

Многие организации и предприятия, создавая систему информационной безопасности, учитывают не только развитие техник и технологий на данном этапе, но и только ту ситуацию, которая существует на данный момент в информационной системе, что конечно позволяет построить безопасность и надежность работы в этой системе. Исходя из тенденций современного развития общества, науки, техники и технологий, сама информационная система подвержена влиянию различных факторов и тенденций, которые могут быть обусловлены различными причинами (время, требования к системе и так далее). По этой причине используемые информационные системы имеют возможность развития, модернизации и конструирования в себе, что позволяет наилучшим

образом подстроить систему для работы организации или предприятия [4].

Изменения, происходящие в информационной системе, влияют на построенную и созданную информационную систему безопасности для этой организации или предприятия, поэтому работа по обеспечению информационной безопасности это кропотливый труд, который зачастую не всегда ценится. Современные информационные системы распределили между собой огромные объемы информации, которая по-разному отражается на жизни человека и его взаимодействии с окружающим миром. Последствия, к которым может привести отсутствие обеспечения безопасности информационных систем можно сравнить с катастрофой местного масштаба. Все зависит от того с какой проблемой и какими последствиями мы столкнулись в результате нарушения безопасности информационной системы [2; 3].

Восприятие человеком его потребностей рассмотрены разными психологами и философами. Мы воспользуемся наиболее распространенной и широко известной Пирамиды потребностей Маслоу, где потребность в безопасности стоит на второй ступени после физических потребностей, как было сказано выше любая информация, используемая нами, находится в информационной системе. По этой причине обеспечение безопасности информационных систем становится такой же необходимой частью потребности человека, как психологическая и физическая безопасность [5].

Библиографические ссылки

1. *Об информации, информационных технологиях и о защите информации : федер. закон РФ от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ.*
2. *Криминальные хроники. ТВ. 5 канал. URL: <http://5-tv.ru/>*
3. *Дежурная часть. ТВ. НТВ. URL: <http://www.ntv.ru/>*
4. *Громов И. В. Васильев Г. А. Энциклопедия компьютерной безопасности : сб. 2010. 500 с.*
5. *Применение пирамиды иерархии потребностей Маслоу при проектировании системы мотивации. URL: <http://www.cfin.ru/management/people/maslow.shtml>.*

© Юргельян Т. Л., 2012

Секция
«АКТУАЛЬНЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КОСМОСА
И КОСМОНАВТИКИ»

УДК 669.713.11

К. Г. Анисимова
Научный руководитель – Н. А. Сигида
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПОДВИЖНИЧЕСТВО В РАКЕТОСТРОЕНИИ

Ракетно-космическая отрасль в условиях общероссийского кризиса доказала свою жизнеспособность. В результате подвижнической научной и трудовой деятельности выдающихся ученых, творцов и организаторов мощнейшей промышленности был достигнут паритет в стратегических средствах поражения. Все они были мастерами своего дела, подвижниками.

Современный ученый Т. Б. Князевская вкладывала в понятие подвижничество следующий смысл: «...это и бескорыстие, и самоотверженность, и вечная привязанность, истовое служение добру и свету, и преданность своему делу, делу прогресса и высочайший профессионализм» [1, с. 78].

Созидательная деятельность ученых, инженеров и рабочих в военной сфере по разведке новых образцов вооружения является подвижничеством. В основном, это люди, работающие в ракетно-космической отрасли. Как пишет Б. Е. Черток: «Я отношу себя к поколению, которое понесло невозместимые потери, на долю которого в XX веке выпали тяжелейшие испытания. Этому поколению с детства прививалось чувство долга. Долга перед народом, Родиной, родителями, перед будущими поколениями и даже перед всем человечеством [3, 1с.]

Одними из первых, кто с энтузиазмом восприняли принципиально новые идеи, исходившие из королевского Совета, были военные специалисты. В 1945 году идея развития ракетной техники в интересах обороны нашла активную поддержку начальника Главного артиллерийского управления маршала артиллерии Н. Д. Яковлева. Ответственность за создание ракетной промышленности приняли на себя министр вооружения Дмитрий Устинов. Их инициатива и пробивная сила способствовали принятию высшим политическим руководством страны в мае 1946 года постановления о развертывании широкого фронта работ по ракетной технике. Только после этого Совет главных конструкторов, решающая роль в котором принадлежала С. П. Королеву, получил реальную возможность выполнить свою историческую миссию.

В своих мемуарах Б. Е. Черток вспоминает о ярких и неповторимых людях, с которыми работал и встречался [3, с. 7]: «Все они были разные, и невозможно подвести советского ученого или главного конструктора под некий стандарт. При всем разнообразии характеров, стилей работы их деятельность, однако, характеризуется общими чертами, существенно отличающими их творчество от установившихся представлений о великих ученых прошлого».

Сформулированы следующие черты:

1. Техническое творчество являлось призванием, смыслом жизни. Чистая наука рассматривалась не как самостоятельная цель, а как средство для достижения технических результатов в интересах государственной политики.

2. Индивидуальное научно-техническое творчество сочеталось с организаторской деятельностью, при этом каждый старался быть организатором науки.

3. За конечные результаты своей творческой деятельности ученые несли персональную ответственность перед государством. Такой степени ответственности никогда не было у самых великих ученых прошлого. Максвелл, Эйнштейн и другие тоже совершали научные подвиги, но над ними не стояли государственные структуры, контролировавшие их научную деятельность и требовавшие обязательных результатов в строго регламентированные сроки.

4. Во время второй мировой войны во всех воюющих странах наука была милитаризована. Разработка нового оружия — атомного, ракетного — требовала участия самых выдающихся ученых. Воюющие государства не жалели средств на создание новых видов оружия, но требовали практических результатов в возможно короткие сроки. Послевоенные годы не освободили ученых от такого рода военной службы. Обстановка «холодной войны» для всех причастных к военно-промышленному комплексу была не менее напряженной, чем в годы прошедшей войны. «Железный занавес» заставил искать решение сложившихся проблем самобытным, самостоятельным путем. Практически исключалась возможность слепого копирования, подражания, даже заимствования опыта. Это приучало ученых рассчитывать на собственный интеллектуальный потенциал.

5. Коллективизм в научной работе оказался совершенно необходимым средством проведения исследований и достижения конечных практических результатов. Наиболее выдающиеся успехи достигались тесной совместной работой ученых разных областей знаний.

6. Каждый ученый сознавал себя членом гигантской технократической системы, теснейшим образом

связанной с государством и идеологией социалистического общества. Все были истинными патриотами, не помышлявшими ни о чем другом, кроме честного служения Родине.

Наивысшая степень патриотизма проявляется в деятельности личности, которая укрепляет общество, защищает жизнь ее членов. Научно - практическая деятельность советских ученых это наглядно подтверждала [2, с. 166]. Ученики и последователи К. Э. Циолковского, исследуя космос, создавали и средства вооружения, которые обеспечивали совершенствование общественных отношений. Назовем имена С. П. Королева, М. К. Янгеля. В. П. Глушко, тех, кому советское общество обязано лидерством в соревновании по освоению космоса и созданием ракетно-ядерного щита Родины. По своей сути их деятельность является военной добродетелью, так как направлена на защиту Отечества. Этими достижениями по праву надо гордиться.

Несмотря на тоталитарный режим, народы бывшего Советского Союза обогатили мировую цивилизацию научно-техническими достижениями, занявшими достойное место среди основных побед науки и техники XX века.

Каждый ученый творил историю. Как выделил бы английский философ и историк Т. Карлейль: каждый из них является героем. В обществе коллективистского типа понятие «героизм» характеризует совершение выдающихся поступков, требующих готовности к самопожертвованию. Общественный мотив, ставший личным, способствует совершению этого поступка. Главным в этой деятельности было беззаветное служение Родине, основанное на духовном самосовершенствовании, бескорыстии и жертвенности. Своей подвижнической деятельностью энтузиасты ракетной техники качественно изменили принципы работы. Подвижничество, героизм, стойкость при создании ракетной техники снискали им всемирную известность и уважение.

Библиографические ссылки

1. Князевская Т. Б. *Русское подвижничество*. М. : Наука, 1996. 572 с.
2. Циолковский К. Э. *Гений среди людей*. М. : Мысль, 2002. 428 с.
3. Черток Б. Е. *Ракеты и люди*. М. : Машиностроение, 1999. 544 с.

© Анисимова К. Г., 2012

УДК 629.78.001.76

И. И. Бизюков, К. В. Лиманская
Научный руководитель – И. Т. Сидоров
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

ВЗГЛЯД БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА РАЗВИТИЕ КОСМИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

Представлены взгляды будущих специалистов на политику в области развития космических технологий. Рассмотрена тенденция развития космических технологий.

Наша страна в настоящее время начинает уступать в развитии космических технологий, и мы как будущие специалисты холодильной, криогенной техники и системы жизни обеспечения считаем, что нашему государству нужно проводить политику, направленную на развитие космических технологий, и поддерживать специальности, помогающие этому делу.

Итак, какова же перспектива развития космических технологий для нашей страны?

В Российской Федерации с ее громадными территориями, крайне неравномерным расселением людей, проблему создания и поддержания современной телекоммуникационной инфраструктуры можно решить только при широком применении систем и сетей спутниковой связи. Современное развитие ряда отраслей экономики страны неразрывно связано с состоянием спутниковой связи. Спутники позволяют качественно, быстро и эффективно организовать звуковое и телевизионное вещание, связь и передачу данных, включая доступ в Internet и тому подобное. Особенно эффективны спутниковые решения для организации связи в труднодоступных районах и районах со сложными климатическими условиями, такими как Кавказ, Сибирь и Дальний Восток. Не подвергается сомнению преимущество спутниковых

систем в случае быстрого развертывания сетей связи.

Роль спутниковой связи и вещания существенно повышается в настоящее время, когда решается задача перехода на цифровое телевизионное и звуковое вещание. Единственным приемлемым и одновременно практически реализуемым способом охвата цифровым вещанием всей территории РФ является спутниковое вещание (телевизионное и звуковое), как распределительное, так и спутниковое непосредственное вещание (СНВ). Россия в течение десяти лет запустила 17 спутников связи гражданского назначения, из которых в начале 2011 года целевую функцию выполняли 11 космических аппаратов.

По сравнению с 2000 годом российская система спутниковой связи гражданского назначения сократилась на пять спутников. Располагая уникальными космическими технологиями, Россия из-за глубокого кризиса двух последних десятилетий почти полностью утратила способность создавать радиотехнические компоненты спутников.

Несмотря на то, что первый в мире низколетящий спутник для персональной связи был создан в СССР в середине 60-х годов XX столетия, гражданская низкоорбитальная система спутниковой связи «Гонец»

за 20 лет работы так и не создана. Космические аппараты – ретрансляторы национальной космической системы ретрансляции в настоящее время отсутствуют, что существенно снижает эффективность функционирования российского сегмента Международной космической станции и космических аппаратов дистанционного зондирования Земли, сдерживает реализацию ресурсосберегающих и эффективных технологий управления и контроля космических аппаратов и других объектов ракетно-космической техники.

В последние десять лет с появлением новых субъектов (Китай, Индия, Япония, Европейский Союз) наблюдается значительное оживление в космической деятельности по освоению космоса, в которых Россия значительно отстает. Данные страны прекрасно понимают значимость космических технологий не только в исследовательском плане, но и в плане перспектив развития экономики, науки, техники, улучшения жизни людей.

Анализ результатов финансирования космической деятельности свидетельствует о том, что суммарное финансирование гражданских космических программ России в 2010 году впервые перевалило за 100 млрд рублей. За первое десятилетие XXI века финансирование гражданской космической деятельности составило более 13 млрд долларов США и выросло в 11,5 раз в рублёвом и в 11 раз в долларовом исчислении. Однако реальная орбитальная группировка России за эти же годы, не только не увеличилась, а, напротив, по экспертной оценке, сократилась почти на 30 спутников, в том числе на 24 спутника гражданского назначения.

На кадровых проблемах отрасли следует остановиться подробнее. Ракетно-космическая промышленность России, как и другие высокотехнологичные отрасли народного хозяйства, подверглась разрушительному удару в процессе смены государственной власти в 1991 году. В 90-х годах прошлого столетия

произошло более чем двенадцатикратное падение государственного финансирования гражданского космоса. Поэтому в 1992–1999 годах космическая отрасль понесла катастрофические кадровые потери специалистов в возрасте от 20 до 40 лет, последствия которых не замедлили негативно сказаться. В связи с этим в настоящее время основной проблемой отрасли является восполнение тающего на глазах из-за естественной убыли поколения советских учёных (средний возраст 60 лет), инженеров и квалифицированных рабочих (средний возраст превышает 50 лет), составляющих кадровую основу отечественной ракетно-космической промышленности. К большому сожалению, эта проблема приобрела всероссийский масштаб и относится не только к космической отрасли, но в равной степени относится и к системе подготовки рабочих, технических, инженерных и научных кадров. Поэтому квалифицированных специалистов ракетно-космической промышленности брать просто негде.

Наш вуз играет большую роль в развитии космических технологий. Так как именно СибГАУ является одним из немногих университетов в России, которые готовят специалистов в данной сфере деятельности. Мы считаем, что политика в России должна больше уделять внимания техническим ноу-хау. По нашему мнению, правительству необходимо быть более заинтересованным в развитии и усовершенствовании космических технологий, а также уделять должное внимание уровню квалификации специалистов, имеющих отношение к данному виду деятельности.

Библиографические ссылки

1. URL: http://www.sk.ru/Model/AboutFund/Clusters/Space/Directions/Priority/~media/Files/LAW/Priority_KKtIT_2012_DRAFT_Ru.ashx.
2. <http://protown.ru/information/hidden/4493.html>.

© Бизюков И. И., Лиманская К. В., 2012

УДК 378

М. А. Дектярева, О. И. Коток
Научный руководитель – И. Т. Сидоров
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВУЗ В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА И ОБЩЕСТВА ПО РАЗВИТИЮ КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

В современном государстве образование играет важнейшую роль в развитии деятельности человека. Государство должно предоставить все условия, чтобы образование было общедоступным для всего народа многонациональной страны.

Роль образования в жизни общества имеет непреходящее значение. В современном мире значение образования как важнейшего фактора формирования нового качества экономики и общества увеличивается вместе с ростом влияния человеческого капитала [1]. Российская система образования была способна конкурировать с системами образования передовых стран, но уже несколько лет система претерпевает изменения. Россия переходит на Болонскую систему

образования, что подразумевает под собой новый уровень образования выпускников высших учебных заведений. Данная система образования введена и в Сибирском государственном аэрокосмическом университете (СибГАУ). Болонская система образования включает в себя два этапа получения высшего образования: бакалавриат и магистратура. Выпускник бакалавра становится специалистом в своей области и может устраиваться на работу. Магистратура же под-

разумеает в большей мере, занятие научной деятельностью. То есть та же работа на заводе уже не для магистра. Он управляет такой работой, создает научные разработки. Появляется проблема: работодатели охотнее берут на работу, на производство магистров, нежели бакалавров. То есть вузовская подготовка и реальный спрос на рынке на данный момент противоречат друг другу. На данном этапе перехода от старой системы образования к новой, необходима активная роль государства в данной сфере, глубокая и всесторонняя модернизация образования. Произошедший в 90-х годах социально-экономический кризис существенно затормозил позитивные изменения в области образования. Государство во многом ушло из образования, которое вынуждено было заняться самовываживанием. В современных условиях, образование более не может оставаться в состоянии внутренней замкнутости и самодостаточности. Содержание школьного образования требует адекватных современных фундаментальных знаний: математики и информатики, русского и иностранных языков, базовых социальных и гуманитарных дисциплин. В то же время общество наполнили слухи, что с 2013 года начнет действовать закон о платном среднем образовании. Все предметы, за исключением 5 (русский, математика, английский, история, физическая культура) будут платными. Если это окажется правдой, не понятно, какие цели преследует наше правительство этим законом. В СССР все образование было бесплатное, каждый имел равные возможности, а сейчас все наоборот. Высшим учебным заведениям приходится «выживать» в системе рыночных отношений. На помощь приходят заводы, с которыми заключаются договора, в результате которых университет предоставляет заводу специалистов, а завод взамен спонсирует. Неудивительно будет, если лет через 10 все образование будет коммерческое. Но так быть не должно! Существуют отрасли, которые без поддержки государства не смогут существовать, не исключение и космическая. Новые разработки, технологии в космической отрасли необходимы государству для возможности конкурировать на мировом рынке с другими странами. Такие университеты, как СибГАУ, МАИ, МАТИ, МГТУ им. Баумана и др. выпускают специалистов, способствующих развитию космической отрасли. Поддержка государства здесь должна быть безоговорочной. Сравним уровень образования, уровень занятости выпускников в СССР и России. Система образования в СССР была более продуктивной, студенты одновременно получали хорошее образование и стаж работы. Пример ВТУЗов.

удобны: один семестр обучение было дневное, а после работа, второй семестр – вечернее обучение, утром работа. Эффективность этой системы состояла в том, что все выпускники вузов видели свое будущее, они знали, что у них за плечами стаж работы, диплом и возможность найти работу по душе. В наше же время многие работодатели не берут пусть даже и высококвалифицированных специалистов на работу без стажа. Тогда вопрос, где его взять? Проблема занятости на данный момент больше, чем актуальна. Для того чтобы данные проблемы решились, можно надеяться, что будут модернизированы действующие в образовании организационно-экономические механизмы, что позволит увеличить объем внебюджетных средств в образовании. Главная задача российской образовательной политики – обеспечение современного качества образования. Государство должно возвратиться в образование как гарант качества образовательных программ и услуг, предоставляемых как общеобразовательными, так и профессиональными образовательными учреждениями (Приложение к приказу Минобрнауки России от 11.02.2002 № 393). Политика нашего государства имеет противоречивый характер. С одной стороны государству нужны высококвалифицированные кадры, но с другой стороны оно для их обучения делает минимум из всего возможного. На данный момент реализуется ряд мер, направленных на повышение требований к качеству профессионального образования, в частности: переаттестация всех образовательных программ, повторное лицензирование филиалов вузов и т. д. СибГАУ в 2012 году проходит аккредитацию, в результате которой вузу будет выдана лицензия. Было немало разговоров, что университет могут закрыть, присоединить к Сибирскому Федеральному Университету. Мы считаем, таких вопросов в отношении такого профиля вуза, не может быть никаких. СибГАУ единственный университет Зауралья такой специфики. Нужно всеми способами заявлять о вузе, о его разработках, участвовать в грантах, искать спонсоров, которые вложили бы свои деньги в одну из ведущих отраслей СССР и сегодняшней России. Система образования должна быть ориентирована на постоянно возрастающий общественный образовательный спрос, на конкретные интересы семей, местных предприятий. Именно ориентация на реальные потребности потребителей должна создать основу для привлечения дополнительных финансовых и материально-технических ресурсов в сферу высшего образования.

© Дектярева М. А., Коток О. И., 2012

Р. Д. Иванов
 Научный руководитель – А. С. Гурьянов
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

А. Л. ЧИЖЕВСКИЙ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ СОБЫТИЙ

Рассматривается возможность прогнозирования политических событий на основе учения А. Л. Чижевского.

Слово «прогноз» (от греч. Prognosis) означает знание наперёд, предвидение, предсказание. Известный учёный А. Л. Чижевский в 1927–1928 гг. опубликовал ряд статей. В них он говорил, что которых многочисленные функциональные и органические нарушения в жизнедеятельности и развитии биологических систем являются следствием искажения нормального хода физических процессов на Солнце.

Магнитное поле Солнца и выбросы плазмы влияют на Землю. В качестве примера рассмотрим события 2010 г. Лондон потрясли выступления студентов, возбуждённых решением парламента о повышении платы за обучение, когда атаке подвергся сам принц. Далее голосование в парламенте Италии, в результате которого премьер-министр сохранил свой пост, также спровоцировало молодёжные волнения в Риме.

Объединяет эти события необычная ярость протестантов и массовость движений, хотя начало декабря обычно отмечается спадом социальной и политической активности. Имеют ли эти события что-то общее или их синхронность и схожесть просто случайность? Ответить на этот вопрос нам и поможет учение русского учёного Александра Леонидовича Чижевского, изложенного им в работе «Физические факторы исторического процесса», написанной в 1924 году. В ней учёный писал, что есть взвешиваемая сила, которая извне воздействует на жизнь людей. Одновременность колебаний солнечной и человеческой деятельности являются лучшим доказательством её существования [2].

Поводом к размышлению стало наблюдение за появлением больших пятен на Солнце в 1915 году. А. Л. Чижевский обратил внимание, что появление пятен на светиле и немедленное усиление военных действий происходят одновременно. Чуть позже он обнаружил, что февральской и октябрьской революциям в России предшествовали особо мощные пятнообразовательные процессы на Солнце [2].

Активность Солнца претерпевает четыре этапа: 1) период минимума, 2) период увеличения активности, 3) период максимума и 4) период деградации (спада). Полный цикл занимает промежуток времени от 7 до 16 лет. Однако обычно используют среднее значение длительности цикла, равное 11 годам. Общеизвестно, что изменение магнитной активности Солнца влияет на Землю, вызывая магнитные бури, полярные сияния, перистые облака, оптические эффекты в атмосфере, грозы и др. [1].

Однако этими явлениями влияние Солнца не ограничивается. По данным своих наблюдений А. Л. Чижевский с допустимой погрешностью построил таблицу солнечной активности всего периода человеческой истории. В эту таблицу он внес важнейшие со-

бытия истории человечества во всех регионах мира. В итоге выявил закономерность распределения исторических событий в рамках 11-летнего цикла солнечной активности.

Свою теорию периодических изменений поведения организованных масс, связанных с изменениями в деятельности Солнца, учёный назвал историометрия. За основную измерительную единицу отсчёта исторического времени он принял цикл, равный 11 годам. Эту единицу отсчёта исторического времени он назвал историометрическим циклом [2].

Далее каждый исторический цикл он разделил на четыре периода. Плотность событий в периодах распределяется следующим образом: в 1-м периоде цикла (3 года) начинаются 5 % всех исторических событий; во 2-м (2 года) – 20 %; в 3-м (3 года) – 60 %; в 4-м (3 года) – 15 % [1].

То есть, на развитие цивилизации в одинаковой степени пагубно влияет как чрезмерное, так и пониженное количество солнечной энергии. По нынешним временам эти идеи были бы заклеены, как реакционные, поскольку А. Л. Чижевский не только постулирует наличие высших и низших рас и культур, но ещё даёт этому научное обоснование.

Учёный дал характеристику четырёх периодов открытых им всеобщих циклов исторических событий. Он считал, что первый период 11-летнего цикла характеризуется разрозненностью и индифферентизмом масс к вопросам политическим и военным, миролюбием, уступчивостью, терпимостью и т. д. Изучая исторические события, он установил, что в этом периоде чаще всего заключаются мирные договоры; подписываются акции капитуляции; народы подвергаются оккупации; максимально сокращается парламентаризм и усиливается единовластие [2].

Начало второго периода характеризуется подъёмом возбуждения масс. Единения масс нет; только начинают вновь организовываться распавшиеся к периоду минимальной возбудимости партии и группы, намечаются вожди, определяются программы.

Третий период – главный этап развития каждого цикла, разрешающий всемирно- исторические проблемы человечества и основополагающий новые исторические эпохи. Этот период побуждает человечество к величайшим безумствам или благодеяниям. В период максимальной возбудимости иногда достаточно малейшего повода, чтобы массы воспламенились, подняли восстание или двинулись на войну. Даже один слух, пущенный в обращение массам, может повлечь всеобщее волнение и мятеж.

Наконец, четвёртый период в историко-психологическом отношении не может изобиловать крупными

событиями, но, обычно, в этом периоде завершаются те из них, которые возникли ранее, т. е. это период общего спада напряжения.

В своей работе А. Л. Чижевский приводил графики активности Солнца и социальной активности человечества. Из этих графиков были заметны совпадения подъёмов в пятнообразовании и вспышек революционной деятельности народных масс России за период с 1 октября 1905 г. по 1 апреля 1906 г. (митинги и забастовки; бомбы и покушения; немедленные репрессии). Примем эту дату за отправную точку наших расчётов. Будем иметь в виду, что это третий период историометрического цикла (наибольшая возбудимость) [2].

Спустя 11 лет произошёл, как мы знаем, Октябрьский переворот и началась Гражданская война. Опуская рассмотрение всех точек через каждые 11 лет, упомянем кратко, что на эти 11-летние интервалы (если считать от период 1905–1906 гг.) приходится начало Второй мировой войны (1939 г.), а также дра-

матические события в Москве в конце 1993 года. Последней такой точкой стал 2005 год [1].

В настоящее время проблема прогнозирования актуализируется. На этап практического осуществления поставлена задача реформирования всего общества. Эта задача предполагает не только знание, видение упомянутых сил, но и предвидение их поведения. Только на основе этого знания и предвидения возможно построение реальной программы, плана и перспектив сознательного организационно-регулирующего действия.

Библиографические ссылки

1. Пономарев И. Теория Чижевского и мы. URL: <http://gboka.livejournal.com>.

2. Чижевский А. Л. Физические факторы исторического процесса. URL: <http://astrologic.ru/library/chizhevsky/>

© Иванов Р. Д., 2012

УДК 327:629.78

А. В. Сидоров, Д. В. Щеголькова
 Научный руководитель – Л. А. Семенова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСВОЕНИЕ ЛУНЫ: ПОЛИТИКА, КОММЕРЧЕСКИЙ ИНТЕРЕС ИЛИ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ?

Представлены этапы изучения Луны, завершившиеся и будущие лунные миссии, и дана оценка этих миссий с политической, коммерческой и исследовательской точки зрения.

Луна – единственный естественный спутник Земли. Научный интерес к Луне возник уже в античные времена. В III веке до н. э. Аристарх Самосский в работе «О величии Солнца и Луны и о расстоянии между ними» пытался дать ответы на некоторые «лунные» вопросы. Во II веке до н. э. Гиппархом Никейским были исследованы и достаточно точно (для того времени) определены особенности движения ночного светила. Изобретение телескопа в Средние века способствовало созданию первых карт лунной поверхности [1].

Во второй половине XX века интерес к Луне определялся государствами с различным политическим строем: СССР и США. Весной 1946 года руководство США определило главную задачу страны на ближайшие годы – запуск искусственного спутника Земли. Разработка лунных миссий требовала больших финансовых вложений. Если после Второй мировой войны США разбогатели на поставках союзникам, то европейская часть СССР лежала в руинах. Но это не останавливало правительство СССР. Амбиции руководства Советского Союза подстегивали первые достижения в лунной гонке: 14.09.1959 г. аппарат «Луна-2» коснулся лунной поверхности (на три года раньше США). В октябре того же года с советской станции «Луна-3» были получены первые фотоснимки невидимой с Земли обратной стороны Луны. Но 20 июля 1969 г. на Луну впервые высадились земляне – гражд-

дане США. И на этом этапе «лунной гонки» СССР проиграл.

С удовлетворением политических амбиций двух сверхдержав «лунная гонка» завершилась к концу 70-х годов XX века. Изучение Луны свелось лишь к сериям автоматических миссий. Результат политического и идеологического соревнования – заключенное в рамках ООН (18.12.1979 г.) Соглашение о деятельности государств на Луне и других небесных телах.

В 2000-х годах в связи с появлением новых технологий, способствующих развитию ракетно-космической техники (РКТ), к Луне вновь возродился интерес. В сентябре 2003 г., в рамках проекта Европейского космического агентства с участием 11 европейских государств и США была запущена экспериментальная автоматическая межпланетная станция SMART-1. Цели запуска SMART-1 – проверка и отработка новых технологий для последующего их использования в полётах к более удалённым объектам Солнечной системы. Одной из основных новинок стал экономичный ионный двигатель, во многом благодаря которому вес аппарата составил всего около 370 кг. По итогам, на отдельных участках лунной поверхности были обнаружены магний, алюминий, кремний, кальций, железо. В сентябре 2006 года миссия SMART-1 завершилась.

В 2009 году на орбиту спутника Земли NASA был отправлен зонд Lunar Reconnaissance Orbiter (LRO).

В его задачи входило исследование минералогии и геологии Луны, составление подробных трёхмерных карт, поиск залежей водяного льда в полярных кратерах, подбор наиболее оптимальных мест для будущих поселений людей. В рамках этой же программы NASA исследует Луну с помощью искусственного спутника Lunar CRater Observing and Sensing Satellite. Этот зонд, столкнувшись с поверхностью Луны в кратере Кабеус, поднял шлейф из водного пара и льда. Аппараты LRO оценили общее количество поднятой воды в 155 кг.

Научные исследования Луны в XXI веке по-прежнему связаны с политическими целями первенства, но уже не так ярко выражены. Результаты исследований различными странами стали достоянием всего человечества: 1. Гравитационное поле на видимой стороне Луны больше, чем на обратной; 2. Лунные породы содержат химические элементы: уран, калий, кальций, кремний, магний, алюминий, торий, титан, железо, кислород и др.; 3. Составлена подробная топографическая карта лунной поверхности с разрешением около 15 км; 4. Получено чёткое представление о температурной структуре Луны; 5. Обнаружение на Луне воды, которую можно использовать во время будущих лунных экспедиций.

Будущие проекты:

1. В декабре 2011 года правительство КНР объявило о намерении отправить человека на Луну. В планах – к 2016 году добиться «новых технологических прорывов» в пилотируемых космических полётах [2].

2. Программа Индии реализации лунной миссии совместно с Россией. В рамках сотрудничества Индия разрабатывает орбитальный аппарат, небольшой лунноход и ракету-носитель для запуска, а Россия готовит и предоставляет посадочный аппарат с комплексом научной аппаратуры. Старт программы намечен на 2013 год.

3. Россия планирует запустить два проекта: «Луна – Глоб» и «Луна – Ресурс» [3].

Научная цель миссий – построить на Луне обсерваторию для изучения удаленных уголков Вселенной. Телескоп, установленный на Луне, будет во много раз превосходить земные, либо которые находятся на околоземной орбите.

Планы освоения Луны вызваны и коммерческими интересами государств и частных фирм. Так, напри-

мер, к 2020 году компания Спейс Эдвенчерз уже запланировала частную экспедицию на Луну. Стоимость участия в мероприятии составит около \$100 млн.

Промышленная деятельность предполагает добычу полезных ископаемых Луны и доставку их на Землю. Особый интерес представляет гелий-3, грамм которого стоит около 1000\$. Присутствие гелия-3 на Луне представители NASA считают серьезным поводом к освоению спутника. Гелий-3 – редкий изотоп, а на Луне его по минимальным оценкам около 500 тыс. тонн – нужен в ядерной энергетике для запуска термоядерной реакции. Считается, что стоимость его доставки на Землю будет в десятки раз меньше, чем у вырабатываемой сейчас электроэнергии на атомных электростанциях. При использовании гелия-3 не возникает долгоживущих радиоактивных отходов, и поэтому нет проблемы их захоронения.

Итак, реализация лунных миссий в ближайшее 10...20 лет преследует политические цели, в частности, первенство в построении лунных баз и добычи полезных ископаемых. Политический аспект в освоении Луны будет стимулировать научные исследования и присутствовать до тех пор, пока транспортное движение «Земля – Луна» и обратно не станет привычным для землян. Это движение станет привычным с реализацией в РКТ нанотехнологий и наноэлектроники. Коммерческий интерес частных компаний к Луне возрастет с развитием космического туризма и будет зависеть от возможностей РКТ и инфраструктуры космодромов. Политические амбиции космических держав после отработки технологий на Луне будут устремлены к пилотируемым полётам к более удалённым объектам Солнечной системы.

Библиографические ссылки

1. Луна. [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org/> (дата обращения: 04.04.2012).
2. Космический аппарат «Чанъэ-3» прилунится в 2013 году [Электронный ресурс]. 19.01.2012. URL: <http://www.i-mash.ru/> (дата обращения: 04.04.2012).
3. Роскосмос, NASA и ЕКА возьмутся за Луну [Электронный ресурс]. 19.01.2012. URL: <http://www.i-mash.ru/> (дата обращения: 04.04.2012).

© Сидоров А. В., Щеголькова Д. В., 2012

УДК 669.713.7

И. Д. Хазиева
Научный руководитель – О. Ф. Морозова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПОЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОСВОЕНИЯ КОСМОСА

Доказывается необходимость повышения эффективности политики в отношении освоения космоса. Содержатся предложения по оптимизации организации космической деятельности в России.

В XX-XXI вв. в сферу политической деятельности активно включается космическое пространство. Под последним мы понимаем форму бытия социальной системы, в которой реализуются властные отношения. Современные политические аспекты освоения космоса исследованы явно недостаточно, хотя, как мы полагаем, актуальность подобных исследований возрастает в силу того, что:

- увеличиваются технические возможности освоения космоса;
- реальна угроза силового давления из космоса;
- освоение космического пространства открывает возможность научного, технического, социального и других видов прогресса в России.

Совершенствование политики освоения космического пространства связана с преодолением технологического отставания. Реализация цели России в космической деятельности – достижение лидирующего положения.

Политика России в области космической деятельности направлена на то, чтобы достичь лидирующего положения в исследовании и использовании космического пространства для чего требуется решить следующие задачи. *Первое:* выйти на современный технологический уровень космической деятельности. Для этого нам нужно увеличивать объем экспорта космических услуг, техники и комплектующих в сравнении с аналогичным параметром других стран. *Второе:* достичь более широкого, чем за рубежом, использования результатов космической деятельности. Для этого необходимо увеличивать количество услуг на душу населения, предоставляемых ему с помощью отечественной космической техники. *Третье:* осуществлять космические проекты мирового значения с использованием научных результатов, полученных отечественными исследователями космоса, широко информируя мировую общественность и повышая при этом рейтинг «космических» новостей из России, а также рейтинг самой России. В России имеются все предпосылки для достижения этих целей. *Во-первых,* у нас есть природные ресурсы, объем и разнообразие которых больше, чем в любом другом государстве. *Во-вторых,* мы обладаем самым большим по времени опытом космической деятельности, включая и обширный негативный опыт. *В-третьих,* у нас создана наземная космическая инфраструктура, способная обеспечить реализацию любых разумных космических задач. *В-четвертых,* у нас продолжает функционировать космическая отрасль промышленности, по физическим объемам производства занимающая первое место в мире.

В-пятых, мы сохранили специалистов, способных решать любые современные задачи космонавтики. И, наконец, *в-шестых,* нашу работу при решении задач в космической сфере одобряет и поддерживает общественность.

Поставленные задачи не могут быть решены лишь командными методами, не всегда эффективными являются и дополнительные финансовые средства. России необходима современная система управления космической деятельностью, используя которую, мы сумеем эффективно использовать имеющийся потенциал, бюджетное финансирование, а также адекватно реагировать на быстро меняющуюся ситуацию в развитии мировой космонавтики и на рынках космических услуг. Только при такой системе управления мы сможем формировать и запускать механизмы самосовершенствования космической отрасли, аналогичные действующим зарубежным системам, уже продемонстрировавшим свою результативность. Первым шагом в выполнении задач должно стать разрешение трех связанных между собой **ключевых проблем**, для отечественной космонавтики наиболее болезненных и затрудняющих ее успешное развитие. Одна из проблем, главная, – **целесолагание**. Образование Федерального космического агентства (Роскосмоса) и принятие Закона о космической деятельности создали основу для системы государственного управления этой деятельностью в Российской Федерации. Сложная экономическая и внутривластная обстановка того времени не позволили завершить эту работу и сформировать систему определения целей отечественной космонавтики на федеральном уровне государственного управления. Вторая – **информационная закрытость** сферы космической деятельности в России. Во многом это исторически обусловленная практика, которая существует и сегодня. Третья – **законодательная база** космической деятельности. Космонавтика существенно отличается от обычных видов деятельности в юридическом смысле, что обуславливает необходимость ее специального нормативно-правового регулирования. Российское законодательство по вопросам космической деятельности нужно соотносить с международным космическим правом [1, с. 51–52].

Для решения основных проблем российской космонавтики требуется внесение коррективов в действующую систему государственного управления космической деятельностью. В сложившейся ситуации нет необходимости в радикальных переменах. Более того, при отсутствии консенсуса по основным направлениям развития космонавтики такие перемены

ей противопоказаны. На наш взгляд, эффективным импульсом и инструментом для решения накопившихся проблем может стать создание Совета по космосу при Президенте Российской Федерации. Высокий статус Совета по космосу будет определяться общественно-социальной значимостью космонавтики и необходимостью согласованных действий ряда министерств и ведомств, часть из которых входит в прямое подчинение президенту.

Сохранение существующего положения в российской космонавтике определяет ее относительно низкую экономическую эффективность, постепенное ее вытеснение с международной арены более энергичными конкурентами и, в конечном счете, обуславливает переход к импорту космической продукции и услуг. Для изменения сложившейся ситуации необходимы энергичные действия в области организации космической деятельности в России. К таким действиям можно отнести создание Совета по космосу при президенте Российской Федерации, который обеспечит решение проблемы целеполагания, сформирует информационную политику, выработает механизмы

космического законодательства и разрешит другие актуальные проблемы российской космонавтики. Для обновления и совершенствования космической деятельности необходимо использовать инфраструктуру поддержки инновационных поисков и установить взаимодействие Роскосмоса и предприятий космической отрасли с институтами развития [1, с. 54].

Библиографические ссылки

1. Жуков С. А., Моисеев И. М. Актуальные проблемы российской космонавтики. // *Отраслевой журнал по спутниковой навигации «Вестник ГЛОНАСС»*. 2011. № 1. С. 49–54.
2. Касьянов В. Проблемы современной российской космонавтики // *Проблемы и перспективы космонавтики*. 2011. URL: <http://www.proza.ru/2011/07/13/435>.
3. Кричевский С. Основные проблемы космонавтики // *Космос – ENWL/ 01/10-2009*. URL: <http://www.bellona.ru/enwl/Archive/1254081856.88/1254391024.74>.

© Хазиева И. Д., 2012

УДК 378

А. И. Астахов, А. А. Зимаков
Научный руководитель – Г. М. Гринберг
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

И. К. Фролова
Научный руководитель – Л. М. Ивкина
Красноярский государственный педагогический университет
имени В. П. Астафьева, Красноярск

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СТУДЕНТОВ РАЗНОПРОФИЛЬНЫХ ВУЗОВ ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ КОМПЛЕКСНОГО ЗАДАНИЯ НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ

Раскрывается важность самостоятельной работы студентов, рассматриваются организационные вопросы использования в учебном процессе такого вида аудиторной самостоятельной работы студентов, как «лекция с частичной заменой преподавателя».

В образовательной системе России в настоящее время реализуется инновационная модель, определяющая приоритеты, цели и этапы формирования специалистов на период до 2020 года. Основы этой модели отражены в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на этот период, а для реализации модели требуется переход профессионального образования на компетентностный подход формирования специалиста.

Компетентностный подход формирования специалиста предусматривает подготовку квалифицированного работника соответствующего уровня и профиля, конкурентоспособного на рынке труда, компетентного, ответственного, свободно владеющего своей профессией и ориентированного в смежных областях деятельности, способного к эффективной работе по специальности на уровне мировых стандартов, готового к постоянному профессиональному росту, социальной и профессиональной мобильности. Решение этих задач невозможно без повышения роли самостоятельной работы студентов над учебным материалом, усиления ответственности преподавателей за развитие навыков самостоятельной работы, за стимулирование профессионального роста студентов, воспитание их творческой активности и инициативы [1].

Увеличение доли самостоятельной работой студентов (СРС) требует соответствующей реорганизации (изменения содержания и методики) образовательного процесса, модернизации учебно-методической документации, разработки новых дидактических подходов для глубокого самостоятельного освоения учебного материала.

В данной статье на примере самостоятельной работы студентов Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М.Ф. Решетнева (СибГАУ) описывается организация такого вида аудиторной СРС, которая представляет собой лекционное занятие, проводимое совместно препода-

вателем и студентами. Такое лекционное занятие условно назовём «лекция с частичной заменой преподавателя».

Таким образом, под самостоятельной работой студентов СибГАУ «лекция с частичной заменой преподавателя» будем понимать такую форму организации теоретического и практического обучения, которая предполагает активную работу студентов по самостоятельной подготовке презентации по определённому разделу изучаемой дисциплины и выступление с этой презентацией во время лекционного занятия. Причём содействие студентам СибГАУ в подготовке презентации оказывают (в рамках своего задания самостоятельную работу) студенты Красноярского государственного педагогического университета имени В. П. Астафьева (КГПУ). В результате формируется комплексное задание студентам обоих вузов на выполнение самостоятельной работы.

Комплексная самостоятельная работа студентов обоих вузов проходит в три этапа (см. рисунок).

Первый этап – подготовительно-организационный. На этом этапе преподаватель СибГАУ выдаёт студенту СибГАУ задание на подготовку к выступлению. Студентом под руководством преподавателя проводится планирование самостоятельной работы; производится поиск и структурирование учебно-методических материалов.

Второй этап – мотивационно-деятельностный. На этом этапе происходит взаимодействие студентов СибГАУ и КГПУ по компоновке и оформлению презентации. Преподаватели СибГАУ и КГПУ на этом этапе оказывают студентам консультационную помощь; помощь в определении целей индивидуальной и групповой работы; обеспечивают положительную мотивацию индивидуальной и групповой деятельности студентов; осуществляют проверку промежуточных результатов; организацию самоконтроля и самокоррекции; взаимообмен и взаимопроверку в соответ-

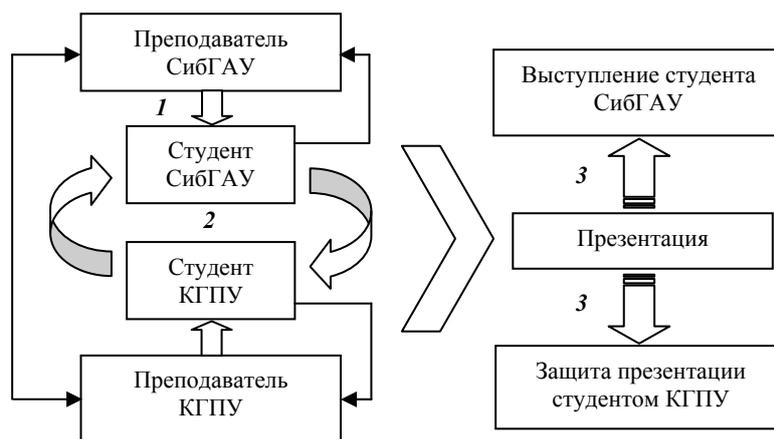


Рис. 1. Схема взаимодействия студентов СибГАУ и КГПУ при выполнении задания на самостоятельную работу

ствии с выбранной целью. Результатом второго этапа является подготовленная презентация.

Итерационность процесса взаимодействия всех участников на первых двух этапах отражается на схеме в виде обратных связей.

Третий этап – контрольно-оценочный. Он включает индивидуальные и групповые отчеты и их оценку. Студенты СибГАУ полученные результаты представляют в виде выступления на лекционном занятии. Студенты КГПУ защищают разработанную презентацию как дидактическое средство для объяснения материала.

По результатам оценок, полученных студентами СибГАУ и КГПУ – участниками творческих коллективов, формируется комплексная оценка для каждого такого коллектива. Комплексные оценки учитываются при начислении премиальных баллов рейтинговой аттестации студентов.

Таким образом, третий этап подводит итог совместной работы всех участников кооперации - педагогов и студентов, характеризуя при этом особый творческий тип их общения и совместной деятельности, предполагающих взаимопонимание, взаимозначимость, взаимоактивность, взаимоудовлетворённость и взаимозаинтересованность друг в друге.

Библиографическая ссылка

1. Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений : Письмо Министерства образования РФ. № 14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г.

© Астахов А. И., Зимаков А. А., Фролова И. К., 2012

УДК 615.851.1

В. Ю. Афанасьев, Е. А. Кайсина
 Научный руководитель – И. Е. Крамида
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВОЗМОЖНОСТЬ СОХРАНЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ У СТУДЕНТОВ, ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОГРАММЕ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ПРАКТИКУМА НА ОСНОВЕ ГИМНАСТИКИ ЦИГУН

Проведен анализ возможности сохранения здоровья у студентов с ослабленным здоровьем, проходивших занятия оздоровительного практикума в периоды 2001–2004 и 2007–2010 г.г. Приведен анализ результатов опроса 1285 студентов. Доказано, что аудиторские занятия оздоровительного практикума на основе гимнастики цигун для ослабленных студентов высокоэффективны в плане сохранения здоровья.

Задачи модернизации российского образования выдвигают новые требования к системе физического воспитания в вузах. Обществу нужны высококвалифицированные специалисты, способные эффективно действовать в изменяющихся условиях. Одним из основных условий для этого является физическое и психическое здоровье, обеспечивающее высокий уровень работоспособности человека.

Одна из основных задач факультетов и кафедр физической культуры вузов – поддержание такого уров-

ня здоровья студентов, который необходим для обеспечения их работоспособности в период обучения в вузе.

Большое количество студентов нашего вуза имеет настолько слабое здоровье, что освобождается от занятий по физической культуре в основной группе на весь учебный год. Таких студентов мы относим к специальной медицинской группе (СМГ). В нашем вузе для них разработана и внедрена в учебный процесс в рамках дисциплины «Физическая культура» (ФК)

специализация «Оздоровительный практикум на основе китайской гимнастики цигун». На аудиторных занятиях оздоровительного практикума (ОП) студенты выполняют релаксационные и суставные разминки и китайскую гимнастику цигун. В структуру аудиторных занятий (АЗ) как важная составная часть входит работа с внутренними причинами заболеваний – психологический тренинг, который содержит упражнения по эмоциональной рекреации, выработке позитивного мышления, осознанной саморегуляции.

Объектом исследования выбрана возможность сохранения здоровья у студентов СМГ, посещающих аудиторные занятия. Критерием оценки физического здоровья человека можно считать самочувствие этого человека. Достаточно объективные данные о состоянии здоровья группы людей можно получить путём опроса этих людей об их самочувствии. В нашем вузе проводится ежегодный опрос студентов СМГ. В данной работе для выяснения возможностей сохранения здоровья у студентов нами проводится анализ некоторых суммарных результатов опросов студентов в 2001–2004 гг. и в 2007–2010 гг.

Для проведения сравнительного исследования отбирались относительно здоровые студенты (ОЗС) 1–3 курсов, обучавшиеся по типовой программе по ФК (около 1000 человек), и студенты, активно посещавшие ОП. Для выявления возможностей сохранения здоровья последние были объединены в разные группы студентов, обучавшихся в вузе в 2001–2004 г.г. и в 2007–2010 гг. Обозначим эти группы следующим образом: А1, А2, А3 – студенты СМГ, посещавшие АЗ в течение 1–2 (132 и 153 человека), 3–4 (50 и 43 человека), 5–6 и более (16 и 20 человек) семестров соответственно.

Мы полагаем, что возможность сохранения здоровья студента в процессе обучения в институте лучше всего определить «от противного», выяснив, какова вероятность потери здоровья, т.е. ухудшения самочувствия. Математической характеристикой вероятности потери здоровья студента той или иной группы при использовании метода опроса будет доля (или процент) студентов, отметивших при опросе, что их самочувствие ухудшилось в целом или по отношению к какому-либо конкретному виду нарушения здоровья. Чем больше эта величина, тем меньше возможность сохранения или улучшения здоровья студента. Поэтому здесь мы проведем главным образом анализ процентов ухудшений здоровья у студентов разных групп относительно здоровых студентов, которые занимались в общей группе, и студентов СМГ за время их обучения по физической культуре.

Опрос студентов по оценке общего самочувствия показал следующее:

1. Вероятность ухудшения самочувствия у студентов, проходящих аудиторное обучение по программе ОП, значительно ниже, чем у студентов других групп. Вероятность того, что студенты, посещающие АЗ, сохраняют или улучшают свое здоровье после цикла занятий, не ниже 0,97.

2. Рост оценки самочувствия студентов, прошедших аудиторное обучение по программе ОП, выше нуля и значительно выше этого показателя оздоровительной эффективности занятий для всех групп ОЗС. Это означает, что студенты, посещающие АЗ, в среднем не только сохраняют, но и улучшают свое самочувствие, что является еще одним доказательством более высокой оздоровительной эффективности занятий ОП, чем занятий ОЗС.

В опросные листы были включены вопросы, которые позволили уточнить распределение изменений в самочувствии студентов по конкретным нарушениям здоровья, наиболее частые из которых: 1) пониженная энергетика, упадок сил; 2) головные боли, головокружения, обмороки; 3) неврозы, раздражительность, тревожность, депрессии; 4) нарушения сна, бессонница; 5) проблемы сердца и всего кровообращения; 6) нарушение иммунитета, частые простуды, ОРЗ; 7) боли в позвоночнике; 8) боли в конечностях; 9) проблемы зрения; 10) проблемы дыхания; 11) проблемы в работе печени и желчного пузыря; 12) нарушения в работе почек; 13) проблемы пищеварения, заболевания желудочно-кишечного тракта.

Данные опроса по разным нарушениям здоровья позволили выявить следующее:

1. Средние проценты ухудшения самочувствия по всем группам нарушений здоровья в 2007–2010 гг. у студентов СМГ, занимавшихся по программе ОП, в несколько раз ниже, чем данные ОЗС. Для 9 из 13-ти наиболее частых нарушений здоровья проценты ухудшений во всех группах ОЗС значительно выше, чем в группах студентов СМГ, занимавшихся по программе ОП. Еще для трех нарушений здоровья эти проценты у четырех или пяти из шести групп ОЗС значительно выше, чем в группах СМГ. Это еще раз подтверждает, что аудиторные занятия ОП более эффективны в плане сохранения здоровья, чем занятия по физической культуре для студентов основной группы.

2. Средние проценты ухудшения самочувствия по всем нарушениям здоровья у студентов СМГ, посещающих АЗ, имеют тенденцию к уменьшению с увеличением длительности обучения после первых двух лет. Значит, в среднем возможность сохранения здоровья у этих студентов после двух лет обучения растет с увеличением длительности обучения. Для 9 из 13 наиболее частых нарушений здоровья проценты ухудшений в группах студентов СМГ, посещающих АЗ, либо не меняются, либо уменьшаются с увеличением длительности обучения.

3. В группах студентов СМГ, посещающих АЗ, для большинства нарушений здоровья значимой разницы между данными 2001–2004 и 2007–2010 гг. не обнаружено. Аудиторные занятия ОП в последние годы так же эффективно, как и раньше, дают возможность этим студентам сохранять или улучшать свое здоровье.

© Афанасьев В. Ю., Кайсина Е. А., 2012

УДК 615.851.1

В. Ю. Афанасьев, Е. А. Кайсина
Научный руководитель – И. Е. Крамида
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ДИНАМИКА ВОЗМОЖНОСТИ СОХРАНЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ У ОТНОСИТЕЛЬНО ЗДОРОВЫХ СТУДЕНТОВ 1–3 КУРСОВ

Проведен анализ возможности сохранения здоровья у относительно здоровых студентов (ОЗС), проходивших обучение по физической культуре в периоды 2001–2004 и 2007–2010 гг. Приведены результаты опроса более 1000 студентов. Сформулированы задачи по совершенствованию занятий по физической культуре для ОЗС.

В нашем вузе для основной группы студентов, не имеющих тяжелых заболеваний, т. е. относительно здоровых студентов (ОЗС), предоставлена возможность выбора варианта обучения по физической культуре (ФК). ОЗС могут либо посещать типовые занятия по общефизической подготовке, либо заниматься по программе одной из специализаций по ФК, к которым относятся: силовая подготовка, плавание, шейпинг, фитнес, игровые виды спорта.

В наших работах доказана эффективность типовых занятий ОЗС по физической культуре в плане сохранения здоровья. Однако необходимо выяснить, что изменилось за последние годы (т. е. рассмотреть вопрос в динамике), и как повлияло введение специализаций на возможность сохранения здоровья ОЗС.

Критерием оценки физического здоровья человека можно считать самочувствие этого человека. Достаточно объективные данные о состоянии здоровья группы людей можно получить путём опроса этих людей об их самочувствии. В нашем вузе проводится периодический (раз в 3–4 года) опрос ОЗС. В данной работе для выяснения динамики возможностей сохранения здоровья у студентов нами проводится сравнительный анализ некоторых суммарных результатов опросов студентов в 2001–2004 гг. (при обучении всех ОЗС по одной типовой программе по физической культуре) и в 2007–2010 гг. (при обучении ОЗС по типовой программе по физической культуре и по программам специализаций).

Для проведения исследования отбирались студенты, активно посещавшие занятия по физической культуре. Для выявления динамики возможностей сохранения здоровья они были объединены в разные группы студентов, обучавшихся в вузе в 2001–2004 г.г. и в 2007–2010 гг. Обозначим эти группы следующим образом (ниже в скобках приведены объемы выборок для групп 2001–2004 и 2007–2010 гг. соответственно): 1, 2, 3 – ОЗС 1 (267 и 201 человек), 2 (276 и 52 человека), 3 (119 и 43 человека) курсов соответственно, посещавшие обычные занятия по физической культуре; 1с, 2с, 3с – ОЗС 1 (96 человек), 2 (73 человека), 3 (83 человека) курсов соответственно, посещавшие занятия специализаций по физической культуре. Всего в исследовании приняло участие более 1000 ОЗС.

Опрос студентов по оценке общего самочувствия показал следующее:

1. Проценты (или вероятность) ухудшения самочувствия групп 1–3 в 2001–2004, 2,3 и 1с–3с в 2007–

2010 гг. различаются незначимо. Наибольший процент ухудшений – в группе ОЗС 1 курса 2007–2010 гг., занимающихся по типовой программе занятий по физической культуре, но и он не превышает 39. Занятия по физической культуре в основной группе студентов дают возможность большинству студентов (более 61 %) сохранить или улучшить состояние здоровья.

2. Рост оценок самочувствия ОЗС 1–3 курсов за период занятий 2001–2004 гг. в среднем различается незначимо и близок к нулю. Это означает, что студенты этих групп в ходе обучения в институте в среднем в этот период времени сохраняли начальный уровень состояния своего здоровья.

Рост оценок самочувствия ОЗС всех групп 1–3 курсов, кроме группы 2с, за период занятий 2007–2010 гг. в среднем различается незначимо и отрицателен. Это означает, что в последние годы наблюдается тенденция к ухудшению среднего самочувствия студентов этих групп при обучении в институте. Лишь у студентов второго курса, посещающих занятия специализаций по физической культуре, в среднем сохраняется начальный уровень здоровья. Это говорит о том, что занятия на специализациях на втором курсе более эффективны в плане сохранения здоровья, чем обычные занятия по физической культуре. Однако требуется совершенствование этих занятий для студентов первого и третьего курсов.

3. Динамика вероятности сохранения или улучшения здоровья наблюдается только у ОЗС, прошедших один год обучения в вузе: вероятность ухудшения здоровья у первокурсников в 2001–2004 гг. значимо ниже, чем у тех, кто в 2007–2010 гг. прошли обучение по физической культуре по типовой программе. Это означает, что необходимо пересмотреть программу, изменить содержание или методы проведения занятий по общефизической подготовке для студентов первого курса так, чтобы снизить вероятность ухудшения здоровья.

4. Динамика роста оценки самочувствия студентов за период обучения проявляется как тенденция к снижению этого показателя оздоровительной эффективности занятий по общефизической подготовке для студентов второго и третьего курсов в 2007–2010 гг. Это означает, что имеется тенденция к снижению эффективности занятий по типовой программе по физической культуре на всех трех курсах обучения.

В опросные листы были включены вопросы, которые позволили уточнить распределение изменений в

самочувствия студентов по конкретным, наиболее частым, нарушениям здоровья и сравнить данные разных групп опрошенных студентов. Данные позволили выявить следующее:

1. Для семи из 13-ти наиболее частых нарушений здоровья проценты ухудшений в группах ОЗС 2007–2010 гг. не превышают 36. Это подтверждает, что занятия по физической культуре для ОЗС дают возможность большинству студентов этих групп сохранить начальный уровень самочувствия. Однако в 2001–2004 гг. такие, сравнительно низкие, проценты ухудшений были для 10-ти нарушений здоровья из 13-ти. Для четырех нарушений здоровья вероятность сохранения начального уровня самочувствия у студентов двух и более групп ОЗС близка к 0,5, т. е. около половине студентов этих групп с такими нарушениями здоровья не удастся сохранить начальный уровень самочувствия. Это говорит о том, что, с одной стороны, в последние годы обучение в вузе стало для студентов более трудоемким, с другой – что студенты групп ОЗС не владеют в должной мере методами восстановления работоспособности. Наблюдается тенденция к отрицательной динамике здоровья ОЗС по наиболее частым нарушениям здоровья.

2. Не удалось обнаружить значимой разницы между процентами ухудшений для групп ОЗС, занимавшихся по типовой программе занятий по физической культуре, и групп тех же курсов, проходивших

обучение по программам специализаций, для большей части нарушений здоровья. Для пяти нарушений здоровья вероятность ухудшения здоровья у студентов одного или двух курсов, обучающихся по программе какой-либо специализации, либо значимо, либо как тенденция выше, чем у тех, кто обучаются по типовой программе. Для двух нарушений здоровья эта вероятность, наоборот, ниже. Число случаев для большинства из 13-ти нарушений здоровья для разных групп опрошенных не превышает 25, поэтому для получения более достоверных результатов необходимо продолжить исследование и увеличить объемы выборок опрошенных студентов разных групп.

3. Сравнивая данные 2001–2004 и 2007–2010 гг., можно заметить, что наблюдается отрицательная динамика самочувствия ОЗС, имеющих нарушения здоровья, связанные с энергетическим потенциалом человека. Для этих нарушений здоровья в последние годы стали значимо выше проценты ухудшений самочувствия у ОЗС первого или третьего курсов. На занятиях по физической культуре для ОЗС этих курсов необходимо больше внимания уделять вопросам реакции, обучать студентов эффективным методам восстановления работоспособности в условиях повышенных нагрузок.

© Афанасьев В. Ю., Кайсина Е. А., 2012

УДК 37.01

А. С. Баглык, М. В. Матвейченко
 Научный руководитель – Н. И. Пак
 Филиал Красноярского государственного педагогического университета
 имени В. П. Астафьева, Канск

АНАЛИЗ ИНТЕРФЕЙСА УЧЕБНЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ МАТЕРИАЛОВ

Известно, что поступающую к нам информацию из внешней среды мы воспринимаем через сигналы с помощью органов чувств. Эти сигналы могут быть закодированы различными способами, которые могут повлиять на понимание переданного сообщения.

Исследования в области теории и методики преподавания учебных дисциплин показывают, чем глубже человек проникает в суть изучаемого процесса или явления, тем глубже и полнее его понимание. Считается, что зрение обеспечивает человеку около 90 % информации, а потому наиболее эффективным средством манипулирования и представления учебного материала в наглядном (образно-наглядном) виде, способствующем пониманию, в обучении может выступать визуализация.

Применение различных методов визуализации знаний и информации улучшает процесс усвоения учебного материала, стимулирует когнитивные процессы студентов, а также позволяет повысить эффективность восприятия материала, обработка которого занимает минимум времени.

Важно различать понятия визуализация информации и визуализация знаний.

Визуализация информации – это использование компьютерных приложений для графического пред-

ставления абстрактных данных (в основном, речь идет о различных диаграммах, графиках, 3D-моделировании и т. д.). **Визуализация знаний** – это набор графических элементов и связей между ними, используемый для передачи знаний от эксперта к человеку или группе людей, раскрывающий причины и цели этих связей в контексте передаваемого знания. Существуют разнообразные способы визуализации. Рассмотрим некоторые из них [1].

Стандартный способ представления информации. Этот способ визуализации представляет собой книжный вариант текста.

Дизайнерские приемы оформления текста. Акцентирование внимания учащегося на ключевых моментах текста с помощью рамок, различных шрифтов, цветового выделения и т. д.

Структурирование информации. Графическое представление информации в виде элементов рассматриваемой предметной области и связей между ними. Структурирование информации можно реали-

зовать с помощью моделей «дерево», «ментальная карта», «формализованная блок-схема», «таблица».

«Сворачивание» информации. Методы «сворачивания» информации позволяют не только скрыть (сжать) часть информации, но и развернуть ее по мере необходимости. Таким образом, тексты, представленные с помощью методов сворачивания информации, являются динамическими и в зависимости от требований пользователя могут менять объем, что позволяет подстраивать учебный материал под каждого читателя. Сворачивание информации можно реализовать с помощью «трехмерного текста», «контекстных подсказок», «всплывающих окон».

Графические изображения (графики, рисунки, диаграммы и т. д.). График является универсальной моделью визуализации материала фундаментальных дисциплин предметной подготовки. Представление изучаемых процессов и явлений в виде графического изображения делает процесс их изучения наглядным.

Чтобы раскрыть суть следующего способа, стоит напомнить, по какому принципу человеческий мозг запоминает информацию. Мозг представляет собой нейронную сеть содержащую узлы – нейроны (клетки мозга) и их соединения – синаптические связи. Соединения реализуются за счёт отростков нейронов, которые бывают двух видов – аксоны и дендриты. По мере возникновения синаптических связей, в нашей памяти откладываются новые образы. Естественно, что чем больше таких связей, тем больше у нас знаний. Связи могут разрываться. В таком случае мы забываем часть информации.

Единственный нюанс состоит в том, что непонятно по какому принципу мы можем знать, что один образ мы помним из детства, а другой, допустим, из юношеского возраста? Для этого нейронные связи следует представить в пространственно-временной модели. Тогда они будут образовываться в динамике, а мы будем запоминать не только образы, но и время их появления.

При использовании вышеперечисленных методов визуализации образование нейронных связей происходит дискретно. Динамичным примером образования связей может служить смена времени суток. Можно предположить, что динамичные связи крепче дискретных. Тогда **динамическую визуализацию** знаний можно считать наиболее приемлемой.

Динамическая визуализация. Графическое представление образов объектов и событий на основе метода системной динамики (т. е. компьютерного способа имитационного моделирования, своими методами и инструментами позволяющего понять структуру и динамику сложных систем). Образная визуализация учебной деятельности во времени, позволяющая зафиксировать умение, навык (или алгоритм) решения учебной задачи. Частный пример динамической визуализации – flash-анимация.

Наша цель на сегодняшний день – выяснить, какой из способов визуализации является наиболее эффективным. Для этого мы создадим информационный ресурс и проведём исследование на качество и быстроту усвоения учебного материала, при различных способах представления информации. Предположительно ресурс будет содержать 5 типов визуализации знаний по одной и той же заранее выбранной теме: стандартный способ, дизайнерские приёмы оформления текста, структурирование информации, сворачивание информации, динамическая визуализация. Тайм-лимит на изучение – 40 минут. Все испытуемые разделяются на 5 групп, каждая группа имеет свой тип визуализации знаний.

Ход исследования можно разбить на следующие пункты:

1. **Регистрация в базе данных** (при регистрации обучаемый вводит свое ФИО и выбирает тип визуализации, который будет ему задан).
2. **Процесс изучения материала** (лимит изучения 40 минут, в случае если изучение материала закончится раньше, время зафиксировано в базе данных).
3. **Проверка знаний** (после изучения материала заданного типа визуализации, обучаемый решает тест, этим самым проверяем уровень усвоения знаний).
4. **Анализ результатов** (построение графиков и диаграмм по каждой группе испытуемых, сопоставляем результаты каждого из способов).

Библиографические ссылки

1. Бархатова Д. А. Методика визуализированного обучения педагогов-бакалавров профиля «Информатика» дисциплинам предметной подготовки : дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. Красноярск, 2011. 148 с.

© Баглык А. С., Матвейченко М. В., 2012

УДК 004.9, 37

М. А. Бухвалов
Научный руководитель – Д. Н. Буторин
Филиал Красноярского государственного педагогического университета
имени В. П. Астафьева, Ачинск

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ ТРЕНАЖЕРЫ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ И ДИСТАНЦИОННОГО КОНТРОЛЯ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ

Рассматривается проблема создания задач и проверки знаний умений и навыков при решении задач по естественнонаучным дисциплинам. Для её решения разрабатывается комплекс автоматизированных тренажеров для организации самостоятельной подготовки и контроля решения задач.

В современных образовательных технологиях особое значение уделяется индивидуализации процесса обучения, увеличению самостоятельной работы уче-

ника или студента, модульному обучению и внедрение дистанционных форм обучения. В этой связи огромное значение принимает процесс создания

и выдачи индивидуальных заданий. Однако отсутствие технологий генерации заданий существенно тормозит развитие этого направления. Поскольку в сравнительно короткий период времени на фиксированный набор заданий формируется банк контрольных работ, отчетов и рефератов. Появились фирмы и сайты, которые аккумулируют подобного рода информацию и предоставляют соответствующие услуги.

На сегодняшний день так же существует проблема в преподавании таких дисциплин как математика, информатика и физика – контроль уровня ЗУН при решении задач. При малой вариативности проверочного материала приходится контролировать возможность списывания, а разработка огромного числа заданий в короткие сроки – повышает нагрузку на учителя.

В идеале необходимо при малых затратах труда строить не похожие друг на друга задачи, имеющие разные решения, и находить алгоритмы решения. Известно несколько попыток создания «генератора задач». Большинство из них используют принцип варьирования параметров в известной схеме или операции с формулами.

Метод логической цепи. Берется некоторое количество относительно простых задач, которые выстраиваются в определенной последовательности по принципу «если на задачу N получен ответ более A, переходи к решению задачи M с такими-то исходными данными, если менее – к решению задачи Q с такими-то исходными данными». При правильном подходе задач и исходных данных можно создать из них такую структуру, что школьнику и в голову не придет искать, у кого бы списать. Это психологически оптимальное решение, ибо бесперспективность списывания ясна сразу.

Подобный метод разработки задач универсален, он пригоден для любого предмета и материала, где может быть сформулирована задача, имеющая ответ, который может сравниваться с эталоном. При этом всем экзаменуемым сообщается весь текст задач и правила переходов от одной к другой, а индивидуальны лишь начальные условия. Ответом на всю гиперзадачу может стать цепочка ответов, ибо в некоторых случаях возможно ее правильное прохождение и получение правильного конечного ответа при неправильном решении всех задач (кроме последней). Возможно построение переходов, при котором для прохождения цепочки необходимо правильно решить все задачи. Для этого надо сравнивать ответ не с порогом, а со значением, что часто бывает недопустимой подсказкой.

Самое главное преимущество, которое дарит этот способ построения контрольной, — преподавателю предварительно не нужно все задачи решать самому. Решение может быть записано в виде формул, ответ же вычислит программа, которая, более того, при заданном списке задач может сама искать варианты начальных условий и переходов, обеспечивающих выполнение алгоритма. Однако такие системы задач выглядят несколько искусственно.

Метод моделирования

Рассматривается физическая ситуация, развитие которой идет по-разному при разных начальных условиях, причем так, что одни и те же элементарные

процессы, знание которых нужно проверить, происходят в разной последовательности и при разных начальных условиях. Решение также реализовано не учителем, а программой. Целью является поиск методов генерации задач, разработка комплекса тренажеров для организации самостоятельной подготовки и дистанционного контроля решения задач по естественнонаучным дисциплинам.

Основные задачи:

1) изучить научную и методическую литературу по самостоятельной подготовке и дистанционному контролю;

2) изучить подходы к генерации математических задач;

3) сформулировать требования к автоматизированным тренажерам-генераторам;

4) разработать автоматизированные тренажеры-генераторы;

5) подготовить методические рекомендации;

6) провести практические апробации.

Генераторы должны покрывать широкий спектр задач, разных типов и сложности, соответствовать текущему уровню знаний, для всех промежуточных этапов образовательного процесса. Дистанционный контроль должен затрагивать техническую, аналитическую и психолого-педагогическую стороны – это проверка промежуточных выкладок и конечного знания, анализ среднего балла успеваемости по данному предмету, исключают помощь извне (временные рамки и т. д.).

Предварительные результаты разрабатываемых генераторов показывают их высокую значимость в процессе обучения. Они позволяют сэкономить время подготовки практической части урока, разнообразить решаемые задания для учеников, что позволяет повысить навык нахождения соответствующего алгоритма решения всевозможных вариаций типовых задач. Расширяя функционал комплекса генераторов появляются возможности решения проблем личного характера (профориентация, поиск самородков), снятие ограничений задаваемых школьной программой, создание задач требующих междисциплинарных знаний. Доступность это возможность для углубленного обучения естественнонаучным дисциплинам в школах, средних и высших учебных заведениях. Помогают в образовательном процессе при представлении нового материала, демонстрации решения задач, при контроле знаний, тестировании, самообучении и подготовке вне учебного заведения.

Рассмотрим общую структуру генератора заданий. Он состоит из базы знаний, запроса с входными параметрами задания, генератора заданий, базы выходных параметров и самого сгенерированного задания.

Информация о параметрах генерируемых заданий, а также их типах содержится в базе знаний. Естественно для каждого тематического раздела будут доступны лишь некоторые типы заданий. Запрос содержит ограничения для типов генерируемого задания и генерируемых параметров. Обработав запрос, база знаний отправляет данные в генератор выходных параметров, где будет сформировано само задание. Что бы генератор формировал каждый раз уникальное задание, не повторяющееся ранее, необходима база

выходных параметров. Генератору следует поэтапно сверять получаемые параметры с этой базой, и сохранять в неё новые. Так же это полезно при появлении ошибок генерации, что позволит достаточно быстро исправить недочеты, и предоставить иное задание.

Сформированное задание представляется на языках LaTeX или XML, а также на декларативном языке, если необходима визуализация задания в виде схемы или графика. Сохраненное задание помещается либо в общий банк заданий либо идентифицируется с учащимся, проходящим это задание. Последнее позволяет создать таблицу с достижениями учащегося по всем разделам изучаемого предмета.

Данная структура комплекса позволяет:

1) исключить списывание, человеческий фактор педагога при подготовке к уроку;

2) повысить продуктивность работы учащихся во время урока, уровень умений решения задач, оставлять уровень знаний учащихся на должном уровне;

3) использовать для дистанционного обучения или самостоятельной подготовки вне учебного заведения;

4) дополнять базу знаний руководителю учебного заведения, использующему данный комплекс;

5) автоматизировать проверку самостоятельных заданий, мгновенно выдать результаты теста;

6) интегрировать задачи разных дисциплин, создавая гармоничность межпредметного процесса обучения.

Рекомендуется для использования для индивидуализации образовательного процесса, при модульном и дистанционном обучении, при объяснении нового материала, разработке интерактивных тестовых задач, контроле умения решать задачи, самостоятельной подготовке к ГИА и ЕГЭ.

Библиографические ссылки

1. Кручинин В.В. Генераторы в компьютерных учебных программах / В.В. Кручинин. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2003. 200 с.

© Бухвалов М. А., 2012

УДК 372.862

А. А. Вдовенко, С. А. Растопчин

Научный руководитель – В. М. Корнеев

Ульяновское высшее авиационное училище гражданской авиации (Институт), Ульяновск

ОПЫТ РАЗРАБОТКИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ И УЧЕТА УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОНСТРУКЦИЯ И ЭКСПЛУАТАЦИЯ ВОЗДУШНЫХ СУДОВ»

Дается описание варианта балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости студентов по конкретной дисциплине и методика ее применения с использованием новых информационных технологий в учебном процессе.

Для стимулирования систематической работы студентов и повышения уровня успеваемости возможно использование балльно-рейтинговой системы оценки знаний с использованием новых информационных технологий в образовательном процессе.

На кафедре Авиационной техники Ульяновского высшего авиационного училища гражданской авиации (Института) уже в течение нескольких лет используется тестовая система текущего и рубежного контроля знаний обучаемых.

При классическом варианте оценки знаний по бинарной (зачет-незачет) или четырехбалльной (семинары, рефераты, дифференцированный зачет, экзамен) итоговая оценка иногда не зависела от показателей текущей успеваемости [1; 2].

На первом этапе внедрения массового компьютерного программированного контроля знаний появилась дополнительная возможность осуществления постоянного контроля за текущими показателями учебного процесса по двум основным показателям: успеваемости и посещаемости занятий. Для тестирования использовалась компьютерная программа Microsoft PowerPoint.

В настоящее время разработана и успешно используется интегрированная балльно-рейтинговая система для текущего контроля знаний по дисциплине «Конструкция и эксплуатация воздушных судов» путем

систематического контроля знаний с помощью комплекса сетевого тестирования КТС Net 3.00 beta.

Она отличается от применяемых подобного рода систем оценки знаний своей простотой, доступностью и самое главное понятливостью для обучаемых, так как учитывает всего лишь два критерия: уровень знаний и посещаемость занятий.

Максимально возможным показателем суммарного количества баллов по дисциплине за семестр являются 100 баллов.

В зависимости от количества тем (разделов, модулей) каждый отдельный тест может состоять из 10–20 заданий. Главное, что суммарное количество вопросов по всему курсу должно составлять именно 100 вопросов, на которые придется ответить каждому обучаемому. При этом для исключения возможности использования заранее подготовленных шпаргалок количество вопросов по каждой теме должно быть как минимум в два раза больше необходимого. А компьютерная программа в ходе тестирования каждой отдельной группы или студента методом случайной выборки формирует новый список вопросов и переставляет предлагаемые ответы по каждому вопросу.

Таким образом, без предварительной подготовки обучаемых к каждому отдельному тесту получить отличную оценку практически нереально.

Суммарно количество заработанных баллов легко представить в виде общепринятой четырехбалльной системы по следующей шкале:

- 50–69 правильных ответов – удовлетворительно;
- 70–89 правильных ответов – хорошо;
- 90–100 правильных ответов – отлично.

Для ответа на каждый вопрос отводится всего лишь 30–45 с, чего вполне достаточно для подготовленного студента. Отведенное для ответа время отражается на экране «бегущей дорожкой», а при переходе к следующему вопросу выдается звуковой сигнал. Отметим также, что вопросы подобраны таким образом, что необходимо четко и точно знать правильный ответ, так как все предлагаемые ответы очень похожи на правильный.

При пересдачах даже при блестящем ответе невозможно получить максимальный балл, установленный для данного теста, из-за того, что часть баллов, как правило, снимается. Поэтому к освоению учебного материала надо подходить основательно, чтобы сдавать тесты с первого раза.

Предлагаемая балльно-рейтинговая система оценки успеваемости строится на регулярной работе в течение всего семестра и на систематическом контроле преподавателем уровня учебных достижений студентов. Это означает следующее – чтобы иметь хороший балл, все задания надо выполнять не только хорошо, но и вовремя. Время – тоже один из критериев оценки!

Использование данной системы:

- повысит объективность оценки студенческих достижений в учебе;
- позволит более точно оценивать качество учебы;
- снимет проблему «сессионного стресса», так как если по завершении курса студент получает значительную сумму баллов, он может быть освобожден от сдачи экзамена или зачета;
- повысит качество подготовки к учебным занятиям.

Предложенная балльно-рейтинговая система позволяет студентам:

- понимать систему выставления оценок и признать их объективность;

– своевременно адекватно оценить состояние своей работы по изучению дисциплины до начала экзаменационной сессии;

– в течение семестра вносить изменения по организации самостоятельной работы.

Внедренная система дает возможность преподавателям:

- планировать учебный процесс по конкретной дисциплине и стимулировать работу студентов;
- своевременно вносить коррективы в организацию учебного процесса по результатам текущего рейтингового контроля;
- объективно и адекватно определять итоговую оценку по дисциплине с учетом систематической работы студентов;
- создать более гибкую шкалу оценки уровня знаний по сравнению с традиционной системой.

Для администрации института внедрение подобной балльно-рейтинговой системы по отдельным дисциплинам:

- дает возможность определить суммарный ранг студентов (т. е. их номера в списке в порядке убывания рейтинга) в пределах академической группы, курса, факультета, специальности, вуза. Может, кому-то это и неважно, но быть лидером и занимать высшую ступеньку рейтинга – всегда престижно.
- гарантирует обеспечение непрерывного контроля и оценки качества знаний, как по отдельной дисциплине, так и по всем дисциплинам на протяжении семестра, курса и весь период обучения на данной ступени высшего профессионального образования.

Библиографические ссылки

1. Виландеберк А. А., Шубина Н. Л. *Новый учебный процесс: кратко о главном: методическое пособие для преподавателей*; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2007. 54 с.
2. Митин Е. А. *Способность к саморазвитию как базовый компонент самоактуализации студентов и преподавателей в учебно-профессиональной деятельности: сб. науч.-метод. тр.* СПб.: Белл, 2009. С. 59–67.

© Вдовенко А. А., Растопчин С. А., 2012

УДК 378

Е. Л. Винокурова, А. О. Гайдукова
Научный руководитель – Г. М. Гринберг
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДИКИ «ДЕРЕВО ПРОБЛЕМ» ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОБЛЕМ, ВЛИЯЮЩИХ НА КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАНИЯ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА

Представлены результаты проведённого исследования по выявлению проблем, влияющих на качество образования. Для выполнения исследования использовалась методика «Дерево проблем». Приведено описание использования этой методики.

Одним из ключевых условий развития инновационной экономики в России является значительное улучшение качества образования подготавливаемых для неё специалистов. В словаре [1] качество образования опре-

делено как «системная совокупность иерархически организованных, социально значимых сущностных свойств (характеристик, параметров) образования (как результата, как процесса, как социальной системы)».

На качество образования в высших учебных заведениях влияют многочисленные факторы, являющихся внутренними элементами проблем, препятствующих достижению необходимого результата.

Целью нашего исследования является проведение диагностики проблем, влияющих на качество образования. Постановка цели и стремление к ее достижению уже говорит о наличии проблем в рассматриваемой области, а правильно проведенная диагностика может способствовать выявлению этих проблем и выяснению их сути. Для этого необходимо решить три задачи: провести идентификацию основных проблем, влияющих на качество образования; установить связи между выявленными проблемами и степень их влияния на качество образования; разработать причинно-следственную диаграмму.

Решение указанных задач было осуществлено с помощью методики, получившей название «Дерево проблем». Методика предполагает выполнение нескольких этапов. На первом этапе определяется круг проблем, оказывающих влияние на качество образования. Нами этот круг был определен путём опроса студентов групп П-91 и П-92.

На втором этапе из полученного в результате опроса круга проблем были выделены 10, оказывающих максимальное влияние на решение задачи:

1. Недостаточно высокий базовый уровень знаний.
2. Плохое объяснение изучаемой дисциплины.
3. Низкий уровень взаимоподдержки в группе.
4. Низкая мотивация.
5. Нехватка времени, чтобы разобраться с изучаемым материалом.

6. Отсутствие помощи студентов старших курсов.
7. Трудный для понимания материал.
8. Скорость чтения высока, что не позволяет успеть вникнуть в содержание.
9. Слабая организация НИРС.
10. Отвлекают увлечения.

Каждой проблеме присваивается для краткости порядковый номер. Номера, под которыми обозначены проблемы, не имеют отношения к степени их важности.

На третьем этапе производится попарное сравнение всех обозначенных проблем и делается вывод, какая из сравниваемых проблем является причиной появления другой. Результат сравнения сводится в таблицу. Вначале сравнивается проблема 1 (горизонтальная строка) с проблемой 2. Если проблема 1 является причиной проблемы 2, то в колонке 2 (первая строка) ставится единица. «Из-за того, что есть проблема 1, возникает проблема 2». Если связи между ними нет, или проблема 1 является следствием проблемы 2, ставится 0. Также поступаем со всеми остальными строками таблицы.

Результат сравнения выделенных выше 10 проблем представлен в таблице.

После того, как попарное сравнение закончено, подсчитываются итоги по столбцам. Каждый столбец отражает количество следствий. То есть, чем больше баллов набрал столбец, тем чаще проблема под этим номером является следствием других нерешенных проблем. Чем меньше баллов в столбце, тем чаще проблема является причиной возникновения других осложнений.

Сравнение проблем, влияющих на качество образования

Если \ То	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	X	0	0	0	1	0	1	0	0	0
2	0	X	0	1	1	0	1	0	0	0
3	0	0	X	0	1	0	1	0	0	0
4	0	0	0	X	0	0	1	0	0	0
5	0	0	0	1	X	0	1	0	0	0
6	0	0	0	0	1	X	1	0	0	0
7	0	0	0	1	0	0	X	0	0	0
8	0	0	0	1	1	0	0	X	0	0
9	0	0	0	1	0	0	0	0	X	0
10	0	0	0	0	1	0	0	0	0	X
Итого	0	0	0	5	6	0	6	0	0	0

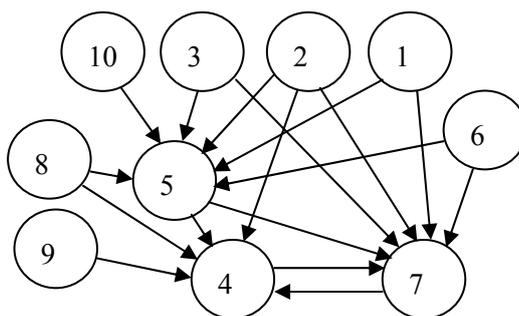


Диаграмма «дерево проблем»

На четвертом этапе строится «дерево проблем». Обнаруженные логические связи между проблемами изображаются графически. Это делается для того, чтобы решаемую задачу изобразить образно, например, в виде диаграммы. В этом случае сознание воспринимает задачу легче и легче справляется с её решением. На диаграмме кружки с номерами проблем располагаются так, чтобы наверху оказались проблемы, набравшие наименьшее количество баллов 0...3 (проблемы-причины), в середине – 4...6 баллов, а внизу проблемы-следствия (с максимальным количеством баллов). Теперь необходимо еще раз пройти по таблице и указать выявленные причинно-следственные связи направленными стрелками. Полученная для нашего случая диаграмма приведена на рисунке.

На пятом этапе нам предстоит выполнить анализ полученной диаграммы. Необходимо выявить те проблемы, решение которых в основном зависит от усилий самих студентов, и те проблемы, для решения которых необходима помощь со стороны. А также выяснить, можно ли общими усилиями повлиять на решение ключевых проблем, или в большей степени приходится работать с их последствиями.

Библиографические ссылки

1. *Словарь согласованных терминов и определений в области образования государств-участников Содружества Независимых Государств. М., 2004. С. 44.*

© Винокурова Е. Л., Гайдукова А. О., 2012

УДК 378.02

Т. С. Демко

Научный руководитель – Д. Н. Буторин

Филиал Красноярского государственного педагогического университета имени В. П. Астафьева, Ачинск

ПОДГОТОВКА УЧАЩИХСЯ К ЕГЭ ПО ИНФОРМАТИКЕ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕРАКТИВНЫХ ТЕСТОВ

Исследование посвящено проблеме качественной подготовки учащихся 11 класса к ЕГЭ. На уроках информатики недостаточно времени отводится для глубокой систематизации и общения знаний по предмету. Поэтому для решения этой проблемы предлагается создать коллекцию интерактивных тестовых заданий для подготовки учащихся.

На сегодняшний день единой формой аттестации выпускников 11-х классов является единый государственный экзамен. Экзамен по Информатике входит в программу сдачи ЕГЭ с 2004 года, а с 2009 года этот предмет нужно сдавать для поступления в вузы на самые перспективные специальности. По статистике в 2010 году 7 % выпускников сдавали информатику, а в 2011 году информатику сдавали около 55 тысяч учащихся (7 % от общего количества). Из года в год увеличивается доля участников из сельской местности (в 2011 году она составила 18,5 %).

Общие цифры ЕГЭ по информатике представлены в таблице.

При достаточно высоком среднем балле (62,7) высоким в 2010 году был и процент неудовлетворительных оценок – почти 9 %.

Результат ЕГЭ по информатике в 2011 году составил 40 баллов; экзамен успешно сдали 89,9 % экзаменуемых. Только 37 человек сдали экзамен на 100 баллов.

Поэтому актуальной сегодня становится проблема качественной подготовки школьников к такому экзамену. На уроках информатики и ИКТ недостаточ-

но времени отводится для глубокой систематизации и общения знаний по предмету. Не случайно в последние годы существенно выросло число учеников у репетиторов информатики. Поэтому актуальным становится поиск таких форм внеурочной работы [1; 2], которые позволят оптимально подготовить учащихся к ЕГЭ, а учителям дадут возможность качественно подготовить учеников к экзамену.

Для решения этой проблемы предлагаем использовать интерактивные тесты в открытой информационно среде.

Поэтому цель работы состоит в разработки коллекции интерактивных тестовых заданий для подготовки учащихся к единому государственному экзамену по информатике. Задачи, которые будут решены в ходе разработки коллекции интерактивных тестовых заданий:

- Проанализировать особенности задач ЕГЭ по информатике части В и С.
- Выявить проблемы у школьников при подготовке к единому государственному экзамену.

	2009	2010	2011
Минимальный балл ЕГЭ	36	41	40
Средний балл		62,74	59,74
Количество сдававших		62652	51180
Не сдали ЕГЭ, %		7,2	9,8
Количество стобалльников		90	31
% сдавших, но не приступивших к части С		22,33	

- Сформулировать требования к интерактивным тестовым заданиям.

- Разработать интерактивные тестовые задания, позволяющие школьникам углубить знания и навыки при решении задач части В и С.

- Апробировать интерактивные тестовые задания на учениках, которые собираются сдавать ЕГЭ по информатике.

Опрос 50 учащихся 11-х классов МБОУ «Средняя школа № 6» и МБОУ СОШ № 5 г. Ачинска, показал:

1. 24 % школьников сдают ЕГЭ по информатике.

2. 75 % опрошенных учеников отметили, что для подготовки к экзамену, им не хватает часов, выделенных на уроках для подготовки к ЕГЭ и им приходится дополнительно заниматься дома.

3. 37 % отметили, что не всегда понимают суть поставленного вопроса, при решении задач. Часть из опрошенных заметили, что это происходит из-за невнимательности.

4. 12,5 % отметили, что бывают затруднения при вводе ответа в бланк.

5. 81 % учеников читают дополнительный материал, чтобы подготовиться не только к ЕГЭ.

6. 56 % нанимают репетиторов для подготовки к ЕГЭ.

7. 81 % ответили, что сложнее всего им дается часть С, при подготовке к экзамену, а остальные 19 % считают и В и С тяжелой.

8. 87 % опрошенных считают, что самый сложный раздел программирование и алгоритмизация, лишь некоторые упомянули о логике, кодировании и изменении информации.

9. 93 % считают, что для качественной подготовки нужно больше времени уделять практики, а не теории.

Универсальность интерактивных тестовых заданий состоит в том, что с помощью него можно систематизировать и углубить знания учащихся по алго-

ритмизации и программированию, что дает возможность учащимся сдающим ЕГЭ по информатике успешно справиться с заданиями части В и С. Ведь в программе по информатике мало часов отводится алгоритмизации и программированию, всего один час в неделю, итог 34 часа. Это очень мало для качественной подготовки учащихся к сдаче единого государственного экзамена по информатике.

Конкретные особенности интерактивных тестовых заданий:

- В процессе тренировки учащийся должен самостоятельно принимать решения о дальнейшем ходе решения задачи.

- В процессе тренировки можно пользоваться подсказками, если возникают затруднения в ходе решения задач.

- После решения задачи учащемуся необходимо предоставить материал для повторения на темы, в которых он дал неверный ответ.

Особенность интерактивных тестовых заданий заключается в возможности применять при подготовке учащихся к единому государственному экзамену технологию усвоения знаний, технологию разноуровневого обучения, технологию коллективного взаимообучения, сочетание практики и повторение теории при решении интерактивных тестовых заданий.

Библиографические ссылки

1. ЕГЭ 2008. Информатика: сборник экзаменационных заданий / авт.-сост. П. А. Якушкин, С. С. Крылов. М. : Эксмо, 2008. 128 с.

2. Самылкина Н. Н., Русаков С. В., Шестаков А. П., Баданина С. В. Готовимся к ЕГЭ по информатике: элективный курс : учебное пособие. М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2008. 198 с.

© Демко Т. С., 2012

УДК 615.851.1

Е. А. Кайсина

Научный руководитель – И. Е. Крамида

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ДИНАМИКА ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАНЯТИЙ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ ДЛЯ ОТНОСИТЕЛЬНО ЗДОРОВЫХ СТУДЕНТОВ

Проведен анализ оздоровительной эффективности разных вариантов обучения по физической культуре относительно здоровых студентов вуза. Приведены результаты опроса более 1000 студентов. Показано, что занятия на специализациях по физической культуре так же эффективны в плане улучшения здоровья студентов, как и типовые занятия по этой дисциплине.

В настоящее время среди абитуриентов вузов, а значит – и среди студентов очень мало людей, не имеющих никаких заболеваний. Около 85 % студентов, отнесенных к основной группе обучающихся по физической культуре (ФК), имеют те или иные нарушения здоровья.

В нашем вузе для основной группы студентов, не имеющих тяжелых заболеваний, т.е. относительно

здоровых студентов (ОЗС), вузом предоставлена возможность выбора варианта обучения по ФК. ОЗС могут посещать либо занятия по общефизической подготовке (с типовой программой по ФК), либо занятия одной из специализаций по ФК, к которым относятся: силовая подготовка, плавание, шейпинг, фитнес, игровые виды спорта. Для каждой специализации разработана учебная программа и составляет особое

расписание, удобное для студентов. Студенты, выбравшие какую-либо специализацию, более ответственно относятся к посещению занятий. Однако вопрос об оздоровительной эффективности разных вариантов обучения по физической культуре относительно здоровых студентов вуза остается открытым. Необходимо также выяснить, как изменилась оздоровительная эффективность занятий по ФК для ОЗС за последние годы (т.е. рассмотреть вопрос в динамике).

Достаточно объективные данные о состоянии здоровья группы людей можно получить путём опроса этих людей об их самочувствии. В нашем вузе проводится периодический (раз в 3–4 года) опрос студентов.

Для проведения исследования отбирались студенты, активно посещавшие занятия по ФК. Для выявления динамики возможностей сохранения здоровья они были объединены в разные группы, обучавшихся в вузе в 2001–2004 гг. и в 2007–2010 гг. Обозначим эти группы следующим образом (в скобках приведены объемы выборок для групп 2001–2004 и 2007–2010 гг. соответственно): 1, 2, 3 – ОЗС, 1 (267 и 201 человек), 2 (276 и 52 человека), 3 (119 и 43 человека) курсов соответственно, посещавшие обычные занятия по ФК; 1с, 2с, 3с – ОЗС, 1 (96 человек), 2 (73 человека), 3 (83 человека) курсов соответственно, посещавшие занятия специализаций по ФК.

Результаты исследования

Опрос студентов по оценке общего самочувствия показал следующее:

1. В 2001–2004 гг. проценты случаев улучшения самочувствия у ОЗС 2 и 3 курсов превышали проценты ухудшения их самочувствия, у студентов 1 курса эти проценты были равны. После первого года обучения в институте вероятность улучшения здоровья ОЗС была выше, чем вероятность его ухудшения, т.е. занятия по ФК для ОЗС имели в целом некоторый оздоровительный эффект.

2. В 2007–2010 гг. обе группы ОЗС 3 курса и группа обучавшихся на специализациях на 2 курсе оценили в среднем своё самочувствие в конце учебного года значительно выше, чем в 2001–2004 гг. Наблюдается положительная динамика самочувствия ОЗС 2 и 3 курсов в конце учебного года.

3. Однако средний рост оценки самочувствия за период занятий, как основной показатель оздоровительной эффективности занятий, в группах ОЗС, кроме 2с, в последние годы отрицателен. Имеется тенденция к снижению эффективности занятий по ФК по типовой программе на всех трех курсах обучения.

4. Средний рост оценки самочувствия студентов 2 курса, обучавшихся на специализациях, значительно выше, чем в группах ОЗС 1 и 2 курсов, обучавшихся по типовой программе. Однако его значение равно нулю. Это говорит о том, что и на втором курсе занятия по ФК по специализациям эффективны лишь в плане сохранения здоровья, но не в плане его улучшения.

Опрос студентов позволил получить данные по улучшению самочувствия и по полному выздоровлению для наиболее частых нарушений здоровья (таких, как: пониженная энергетика, головные боли, заболевания нервной системы, нарушение иммунитета, сердечно-сосудистые заболевания, нарушения зрения, заболевания желудочно-кишечного тракта (ЖКТ) и др.). Математическая обработка этих данных показала, что:

1. У многих ОЗС 1–3 курсов самочувствие при разных наиболее частых нарушениях здоровья улучшается. В среднем по всем наиболее частым нарушениям здоровья вероятность его улучшения в 2007–2010 гг. равна в этих группах 0,24, в 2001–2004 гг. – 0,30. У некоторых ОЗС после цикла занятий по ФК заболевания проходят. Вероятность полного выздоровления в этих группах в 2007–2010 гг. равна 0,033, в 2001–2004 гг. – 0,067.

2. Средние проценты улучшений в 2007–2010 гг. для обеих групп ОЗС 1 курса и для группы 2 курса занимавшихся по программам специализаций либо значимо, либо как тенденция ниже, чем они были в 2001–2004 гг.. Средние проценты полного выздоровления для всех групп ОЗС в 2007–2010 гг. значимо ниже, чем они были в 2001–2004 гг. Наблюдается отрицательная динамика оздоровительной эффективности занятий по ФК для ОЗС.

3. Имеется тенденция к понижению средних процентов улучшений для групп 1 и 2 курсов занимавшихся по программам специализаций и значимое уменьшение процентов полного выздоровления для 2 и 3 курсов этих групп в 2007–2010 гг. в сравнении с данными 2001–2004 гг. Распределение студентов по специализациям не дает возможности повысить оздоровительную эффективность занятий по ФК для студентов вуза по этим показателям.

4. В группах ОЗС не обнаружено значимого роста средних процентов улучшения самочувствия или полного выздоровления при увеличении длительности обучения ни в среднем по разным видам нарушений здоровья, ни для отдельных нарушений.

Выводы

1. Любые занятия по ФК для ОЗС дают возможность большинству студентов сохранить состояние здоровья, которое у них было до начала обучения в вузе.

2. Занятия по ФК для ОЗС дают возможность около четверти студентов улучшить состояние здоровья.

3. Имеется тенденция к снижению эффективности занятий по типовой программе по ФК на 1 курсе в плане улучшения здоровья и на всех курсах – в плане полного выздоровления в 2007–2010 гг. по сравнению с 2001–2004 гг.

4. Занятия на специализациях по ФК и типовые занятия по этой дисциплине имеют одинаковую оздоровительную эффективность в плане улучшения здоровья студентов и их полного выздоровления.

Ф. В. Коленчук

Научный руководитель – Д. Н. Буторин

Филиал Красноярского государственного педагогического университета имени В. П. Астафьева, Ачинск

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ СБОРКИ ПЕРСОНАЛЬНОГО КОМПЬЮТЕРА С ПОМОЩЬЮ ВИРТУАЛЬНОГО ТРЕНАЖЕРА

Рассматривается проблема развития навыков сборки персонального компьютера в условиях реального учебного процесса и ограниченного набора комплектующих. Для её решения разрабатывается виртуальный тренажер по сборке персонального компьютера на основе web-технологий и свободного программного обеспечения.

На сегодняшний день, в процессе обучения проблемой является нехватка наглядного пособия. В данном докладе рассматривается такая проблема, как сборка и архитектура персонального компьютера (ПК). Из-за нехватки наглядного пособия, ученикам трудно представить все варианты конфигурации оборудования, возможные проблемы при сборке, а так же ремонте и улучшении (усовершенствовании) персонального компьютера. Теоретических знаний недостаточно для полного усвоения материала, необходима практика, так как она способствует более качественному усвоению материала. Основной проблемой является отсутствие аппаратного обеспечения, ведь существует множество вариантов сборки и приобрести все возможные варианты просто невозможно, из-за стоимости, а так же просто из-за отсутствия устаревших наборов компонентов.

Решить данную проблему можно путем создания виртуального тренажера и его дальнейшего развития, для использования не только в школьной информатике, но и в процессе обучения в техникумах и вузах. Виртуальный тренажер позволит наиболее наглядно и подробно предоставить информацию об аппаратном обеспечении.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. Проанализировать особенности процесса обучения архитектуре ПК.
2. Изучить особенности сборки ПК и комплектующих.
3. Рассмотреть особенности разработки виртуальных тренажеров.
4. Разработать виртуальный тренажер на основе открытой платформы и СПО.
5. Разработать методические рекомендации по использованию тренажера.
6. Апробация виртуального тренажера.

Использование виртуального тренажера наиболее простой и эффективный выход в проблеме развития навыков сборки ПК в условиях реального учебного процесса и ограниченного набора комплектующих. Сейчас в каждой школе РФ проведена сеть Интернет. Создание виртуального тренажера на основе web-технологий и свободного программного обеспечения, позволит использовать его на любом ПК с выходом в Интернет. Таким образом, учителю, необходимо просто зайти на веб-узел, загрузить тот или иной вариант конфигурации аппаратного обеспечения и наглядно показать весь процесс сборки и тестирования ПК, с помощью виртуального тренажера по сборке ПК.

Внедрение виртуального тренажера по сборке ПК решает проблемы практики и развития навыков сборки. Каждый ученик может собрать свой собственный вариант конфигурации аппаратного обеспечения.

Также необходимо учесть факт возникающих проблем при сборке. Поэтому в виртуальный тренажер по сборке ПК нужно внедрить проблемные случаи такие как:

- Бракованное оборудование.
- Несовместимость оборудования.
- Актуальность варианта конфигурации сборки (соответствие мощности аппаратного обеспечения).
- Изначальная цель сборки (то, для чего будет использоваться).

Виртуальный тренажер по сборке ПК является весомой мотивацией в изучении учебного материала. Ученик сможет наглядно представить архитектуру ПК, изучая материал с помощью виртуального тренажера по сборке ПК. Данный тренажер будет способствовать развитию творческих навыков ученика, а также развитию мышления.

Использование виртуального тренажера по сборке ПК позволит сократить время подготовки учителя к уроку, так как избавит от необходимости подготавливать проверочные задания. С помощью виртуального тренажера, возможно не только развитие навыков, а так же проверка результатов усвоения материалов. Для этого необходимо создать ряд проверочных заданий, с заданными параметрами конфигурации и предоставлением выбора аппаратного обеспечения. А так же, может иметь вид тестовых заданий, и использованием задач в которых необходимо будет найти проблему:

- поломку;
- несовместимость оборудования;
- поиск наиболее удачного улучшения конфигурации аппаратного обеспечения.

Это так же сократит время подготовки учителя к итоговому проверкам и даст возможность на месте поставить оценку, за выполненную работу.

Для создания, виртуального тренажера по сборке ПК, необходимо в первую очередь проанализировать особенности процесса обучения архитектуре ПК. Это нужно для определения уровня изучения материала. В профильном классе можно усложнить сборку конфигурации аппаратного обеспечения, добавив дополнительные трудности. Кроме того, предполагается создание вариантов тренажеров в зависимости от возраста учеников. Например, в начальных классах сделать это в игровой форме, где будет использована только

периферия. Разработка «уровня сложности» позволит постепенно добавлять усложнения в процесс обучения. Создание проблемы, с дальнейшим усложнением, и поиск пути решения, самый эффективный метод подготовки к реальным ситуациям. Внедрение тренажера с начальных классов и использование в даль-

нейшем во всем курсе обучения, постоянное углубление изучения архитектуры ПК, позволит работать в знакомой уже для всех среде.

© Коленчук Ф. В., 2012

УДК 37.02

Я. А. Лысых

Научный руководитель – Н. И. Пак
Красноярский государственный педагогический университет
имени В. П. Астафьева, Красноярск

ДИАГНОСТИКА ВОСПРИЯТИЯ УЧЕБНОЙ ИНФОРМАЦИИ, ПРЕДСТАВЛЕННОЙ РАЗНЫМИ СПОСОБАМИ

Представлены результаты диагностики восприятия учениками учебной информации, представленной в текстовой и аудиальной формах. Приводятся обоснованные рекомендации к представлению аудиальной информации в учебном процессе.

Во многих случаях в процессе обучения доминирует звуковая информация, восприятие которой в значительной мере зависит от звуковой памяти [1].

Целью настоящей работы была разработка и диагностика качества восприятия учебной информации, представленной разными видами.

Восприятие – это поистине сложный «психический процесс, приводящий к порождению чувственного образа, структурированного по определённым принципам и содержащего в качестве одного из исследуемых элементов самого наблюдателя» [2].

Сложное слуховое восприятие представляет собой активный процесс, включающий в свой состав моторные компоненты. Отличие слухового восприятия от осязательного и зрительного заключается в том, что если в осязательном и зрительном восприятии двигательные компоненты включены в ту же систему анализаторов, в слуховом восприятии они отделены от слуховой системы и выделены в особую систему пропевания голосом для музыкального слуха и проговаривания для речевого слуха [1].

Специфика восприятия аудиальной информации связана с возникновением шумов, которые препятствуют правильному считыванию информации, что ведет к искажению ее значения и формированию неправильного отношения. Человек воспринимая объективную реальность вокруг себя, воспринимает ее субъективно, опираясь на свой жизненный опыт и знания, поэтому если в коммуникации возникают шумы, которые еще больше искажают воспринимаемую информацию, это ведет к полному искажению картины мира и неверной оценке реальности вокруг индивида.

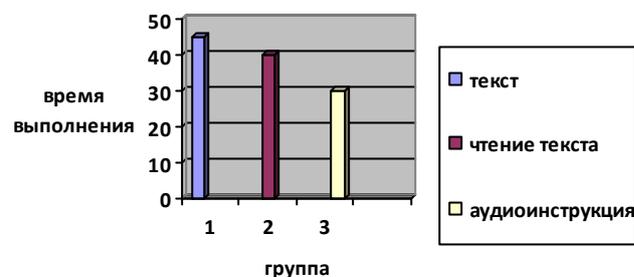
Шумы, которые обычно мешают правильно воспринять аудиальную информацию – это:

- окружающие шумы;
- семантические;
- синтаксические;
- социальные.

Данный процесс приводит к формированию преимущественно негативного отношения к воспри-

маемой информации и ее полному или частичному отторжению. Именно поэтому аудиальная составляющая учебного процесса должна быть информативной и не вызывать раздражения.

Нами было проведено исследование качества восприятия учебной информации, представленной в трех видах: текст, чтение текста, аудиоинструкция. На уроке информатики учащимся НПО было предложено выполнить учебный элемент по теме «Вставка в документ таблицы, ее форматирование и заполнение данными». Ученики были разделены на три группы, приблизительно по 10 чел. Качество восприятия информации определялось по времени выполнения задания.



Качество восприятия разных видов информации

На рисунке представлены результаты эксперимента: 1-я подгруппа выполнила задание за 45 минут, 2-я подгруппа за 40 минут, 3-я подгруппа за 30 минут.

Выводы:

Первая и вторая группа часто отвлекались на посторонние шумы;

Третья группа выполняла задание в наушниках более сосредоточенно.

При этом более высокая скорость аудио сообщения затрудняет восприятие информации, более медленное сообщение воспринимается как тягучее и занудное.

Нужно также учитывать инерционность восприятия – нередко обучающиеся сообщают о том, что информация представляет для них интерес, только

тогда, когда интересующее их сообщение уже закончилось. Поэтому нужно дважды повторять важные определения, формулы, даты и т. п. – с целью их лучшей запоминаемости.

Поэтому сложные логические аргументы воспринимаются плохо, рассказ должен быть максимально простым и эмоциональным. Эмоциональность речи нужна для того, чтобы между мнимым коммуникатором и слушателем на эмоциональном уровне установился положительный межличностный контакт. Тогда

происходит психологический эффект переноса симпатии к коммуникатору и на то, что он говорит.

Библиографические ссылки

1. Пак Н. И. Информационное моделирование : учеб. пособие ; КГПУ. Красноярск, 2010.
2. Немов Р. С. Психология. Кн. 1. Общие основы психологии. М. : Владос, 1997.

© Лысых Я. А., 2012

УДК 37.022

Т. А. Полинцева, Н. В. Рукоусева
Научный руководитель – Н. И. Пак
Красноярский государственный педагогический университет
имени В. П. Астафьева, Красноярск

ГИПЕРТЕКСТОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОЗДАНИИ ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Работа посвящена обоснованию рекурсивного подхода к разработке трехмерных текстов в виде динамического алгоритма. Представлены этапы разработки электронных учебников.

В настоящее время роль электронных учебных материалов в образовательном процессе существенно возрастает. Электронные учебники получили распространение не только в дистанционных, но и в традиционных очно-заочных формах обучения. Если раньше к цифровым образовательным ресурсам относились как к вспомогательным информационным источникам, дополняющим бумажные учебные материалы, то теперь они приобретают характер основных средств обучения и познания. Однако многие из них обладают низкими дидактическими качествами, несмотря на высокий потенциал современных информационно-коммуникационных технологий [1]. Это связано с возникшим противоречием между возможностями компьютерной техники и слабой проработкой теории и практики создания электронных учебников для образовательных целей, что актуализирует проблему поиска способов экранного представления учебных текстов.

В настоящее время актуальным становится проблема разработки электронных учебников с помощью гипертекстовых технологий, обеспечивающих качественное усвоение учебного материала.

Цель настоящей работы – развитие теории трехмерных текстов на основе рекурсивного подхода.

Под *рекурсией* понимают такой способ организации системы, при котором она в отдельные моменты своего развития, определяемые ее правилами, может создавать (вызывать) собственные измененные копии, взаимодействовать с ними и включать их в свою структуру.

В условиях профессиональной педагогической подготовки, процесс обучения информационными коммуникационными технологиями на основе метода системной динамики [1] целесообразно строить путем моделирования профессиональной деятельности по овладению этими технологиями, организации процесса учебного познания (обучение методам и способам добывания знаний). Получение теоретических знаний

и практических умений при этом основывается на использовании средств ИКТ для создания разнообразных дидактических элементов, которые в дальнейшем используются при изучении курса. Процесс обучения в этом случае приобретает рекурсивный характер. Обучаюсь курсу путем разработки обучающих дидактических элементов (создаю электронный учебник, по которому сам обучаюсь, или использую материалы в создаваемых обучающих системах (электронные учебники, тесты и др.), которые сам изучаю).

Например, разработанный нами электронный учебник позволяет самостоятельно научиться создавать электронный учебник. Для создания электронного учебника основополагающим является проектирование модели понятий, выделение главных частей учебного текста и построение связей между ними. Сама модель также является «меню», по которой пользователь может перемещаться по страницам электронного учебника.

Изучение проходит по алгоритму, который мы определили сами, но пользователю не обязательно ему следовать. Блок «базовые понятия» служит опорой для дальнейшего изучения, данного электронного учебника. В этом блоке находится теоретическая основа. Главным в нашей модели является блок «этапы построения электронного учебника», где мы выделяем три основных этапа, по которым проходит обязательное изучение, а остальные пользователь выбирает для себя сам.

I ЭТАП. Построение модели понятий.

На этом этапе необходимо выполнение следующих действий:

1. Выделить из общего текста группы понятий в виде ключевых слов, отражающих основной смысл текста;
2. Представить себе некоторый основной путь чтения текста и расставить, соответственно, связи, ведущие читателя от темы к теме по этому основному пути;

3. Выделить в тексте понятия или найти ситуации (моменты) в процессе чтения текста, когда пользователь может захотеть перейти от основного пути чтения текста к другим возможным путям чтения;

4. В результате шага 3 могут появиться понятия, для которых еще не написаны соответствующие главы/темы. Такие главы нужно дописать;

5. Связать понятия с существующими темами.

6. С помощью html-редактора визуально оформить html-страницу. Весь материал представить в виде одной страницы.

II ЭТАП. Выделение основных частей.

Все действия нужно производить с html-кодом. Те основные логические фрагменты текста, которые были выделены в предыдущем пункте, теперь необходимо разбить с помощью html. Единый фрагмент текста, который внутри себя может содержать другие фрагменты, будем называть блоком. После того как закончено выделение блоков можно увидеть как разбит текст и изменить его при необходимости.

III ЭТАП. Добавление кнопки сворачивание/разворачивание.

Кнопка сворачивания/разворачивания предназначена для автоматического сворачивания блоков, кото-

рая позволяет раскрыть свернутый текст, либо скрыть его при необходимости.

Данный учебник предназначен для учителей и преподавателей, которые могут вести подобный курс в школе на профильном уровне или вузе, а также для студентов, которые хотели бы самостоятельно освоить гипертекстовую технологию.

Таким образом, создание электронного учебника по рекурсивному принципу позволяет обеспечить самостоятельное овладение читателем технологией создания цифровых учебных ресурсов с помощью трехмерного гипертекста.

Библиографические ссылки

1. Пак Н. И. *Нелинейные технологии обучения в условиях информатизации: монография*; КГПУ. Красноярск, 2004. 148 с

2. Пак Н. И., Хегай Л. Б. *Разработка трехмерных учебных материалов на основе гипертекстовой технологии // Инновации в непрерывном образовании. 2012. № 4.*

© Полынцева Т. А., Рукосуева Н. В., 2012

УДК 629.78.01.018

И. В. Романенко

Научный руководитель – Л. П. Назарова

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОЗДАНИЕ РАСЧЕТНОЙ МОДЕЛИ МЕХАНИЧЕСКИХ УСТРОЙСТВ КОСМИЧЕСКОГО АППАРАТА И СТЕНДОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ ОТРАБОТКИ

Представлен процесс создания расчетной модели механических устройств космического аппарата. Рассмотрены требования к испытательному оборудованию для проведения наземной экспериментальной отработки.

Космический аппарат (КА) является основным элементом космической системы и состоит из множества приборов, агрегатов, элементов, т. е. является сложной технической системой. Поэтому его проектирование должно осуществляться с использованием методов математического моделирования. Наиболее существенную роль эти методы играют на ранних этапах разработки, когда выбираются принципы построения и работы КА.

Под обтекателем ракетносителя КА занимает ограниченный объем. Поэтому все основные механические устройства спутника, такие как солнечные батареи и крупногабаритные рефлекторы должны быть сложены. Раскрываются в рабочее положение данные механические устройства на орбите в условиях невесомости. Основное требование к трансформируемым механическим устройствам – высокая надежность, малая масса и минимальное время раскрытия в рабочее положение при минимальных затратах энергии.

Разработка и внедрение математических средств создания и тестирования конструкции позволяет проводить полное моделирование системы задолго до создания физического прототипа. В связи с повышением

требований к функционированию космических аппаратов в целом и значительным увеличением размеров его отдельных конструктивных элементов (панели солнечной батареи, трансформируемые рефлекторы антенн), возникает необходимость применения средств динамического анализа движения многозвенной механической системы. Определяющим моментом в решении этой задачи является создание расчетной модели, описывающей взаимодействие движущихся звеньев исследуемой механической системы [1].

Математическая модель формируется на основании технического описания исследуемой механической системы. Объект проектирования – многокомпонентная механическая система, представляется как совокупность многозвенных пространственных механизмов, состоящих из определенного количества тел – звеньев, связанных кинематическими связями (шарнирными соединениями), упруго – демпфирующими элементами (формообразующая структура, сетеполотно, конструктивные жесткости) и приводами, а также элементами контроля и управления (датчики зачековок).

Результаты анализа в первую очередь зависят от детализации описания модели исходной механиче-

ской системы, от степени влияния различных факторов на поведение исходной механической системы, от компромисного выбора между точностью создаваемой модели и сложностью ее описания.

Прежде всего, необходимо определить из каких звеньев состоит модель исходной механической системы, и какими шарнирами эти звенья соединяются. Типы шарниров в модели выбираются так, чтобы они обеспечивали все необходимые движения тел в исходной системе. Для сокращения времени расчета максимально сокращается количество звеньев и шарниров при оптимальной представительности модели.

При формировании идеализированной модели, выделяются все активные силы, влияющие на движение исходной системы. Активные силы описываются в модели в виде силовых элементов с соответствующими исходными данными.

Расчет активных сил проводился в программном комплексе Эйлер 8.16 ЗАО «АвтоМеханика», предназначенном для автоматизированного динамического анализа многокомпонентных механических систем. По результатам расчета работы механических систем проводится оценка их основных характеристик. К ним относятся:

- время раскрытия системы в рабочее положение;
- нагрузки, возникающие в раскрывающих элементах конструкции;
- качество работы системы;
- соблюдение заданной логики раскрытия системы.

Для успешного раскрытия механических устройств на орбите в условиях невесомости необходимо, на стадии наземной отработки провести ряд испытаний, одним из которых является проверка функционирования механических устройств. Задача этих испытаний в том, чтобы проверить правильность заложенных конструкторских решений: соблюдение логики раскрытия; зачеканка устройств в рабочем положении; превышение движущих сил над силами сопротивления с гарантированием раскрытия. В рамках данных испытаний не определяются прочностные, жесткостные, радио-технические (для рефлекторов) или электрические характеристики (для солнечных батарей). Для решения таких задач предназначены другие виды испытаний.

Испытания должны проводиться в условиях максимально приближенных к тем, в которых механические устройства будут работать на орбите. Одним из важных факторов является исключение влияния силы тяжести на процесс раскрытия. Для имитации невесомости при наземных испытаниях используется система обезвешивания. Основное требование к системе обезвешивания: система не должна помогать раскрытию механического устройства. В механизмах системы обезвешивания действует сила трения. Т. е. часть энергии, заложенной в привод раскрытия, расходуется на движение элементов конструкции стенда обезвешивания. Поэтому второе требование, предъявляемое к системе обезвешивания: дополнительные усилия сопротивления в конструкции раскрываемого объекта не должны превышать допустимые усилия для данной конструкции.

По результатам расчетов раскрытия механических систем на стенде обезвешивания дается заключение о параметрах для проектирования стенда для проведения испытаний, а так же назначаются требования к настройке стенда.

Таким образом, технология математического моделирования представляет собой одно из передовых направлений современного инженерного анализа при проектировании, отработке и испытаниях изделий космической техники. Позволяет уже на ранних стадиях проектирования получить достоверную информацию о динамическом поведении и силовом нагружении механических устройств космических аппаратов, а также оперативно решать круг задач наземной экспериментальной отработки при усложнении состава и структуры исследуемых систем.

Библиографическая ссылка

1. Основы конструирования механических устройств космических аппаратов. Конструктивные решения, динамические характеристики : учеб. пособие / А. К. Шатров, Л. П. Назарова, А. В. Машуков ; Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. Красноярск, 2009. 144 с.

© Романенко И. В., 2012

УДК 378.379.8

А. В. Самарцева, О. А. Эмилова
 Научный руководитель – В. В. Кольга
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МОДЕЛЬ САМОУПРАВЛЕНИЯ В РАМКАХ СТУДЕНЧЕСКОГО ГОРОДКА СИБГАУ

Представлены особенности функционирования студенческого самоуправления, построена модель деятельности студенческого совета

Залогом успешности любого вуза является активность и причастность студентов к учебному и творческому процессам. Подобную заинтересованность студенты, проживающие в общежитиях, могут проявить в студенческих советах (СтС), структура которых представлена на рис. 1.

Студенческий совет осуществляет свою деятельность, руководствуясь положением о студенческом совете общежития и о студенческом оперативном отряде, а также правилами проживания в студенческих общежитиях, согласно которым студенческий совет – выборный орган, созданный в целях организации са-

моуправления, реализующий следующие задачи:

- представление интересов проживающих в администрации общежития и университета;
- поддержание порядка и осуществление контроля за выполнением правил проживания в общежитии силами студентов, совместно с администрацией общежития;
- организация самообслуживания проживающих;
- рассмотрение в установленном порядке конфликтов, возникающих между проживающими.

Далее рассмотрим специфику самоуправления на примере СтС общежития № 2. С помощью программного средства VPwin нами была построена модель процессов, осуществляемых в ходе деятельности студенческого совета. На рис. 2 представлена контекст-

ная диаграмма, отражающая работу в самом общем виде. На входе отражены необходимые ресурсы, в нашем случае – материальные, финансовые и человеческие. По результатам работы студенческого совета готовится пакет документов (план работы СтС, годовой отчет; ведется архив мероприятий, стенгазеты; журнал санитарных проверок, журнал проверок пропускного режима). Также СтС имеет собственные разработки: предложения по редакции правил проживания, обязанности дежурных по комнатам, критерии санитарной проверки, план-сетка работы СтС.

Основным же выходом являются студенты, ознакомленные с правилами и традициями проживания и мотивированные на активное участие в жизни общежития.



Рис. 1. Схема управления студенческого совета

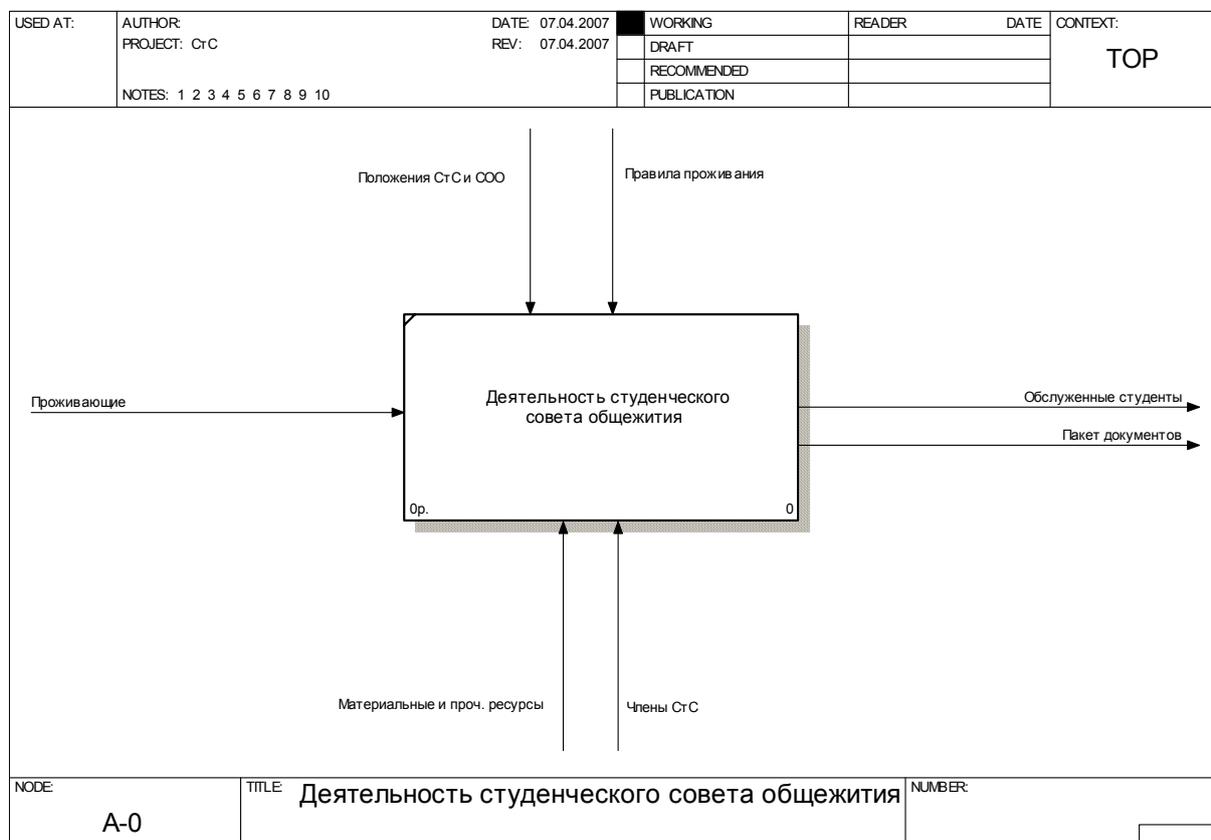


Рис. 2. Деятельность студенческого совета общежития № 2

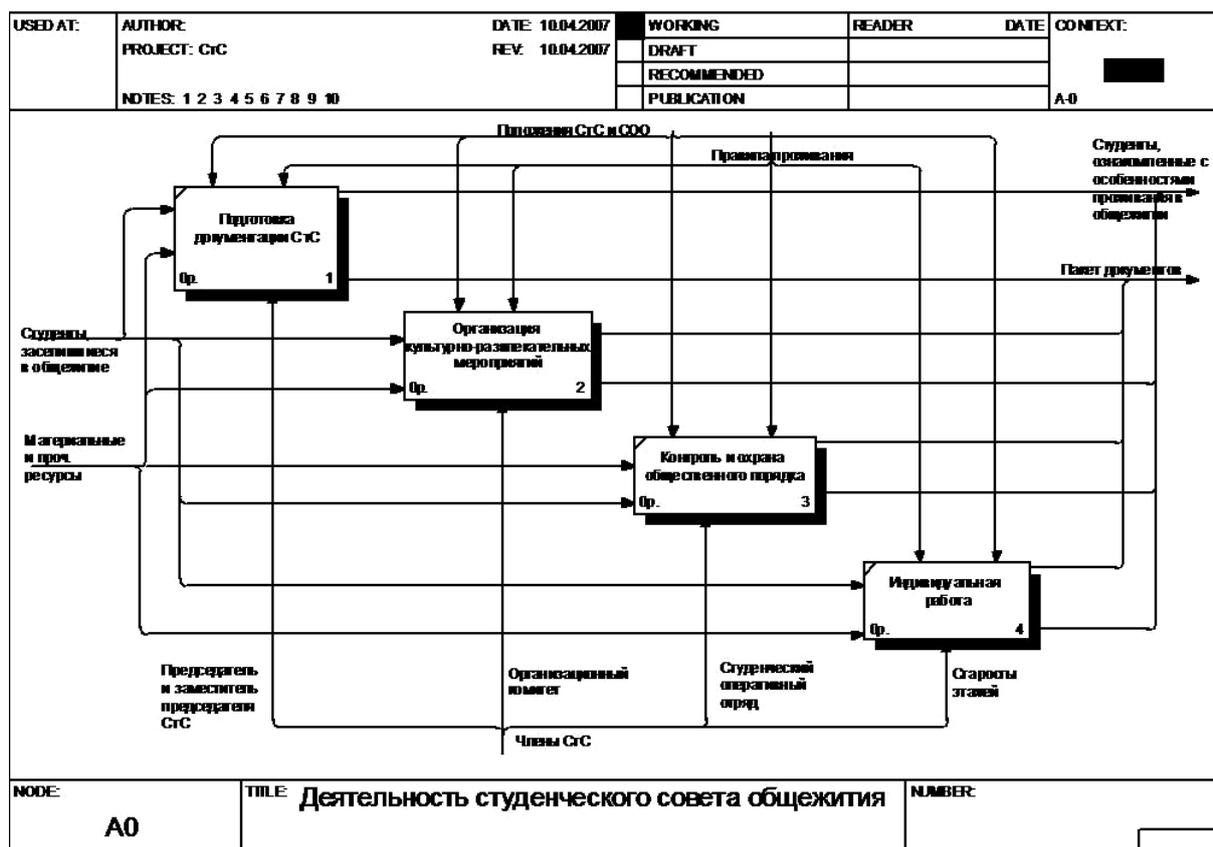


Рис. 3. Декомпозиция процесса работы СтС

Приведем декомпозицию контекстной диаграммы (рис. 3), на которой представлены процессы, благодаря которым реализуются вышеописанные задачи, а именно подготовка документации СтС, организация культурно-развлекательных мероприятий, контроль и охрана порядка проживания, индивидуальная работа. Необходимо отметить, что каждый из процессов имеет своего исполнителя, что обеспечивает прозрачность и контролируемость данных процессов, а также облегчает координацию работы всего студенческого совета председателем СтС.

Отметим, что СтС призван развивать в студенте как творческие, так и управленческие навыки; ребята, заинтересованные в работе органов самоуправления общежития, могут принять активное участие в их деятельности. Желаящие могут пройти собеседование, проводимое на еженедельных заседаниях СтС, и предложить свои идеи.

Проживающие могут развить свои таланты, присоединившись к организационному комитету, в обязанности которого входит организация досуга. В текущем учебном году были проведены следующие мероприятия: спортивные соревнования (жим лежа, подтягивание, армреслинг, настольный теннис, шахматы и т. д.), вечерний кинотеатр, вечер гитар и т. д.

Перспективным в данной области видится совместная работа студенческих советов общежитий СибГАУ с СтС факультетов и институтов, а также с другими внутривузовскими организациями.

Перейдем к рассмотрению процесса охраны и обеспечения общественного порядка, который также

занимает большую часть в работе СтС. Его можно декомпозировать на следующие подпроцессы: обеспечение общественного порядка на мероприятиях, контроль пропускного режима, организация и проведение рейдов по проверке санитарного состояния комнат, проведение рейдов по контролю соблюдения пожарной безопасности. Подобные функции, выполняемые СОО способствуют повышению уровня безопасности проживания в общежитии и нахождению на различного рода мероприятиях, а также дисциплинируют проживающих, мотивируя их к поддержанию порядка в жилых помещениях.

Однако наиболее плодотворной деятельностью СтС можно назвать индивидуальную работу со студентами, проживающими в общежитии. Эти функции выполняют старосты этажей, являющиеся основополагающим звеном СтС. Именно они представляют идеи и защищают интересы каждого проживающего в спорных ситуациях. Они также занимаются информированием жильцов о решениях СтС, следят за санитарным состоянием этажа, проводят индивидуальные беседы, решая конфликты и помогая освоиться в общежитии.

Выделим еще один процесс – подготовку документации. В его рамках осуществляется формирование плана работы, оформление годового отчета, ведение журналов протоколов заседаний и работа с промежуточной документацией. Это позволяет формализовать процессы, отразить результаты деятельности, сделать работу СтС более прозрачной для проживающих в общежитии студентов. Данная деятель-

ность в большей степени выполняется заместителем председателя и председателем студенческого совета, выполняющими функции по координации и организации работы всего СтС.

Таким образом, нами представлена модель самоуправления в рамках студенческого городка СибГАУ, на примере СтС общежития № 2. В которой реализо-

ваны задачи по представлению интересов проживающих; организации самообслуживания, разрешения конфликтных ситуаций, а также поддержания порядка и осуществление контроля за выполнением правил проживания в общежитии.

© Самарцева А. В., Эмилова О. А., 2012

УДК 669.713.7

А. А. Слепцова
Научный руководитель – Н. И. Пак
Красноярский государственный педагогический университет
имени В. П. Астафьева, Красноярск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКСПЕРТНЫХ СИСТЕМ В ОБУЧЕНИИ

При выборе методов обучения необходим комплексный анализ содержания учебного материала и психолого-педагогических характеристик ученика. В работе анализируется проект экспертной системы, позволяющей осуществлять подбор наиболее подходящих методов обучения, оптимальных для заданных условий учебного процесса.

Педагогический процесс настолько сложен и многогранен, что зачастую появляются сложности в подборе таких методов обучения, которые будут наиболее адекватными в определенных учебных ситуациях. В своих исследованиях Ю. К. Бабанский, М. И. Махмутов и др. показали, что при выборе и сочетании методов обучения необходимо руководствоваться следующими критериями:

- соответствие целям и задачам обучения и развития,
- соответствие содержанию темы урока,
- соответствие реальным учебным возможностям школьников: возрастным (физическим, психическим), уровню подготовленности (обученности, развитости, воспитанности), особенностям класса,
- соответствие имеющимся условиям и отведенному для обучения времени,
- соответствие возможностям самих учителей.

Эти возможности определяются их опытом, методической подготовленностью, уровнем психолого-педагогической подготовки [4].

В этой связи необходимо проводить комплексный анализ содержания учебного материала и выявить условия максимальной доступности его усвоения учащимися. Поэтому диагностика личностных характеристик ученика становится на первое место. Она позволяет контролировать ход и темп психического развития каждого, выявлять его индивидуальные особенности и потенциальные возможности, устанавливать особенности учебных коллективов и тем самым управлять учебно-воспитательным процессом. Изучение личности учащихся может выявить общие и функциональные задержки, трудности психического, трудового и нравственного развития каждого учащегося [3]. Это даст возможность своевременно организовать психолого-педагогическую коррекцию и выбрать адекватные методы обучения.

Цель исследования – разработка проекта экспертной системы для выбора психолого-педагогических диагностик характеристик ученика по задан-

ным условиям и определения наиболее подходящих методов обучения.

Психолого-педагогическая диагностика – это не выявление слабостей и недостатков учащихся для последующего их осуждения, а материал для профессиональной деятельности педагога [2]. Диагностические сведения помогают ответить на вопросы: как поступить, какую стратегию и тактику выбрать.

Существует множество разнообразных психолого-педагогических диагностик и педагогу не всегда под силу подобрать диагностику адекватную исследованию без помощи практического психолога, так как не все диагностики подходят для того или иного исследования. Но роль практического психолога может выполнить экспертная система.

Экспертные системы (ЭС) – это наиболее распространенный класс интеллектуальных систем, ориентированный на тиражирование опыта высококвалифицированных специалистов в областях, где качество принятия решений традиционно зависит от уровня экспертизы, например таких, как медицина, юриспруденция, экономика и др. [1] Современные ЭС – это сложные программные комплексы, которые содержат знания специалистов в конкретных предметных областях и распространяют их для консультирования менее квалифицированных пользователей.

Существуют различные подходы к классификации экспертных систем, т. к. класс ЭС сегодня объединяет несколько тысяч различных программных комплексов, которые можно классифицировать по десятку критериев. Один из видов ЭС по решаемой задаче – это ЭС поддержки принятия решения.

ЭС поддержки принятия решения – это совокупность процедур, обеспечивающая пользователя необходимой информацией и рекомендациями, облегчающими ему процесс принятия решения. Эти ЭС помогают специалистам выбрать и/или сформировать нужную альтернативу среди множества выборов при принятии ответственных решений [1].

Рассмотрим концептуальные положения для проектирования педагогической ЭС, помогающей выбрать оптимальные методы обучения для конкретного ученика.

Экспертная система должна взять на себя функции, выполнение которых обычно требует привлечения опыта человека-специалиста, или играть роль ассистента для человека, принимающего решение. В контексте данной темы экспертная система может исполнять роль практического психолога в выборе диагностики адекватной исследованию и на основании полученных данных рекомендовать определенные методы обучения.

Экспертная система будет выбирать диагностики для психолого-педагогических исследований учащихся, на основании которых будут подбираться методы обучения, оптимальные для определенных условий их применения.

Экспертная система не может быть универсальной – для каждого предмета необходимы свои особенные настройки.

На этапах проектирования и разработки ЭС предполагается использовать ее в процессе преподавания предметов связанных с информатикой и компьютерами.

У таких предметов, в основном, преобладают практические работы, в связи с чем, методы, ориентированные на прямое взаимодействие преподавателя с учащимися, будут использоваться реже.

Таким образом, предлагаемый проект ЭС будет помогать практикующим учителям осуществлять подбор наиболее подходящих методов обучения, оптимальных для заданных условий учебного процесса.

Библиографические ссылки

1. Белов Д. Л., Гаврилова Т. А., Частиков А. П. Разработка экспертных систем. Среда CLIPS. СПб. : БХВ-Петербург, 2003. 393 с.

2. Борытко Н. М., *Диагностическая деятельность педагога: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / под ред. В. А. Сластенина, И. А. Колесниковой. М. : Академия, 2006. 288 с.*

3. Бурлачук Л. Ф. *Психодиагностика : учебник для вузов. СПб. : Питер, 2006. 351 с: ил.*

4. Гребенюк О. С. *Общая педагогика : курс лекций ; Калинингр. ун-т. Калининград, 1996. 107 с.*

© Слепцова А. А., 2012

УДК 378

В. С. Старцев, Р. В. Романов
Научный руководитель – Г. М. Гринберг
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ТЕХНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Рассматривается ряд факторов, оказывающих наиболее значительное влияние на качество современного технического образования. Обозначены возможные пути компенсации негативного влияния этих факторов.

Современный рынок труда требует высокого уровня подготовки специалистов, способных практически сразу или после непродолжительного периода адаптации, профессионально решать, поставленные перед ними задачи с полной ответственностью за результат. Однако глубокие знания специалиста еще не гарантируют его успешной профессиональной деятельности. Для того чтобы выпускники могли успешно конкурировать на рынке труда, они должны уметь применять полученные знания на практике, иметь навык их использования, должны быть готовы к профессиональному развитию и личностному росту. Готовность к этому необходимо обеспечивать сначала в школе, затем в вузе непрерывно, в адекватных педагогических условиях.

В настоящее время система технического образования содержит в себе ряд проблем, из которых мы в данной работе выделим следующие: недостаточные условия формирования профессиональной идентичности, как школьников, так и студентов; недостаточный уровень практической подготовки выпускников вузов, необходимой для быстрой и успешной адаптации к работе на производстве; недостаточный уровень интеграции в обучении, интеграции образовательных учреждений между собой и с производством.

Формирование профессиональной идентичности. На наш взгляд вопрос о развитии профессиональной идентичности должен быть включен в круг задач, направленных на решение проблемы становления профессионала. Это обусловлено тем, что сформированная профессиональная идентичность выступает в качестве внутреннего источника профессионального развития и личностного роста любого субъекта деятельности.

Существует две точки зрения на профессиональную идентичность. Согласно первой – профидентичность есть продукт длительного личностного и профессионального развития, который появляется на достаточно высоких уровнях овладения профессией и выступает как устойчивое согласование основных элементов профессионального процесса [1].

В соответствии с другой точкой зрения, поддерживаемой рядом исследователей, профессиональная идентичность развивается в ходе обучения, и именно профессиональное образование является одним из источников ее формирования [2]. Этой точки зрения придерживаются авторы статьи.

В процессе своего профессионального самоопределения человек может принимать четыре, так называемых, статуса профессиональной идентичности:

неопределенная профессиональная идентичность; навязанная профессиональная идентичность; мораторий (кризис выбора) профессиональной идентичности; сформированная профессиональная идентичность. Организация профессиональной образовательной деятельности учащихся должна быть направлена на формирование у них последнего уровня профессиональной идентичности и, тем самым, обеспечивать переход от тезиса «получения профессии» к тезису «получение образования для профессии».

Уровень практической подготовки студентов.

Если говорить о состоянии практической подготовки студентов нашего университета, то уровень такой подготовки был до недавнего времени традиционно высоким. Происходило это благодаря применяемой в университете интегрированной системе обучения, в рамках которой органически сочетаются теоретическое обучение и эволюционирующая профессиональная практическая деятельность в виде инженерно-производственной подготовки (ИПП). Но, в связи со сложившимися в последнее время в стране экономическими условиями, проявилась негативная тенденция, выражающаяся в уменьшении времени, отводимом на ИПП, и уменьшении числа рабочих мест, предоставляемых студентам для прохождения ИПП на базовых предприятиях, что непосредственным образом негативно сказалось на уровне практической подготовки студентов.

По мнению авторов статьи, уменьшение негативного влияния современного уровня ИПП на уровень практической подготовки студентов может быть достигнуто в результате использования в образовательном процессе университета методов активного обучения (МАО). Среди большого числа МАО, позволяющих связать теоретические знания с их практическим применением, по нашему мнению, в первую очередь следует использовать: контекстное обучение; обучение на основе опыта; проблемное обучение; проектное обучение. Весьма перспективным для повышения уровня практической подготовки является развитие сети студенческих конструкторских бюро.

Интеграция в обучении, интеграция образовательных учреждений. Интеграция в обучении – это

процесс установления связей между структурными компонентами содержания учебного материала, осуществляемый в рамках определённой образовательной системы с целью формирования у обучаемого целостного представления о мире. Интеграция способствует преодолению фрагментарности и мозаичности знаний, обеспечивает овладение целостным знанием, комплектом универсальных человеческих ценностей.

Ещё одним из востребованных и перспективных направлений интеграционных процессов в современном российском образовании, которое, возможно, будет способствовать коренному преобразованию системы профессионального образования, является интеграция образовательных учреждений. Такая интеграция должна рассматриваться в двух взаимосвязанных аспектах: содержательном (интегрирование образовательных программ) и организационном (взаимодействие образовательных учреждений, как между собой, так и с рынком труда).

С позиции интеграционных процессов необходимо отказаться от деления науки и образования на «взрослую», «студенческую», «школьную». Если в научную и образовательную деятельность по определенной теме будут вовлечены субъекты всех возрастов по конвейерному принципу, то будет достигнут синергетический эффект – возрастание в результате интеграции эффективности деятельности каждого из участников. При этом интеграция содержания учебного материала может быть сдвинута в транспредметную область, когда происходит синтез компонентов основного и дополнительного содержания образования.

Библиографические ссылки

1. Ермолаева Е. П. Преобразующие и идентификационные аспекты профессиообразования / Е. П. Ермолаева // Психологический журнал. 1998. Т. 19. № 4. С. 80–86.
2. Родыгина У. С. Психологические особенности развития профессиональной идентичности студентов – будущих психологов : дисс. ... канд. психол. наук. Киров, 2007.

© Старцев В. С., Романов Р. В., 2012

УДК 378

Ю. И. Тычкина, М. А. Щекалева
 Научный руководитель – Г. М. Гринберг
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДИКИ «ДЕРЕВО ПРОБЛЕМ» ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОБЛЕМ, ВЛИЯЮЩИХ НА МОТИВАЦИЮ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА

Представлены результаты проведённого исследования по выявлению проблем, влияющих на мотивацию обучения. Для выполнения исследования использовалась методика «Дерево проблем». Приведено описание использования этой методики.

Мотивация обучения – это общее название для процессов, методов, средств побуждения обучаемых к продуктивной познавательной деятельности, к активному освоению содержания образования. Любое педагогическое взаимодействие с обучаемыми стано-

вится эффективным только с учётом особенностей их мотивации к обучению. Поэтому мотивация является ведущим фактором, регулирующим активность и поведение обучаемых в их учебной деятельности.

Сравнение проблем, влияющих на мотивацию обучения

Если \ То	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	X	0	0	0	1	0	0	0	0	0
2	0	X	0	0	0	0	0	0	0	0
3	0	0	X	0	0	0	0	0	0	0
4	1	0	0	X	1	0	0	0	0	0
5	1	0	0	0	X	0	0	0	0	0
6	1	0	0	0	0	X	0	0	0	0
7	0	0	0	0	0	1	X	0	0	0
8	1	0	0	1	1	0	0	X	0	0
9	1	1	0	1	0	0	0	0	X	1
10	1	1	0	1	0	0	0	0	1	X
Итого	6	2	0	3	3	1	0	0	1	1

Изучение структуры мотивации студентов технических вузов, знание мотивов, побуждающих студентов к продуктивной образовательной деятельности, позволит психологически обоснованно решать задачи повышения эффективности педагогического процесса. Это повышение может быть осуществлено путём оптимизации входящих в структуру педагогического процесса компонентов: целевого (верного определения целей и задач обучения); содержательного (правильного осуществления отбора изучаемого материала); операционно-деятельностного (улучшения процедуры по обучению и взаимодействию участников процесса); оценочно-результативного (достоверности проверки, оценки и анализа результатов воспитания, обучения, суждения об эффективности процесса).

Для осуществления оптимизации необходимо решить три задачи: провести идентификацию основных проблем, влияющих на мотивацию обучения; установить связи между выявленными проблемами и степень их влияния на мотивацию; разработать причинно-следственную диаграмму.

Решение указанных задач было осуществлено с помощью методики, получившей название «Дерево проблем». Методика предполагает выполнение нескольких этапов. На первом этапе определяется круг проблем, оказывающих влияние на мотивацию обучения. Нами этот круг был определён путём опроса студентов групп П-91 и П-92.

На втором этапе из полученного в результате опроса круга проблем были выделены 10, оказывающих максимальное влияние на решение задачи:

1. Неинтересный материал
2. Необъективная оценка знаний со стороны преподавателя
3. Отсутствие гласности достижений
4. Плохое объяснение изучаемого материала
5. Трудный для понимания материал
6. Нет уверенности, что получаемые знания будут нужны в дальнейшем
7. Отсутствие определённости в дальнейшем трудоустройстве
8. Низкая материально-техническая база
9. Безразличие преподавателей
10. Низкая мотивация преподавателей

Каждой проблеме присваивается для краткости порядковый номер. Номера, под которыми обозначены

проблемы, не имеют отношения к степени их важности.

На третьем этапе производится попарное сравнение всех обозначенных проблем и делается вывод, какая из сравниваемых проблем является причиной появления другой. Результат сравнения сводится в таблицу. Вначале сравнивается проблема 1 (горизонтальная строка) с проблемой 2. Если проблема 1 является причиной проблемы 2, то в колонке 2 (первая строка) ставится единица. «Из-за того, что есть проблема 1, возникает проблема 2». Если связи между ними нет, или проблема 1 является следствием проблемы 2, ставится 0. Также поступаем со всеми остальными строками таблицы.

Результат сравнения выделенных выше 10 проблем представлен в таблице.

После того, как попарное сравнение закончено, подсчитываются итоги по столбцам. Каждый столбец отражает количество следствий. То есть, чем больше баллов набрал столбец, тем чаще проблема под этим номером является следствием других нерешенных проблем. Чем меньше баллов в столбце, тем чаще проблема является причиной возникновения других осложнений.

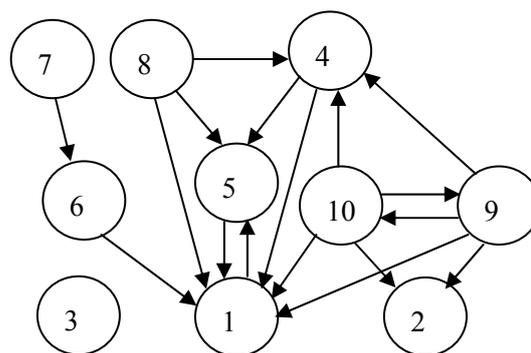


Диаграмма «дерево проблем»

На четвёртом этапе строится «дерево проблем». Обнаруженные логические связи между проблемами изображаются графически. Это делается для того, чтобы решаемую задачу изобразить образно, например, в виде диаграммы. В этом случае сознание воспринимает задачу легче и легче справляется с её решением. На диаграмме кружки с номерами проблем

располагаются так, чтобы наверху оказались проблемы, набравшие наименьшее количество баллов 0...3 (проблемы-причины), в середине – 4...6 баллов, а внизу проблемы-следствия (с максимальным количеством баллов). Теперь необходимо еще раз пройти по таблице и указать выявленные причинно-следственные связи направленными стрелками. Полученная для нашего случая диаграмма приведена на рис. 1.

На пятом этапе нам предстоит выполнить анализ полученной диаграммы. Необходимо выявить те проблемы, решение которых в основном зависит от усилий самих студентов, и те проблемы, для решения которых необходима помощь со стороны. А также выяснить, можно ли общими усилиями повлиять на решение ключевых проблем, или в большей степени приходится работать с их последствиями.

© Тычкина Ю. И., Щекалева М. А., 2012

УДК 37:36

Д. В. Щеголькова
Научный руководитель – М. А. Кобцева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОУЧИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

Рассматриваются возможности применения коучинговых технологий в учебном процессе в рамках изменения парадигмы высшей системы образования.

Процессы глобализации превращают образование в один из важнейших элементов социальной инфраструктуры развитых государств. Социально-экономические и технологические преобразования в современном мире выдвигают непростые задачи, и эти задачи неизбежно связаны с функционированием института образования. [1] Высшее образование сегодня представляет собой скорее сферу предоставления услуг, в которой главная роль принадлежит потребителю этих услуг – студенту. Именно он определяет тот набор функций института образования и социальных взаимодействий, который необходим ему для становления в качестве специалиста. Для усвоения практических навыков, развития личностных компетенций, которые сделают его востребованным в социуме. Сформированный таким образом социальный заказ предполагает выход за рамки «ЗУНовской» парадигмы образования, переход на качественно-личностную основу, предполагающий формирование у студента профессионально-личностных компетенций.

В связи с этим на первый план выступает развитие личностного потенциала студента, которое возможно с применением персонифицированного подхода к учащимся. Одни из таких методов является коучинг, появившийся сравнительно недавно, в 80-х гг. XX века.

В литературе коучинг рассматривается как средство содействия, помощи другому человеку в поиске его собственных решений или его продвижении в любой сложной ситуации [2] В настоящее время коучинг применяется как одна из самых результативных технологий по развитию человеческого потенциала.

В настоящее время наблюдается процесс увеличения дефицита института наставничества в высших учебных заведениях. Социологический опрос, проведенный среди студентов СибГАУ им. М.Ф. Решетнева показал необходимость усиления роли наставников.

Благодаря содействию которых, посредством процесса коучинга, студенты могут углубить свои знания, улучшить свой КПД и повысить качество жизни. Задача наставника (коуча) - помочь человеку найти в себе ресурсы, которые нужны ему в данный момент, чтобы затем применять их на практике [3]

В первую очередь, коучинг является эффективной психологической технологией, повышающей личностную результативность. В педагогической практике его возможно использовать в качестве инструмента, повышающего личностную и профессиональную эффективность студента, как метод, проясняющий профессиональные цели, средства и пути их достижения. В процессе коуч-сессий появляется возможность поддерживать и развивать студенческие инициативы и начинания, связанные с будущей профессиональной и научной деятельностью. В процессе работы в коучинге учащийся проясняет собственные жизненные концепции, мировоззренческие позиции, ищет собственные пути и способы достижения целей. Особую актуальность это приобретает по причине того, что поступающий в вуз, абитуриент, как правило, не всегда уверен в своем выборе, до конца не осознавая, какие знания он получит в ходе овладения данной специальностью и что из этого ему пригодится в последующей жизни.

Следовательно, основная задача коучинга – не научить чему-либо, а стимулировать самообучение, возможность самореализации, чтобы в процессе деятельности человек смог сам находить и получать необходимые знания. Суть этого подхода заключена в раскрытии спящего внутреннего потенциала, и приведении в действие системы мотивации каждого отдельно взятого человека.

Можно предположить, что в системе высшего образования освоение знаний и навыков должно быть основано на владении психологическими практиками, которые позволяют человеку самому произвольно создавать необходимое для успеха его деятельности

настроение. Внедрение коучинговых технологий сможет заполнить некоторые пробелы в существующей системе образования путем введения обязательной к освоению программы, направленной на анализ текущего состояния студентов (представления о будущей профессии и сферах предстоящей деятельности); умение достигать цель и пр. Также необходимо стимулировать стремление к саморазвитию: скорочтение, тренировка памяти, коммуникабельность.

Организация коучинга как одного из методов образования будет эффективной при соблюдении определенных условий:

- 1) четкое определение сути инновационной образовательной деятельности;
- 2) изучение содержательной основы коучинга в рамках обеспечения качества высшего образования;
- 3) последующая практическая реализации коучинга в образовательном пространстве вуза.

Бесспорно, нужно учитывать, что для решения проблемы качества образования не достаточно использовать коучинговые технологии в учебном процессе лишь высшей школы. Необходимо применять этот метод во всей системе непрерывного образования человека, начиная со школьного образования и заканчивая высшим и послевузовским образованием.

Таким образом, коучинг, как эффективную консультационную технологию возможно и нужно включать в систему высшего образования. Методы и

приемы коучинга могут вполне гармонично вписаться в практику профессионально-личностного сопровождения студентов как надежный инструмент, позволяющий эффективно достигать целей не только в образовательном пространстве, но и собственно в профессиональном становлении будущих специалистов [3].

Данная методика совместно с использованием междисциплинарно подхода в системе образования, очевидно, способствует достижению высокого уровня развития личности и индивидуальной компетентности учащихся, что является наиважнейшей целью института высшего образования.

Библиографические ссылки

1. Константиновский Д. Л. Социально-гуманитарное образование: ориентации, практики, ресурсы совершенствования. М. : ЦСП, 2006. С. 8.
2. Максимов В. Е. Коучинг от А до Я. Возможно все. СПб. : Речь, 2004. С. 11.
3. Дмитриева Е. Н., Тренькаева Н. А. Возможности использования методов и приемов коучинга в профессионально-личностном становлении студентов // Вестник томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. № 3(4). 2008. С. 4.

© Щеголькова Д. В., 2012

СОДЕРЖАНИЕ

От редакционной коллегии	3
--------------------------------	---

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Секция

«ЭКОНОМИКА И БИЗНЕС»

Абрамова Н. Н. Эффективность снижения энергозатрат предприятия	7
Амирханян Н., Бродецкая Н. Недобросовестная рыночная практика на финансовых рынках	8
Аневич Ю. В. История национализации в области промышленного производства в России	10
Батурина Э. А. Корректировка таможенной стоимости	11
Бахмарева К. К. Увеличение инновационного потенциала наукоемкого предприятия на основе венчурного финансирования	13
Богданова О. Л., Фаменко О. Е. Механизмы продвижения наукоемкой продукции российских предприятий на рынок	14
Богданова О. Л. Зарубежный и отечественный опыт государственной поддержки инновационных предприятий	15
Быстрова И. В. Разработка мероприятий оптимизации затрат нефтегазовой компании	17
Высотина О. А., Гончарова К. А. Электронное декларирование	18
Гамалей Д. М. Планирование производства продукции в условиях конкурентной среды	19
Головина Э. С. Критерии оценки эффективности управления деятельностью предприятия	21
Горбачева Д. О. Выявление наиболее важных параметров современных телевизоров с помощью методов экспертных оценок	22
Гурин Д. А., Филько И. В. Анализ и оценка качества плана	23
Гусейнова Т. А., Турчак К. В. Проблемы развития малого предпринимательства в России	25
Еремеева С. В., Кауп В. Э. Методы оценки инновационного потенциала наукоемкого предприятия	26
Игнатенко А. А. Формирование производственной программы цеха машиностроительного предприятия	27
Ильин Ю. А., Володин А. Ю. Подходы к оценке результатов инновационной деятельности промышленных предприятий	29
Калинников А. В. Проблемы контрафакта в Российской Федерации	31
Кауп В. Э., Еремеева С. В. Участие вузов в инновационном предпринимательстве	32
Кириенко Т. В. Особенности разработки плана антикризисного управления предприятием	33
Койкова Е. Е. Проблемы развития предприятий энергетической отрасли РФ (на примере красноярского филиала ОАО «Сибирьэнергоремонт»)	34
Кольяк М. В. Экономическая политика и управление минерально-сырьевыми комплексами	36
Конева М. Б. Кадровый потенциал оборонно-промышленного комплекса России	37
Коцюба А. А., Старикова Д. В. Проблемы развития скоринга в России	38
Лапатская Е. А. Судебная практика рассмотрения споров о корректировке таможенной стоимости	40
Левченко Е. М. Внедрение ключевых показателей эффективности использования трудовых ресурсов предприятия	41
Лифантьев А. О., Мадуев А. С. Классификация инновационных маркетинговых проектов	42
Лифантьев А. О. Понятие и сущность инновационных маркетинговых проектов	44
Луцай А. А. Зарубежный опыт трансфера технологий	45
Лыткина А. И., Романовская Ю. В. НДС в рамках Таможенного союза	46
Мальцев В. В. Исследование зарубежного опыта развития малого и среднего предпринимательства	48
Мельников М. В. Популяризация научной и инновационной деятельности среди молодёжи	49
Наботова М. М., Плывч Е. В. Управление космическими рисками в России	50
Никитенко А. О. Проблемы российской космической отрасли	52

Новикова Э. С., Жеребцова В. В. Риск потери деловой репутации банка	53
Орлова К. В. Испытания космического проекта в виртуальной реальности как инструмент снижения космических рисков	54
Пашигор Е. А. Проблемы, связанные с нарушением исключительных прав владельцев объектов интеллектуальной собственности России	56
Полякова М. А., Кузнецова Ю. В. Оценки операционных систем смартфонов	57
Прудникова Д. С. Институт предварительного информирования таможенных органов при перемещении товаров через таможенную границу Таможенного союза автомобильным транспортом	59
Резанова Е., Бакулина М. Разгосударствление экономики с помощью инструментов рынка ценных бумаг	60
Резанова Е. С., Бродецкая Н. А. Развитие персонала как фактор повышения инновационного потенциала предприятия	62
Руденко Е. И. Страхование космических рисков	63
Рудь С. Н. Проблемы защиты объектов интеллектуальной собственности в Таможенном союзе	64
Сафронов М. В. Малые инновационные предприятия: формирование понятийного аппарата	66
Светлакова И. Ю. Эколого-экономическая оценка деятельности предприятия	67
Ситникова С. Ю. Перспективы и проблемы развития бизнес-инкубаторов Красноярского края	68
Старикова Д. В., Коцюба А. А. Перспективы роста рынка ценных бумаг	70
Старикова Д. В., Коцюба А. А. Управление персоналом и его мотивация в проектной деятельности	71
Терещенко К. В. Влияние инновационной деятельности на экономическое развитие России	72
Тимосюк С. Л., Светлакова И. Ю. Вопросы оценки эффективности деятельности предприятия	74
Тимосюк С. Л. Роль и значение пищевой промышленности для экономики России	75
Фаменко О. Е. Современный опыт оценки производственного потенциала научно-технического предприятия	76
Холдин Р. С. Проблемы и тенденции развития авиационной промышленности России	78
Черкасов Е. А. Факторы, определяющие эффективность научно-технического предприятия	79
Четверикова С. В. Электронная форма декларирования товаров: проблемы и перспективы развития	80
Чиганова А. П. Критерии формирования оптимальной производственной программы предприятия	82
Шарифуллина Я. Ш. Развитие наземных комплексов управления космическими аппаратами	84
Шорикова О. В., Плеханов П. В. Проблемы образования национальной инновационной системы России	85

Секция

«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНОГО И ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ»

Амирханян А. С., Поляков Е. С. Особенности проектного управления предприятий франчайзи 1С	87
Амирханян А. С. Перспективное планирование качества продукции Advanced Product Quality Planning	88
Батраева И. М. Управление инновационными проектами и программами	89
Буравлев Н. В., Корюкина Ю. А. Комплексные услуги, обзор опыта реализации принципа «одного окна», многофункциональный центр как организационная форма реализации принципа «одного окна»	90
Гринева Д. В. Информационный инкубатор инновационных идей (система «4И») – система сбора и обработки предложений сотрудников предприятия	91
Данилова И. А., Моковозов С. А. Развитие малого инновационного предпринимательства в России	92
Данилова И. А. Малые предприятия в национальной инновационной системе	94
Копчарова Е. В. Корпоративный стандарт управления телевизионными проектами	95
Кривошеина А. М. Особенности проектов инновационной сферы как объекта оценки эффективности	96
Кузнецова В. С., Лановская С. Е. Роль лидера в управлении командой проекта	98

Кузнецова В. С. Влияние человеческого фактора на реализацию IT-проектов (в сфере программных продуктов)	99
Куриленко А. В. Формирование и развитие корпоративной культуры организации	101
Лайцан Я. Г., Морозов С. Разработка типовой СДР для проектов открытия торговых точек в сфере общественного питания	102
Лайцан Я. Г. Особенности управления проектами в сфере общественного питания	103
Лановская С. Е. Издательский дом как проектно-ориентированная организация	104
Мадуев А. С. Современный инжиниринг в проектах и его преимущества	106
Моковозов С. А. Проблемы при разработке и внедрении корпоративного стандарта управления проектами	107
Поляков Е. С., Амирханян А. С. Инвестиции в инновационные проекты – как направление венчурного финансирования	108
Поляков Е. С. Инновационная система как совокупность науки и производства	109
Сицуков Д. В. Муниципальные образования и системы управления: проблемы развития	110
Фурсина Ю. С., Комогорцев В. И. Определение понятия финансовой устойчивости для предприятий розничной торговли	111
Шуфер М. Б. Специфика управления портфелем проектов по автоматизации учета	113

Секция

«ОСВОЕНИЕ КОСМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ»

Никитенко А. О. Основные направления развития и причины аварий при запусках космических аппаратов российской космической отрасли	115
Рынза Л. А. Космология К.Э. Циолковского и современная наука	116
Свориенко А. В. Спутниковые системы и информационная безопасность	117

Секция

«МАРКЕТИНГ И КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ КОСМОСА»

Архипкин К. Е. Формирование системы скидоч	119
Асланова Д. З., Каширова А. Г. Выявление проблем трансфертного ценообразования в России	120
Афонин А. А., Васильев М. А. Особенности рынка операторов персональной спутниковой связи в РФ	121
Бажанова М. А. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности	122
Баранова М. В., Бурова А. В. Особенности глобальной конкуренции на примере ОАО «Информационные спутниковые системы» имени академика М. Ф. Решетнева»	123
Башурова Е. С., Качурина В. В. Развитие наукоемких технологий предприятиями авиаракетно-космической промышленности	125
Бревнов В. Г., Ашлапов А. Н. Психология денег в России	126
Васильев М. А. Частный сектор как источник развития инновационной деятельности в космической отрасли	127
Галишникова А. С. Разработка стратегии развития предприятия речного транспорта (на примере ОАО «Енисейское речное пароходство»)	128
Голубкина М. Г. Частные космические аппараты и перспективы их использования	129
Гончарова К. А., Грудина О. В. Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики фирмы	131
Горбачёв А. А. Методы сбытовой политики государства	132
Домбровская Я. С., Пешкова Н. М. Особенности ценообразования во внешней торговле	134
Киселева Л. П. Промышленный маркетинг	134
Колесников Д. С., Сачек А. А. Глобальная навигационная спутниковая система как источник конкурентного преимущества в космической отрасли	135
Крымова Н. А. Совершенствование деятельности ООО «Новый город» с помощью стратегического планирования	136
Лапшина М. А. Современное состояние и перспективы развития нефтегазовой отрасли России	138
Лишутина О. А., Парамонова А. А. Маркетинг и коммерциализация космоса	139

Любецкий А. В., Андреева Е. Н. Манипулирование в ценообразовании	141
Наприенко А. С. К вопросу о выборе целевого сегмента для ФГУП «Почта России» УФПС Красноярского края	142
Романовская Ю. В., Забабурина Е. В. Скрытый маркетинг	143
Саакян Р. С. Оценка качества высшего образования	145
Смирнова М. И. Совершенствование маркетинговой деятельности ООО ПКФ «Орлеан»	146
Смирнова М. И. Совершенствование деятельности ООО ПКФ «Орлеан» с помощью стратегического маркетинга	147
Старовойт Е. С. Инструменты маркетингового анализа как критерий выбора метода разработки маркетинговой стратегии	148
Темных Ю. Г. Совершенствование маркетинговой деятельности ООО ПКФ «Орлеан»	150
Темных Ю. Г. Разработка стратегии продвижения ООО ПКФ «Орлеан»	151
Тетерева И. М. Бенчмаркинг как инструмент эффективного функционирования предприятия	152
Франтик Томаш. Христианство как продукт маркетинга	153
Холкина Я. С. Управление маркетингом на предприятии	154
Холкина Я. С. Аспекты разработки конкурентной стратегии на предприятии ОАО «Красноярский хлеб»	155
Чабала Е. С. Тенденции развития систем маркетинговой информации	157
Шамара Ю. А., Жданова А. В. Использование инструментов SMM авиакомпаниями на мировом рынке	158
Яковлева К. В. Совершенствование маркетинговой деятельности на предприятии «Губернские аптеки»	159
Яланская А. Ю., Тотышева А. В. Современное ценообразование как элемент рыночной стратегии фирмы	160

Секция

«УПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ»

Алдабергенова А. Г., Миронова Ю. В. Метод операционного управления экономикой двигателестроительного предприятия	162
Амирова Е. С. Разработка стратегии развития оптового торгового предприятия ООО «Аттика»	163
Амирханян Н., Бродецкая Н. Проблемы страхования предпринимательских рисков в РФ	164
Бережных В. А. Инфраструктура поддержки малого инновационного предпринимательства в городе Красноярске	166
Борисова Н. М. Теории мотивации Д. Макгрегора и применение в российской практике	167
Галицкая Д. А. Методология кайдзен в России	168
Герасимов М. Е. Факторы, влияющие на интеллектуальный капитал	170
Головина Э. С. Разработка стратегии развития гражданского сегмента РКТ ОАО «Красмаш»	171
Дорофеева С. В. Ключевые компетенции эффективного менеджера на предприятии РКП	172
Есиков И. В. Стратегическое управления инвестициями в энергосберегающие технологии на предприятиях РКП	173
Картамышев А. С., Ивашина Ю. Н. Бюджетирование как система управления предприятий	174
Козлова И. А. Цепочки создания ценности как инструмент управления бизнес-процессами на предприятии	176
Константинова А. А. Направления развития системы управления инновационными процессами	177
Косякова А. А. Состояние и тенденции развития малых инновационных предприятий в России	179
Кривошеина А. М. Разработка стратегии развития для бизнес-акселератора ООО «IT-INVEST GROUP»	180
Лазарев Е. А. Тенденции развития ракетно-космической промышленности России	181
Лапшина М. А., Наприенко А. С. Анализ нестратегических барьеров входа новых фирм на российский нефтегазовый рынок	183
Максимов Е. Е., Бурс К. В. Актуальность и проблемы электронных архивов современных российских предприятий	184
Мамонова Ю. С. Интерим-менеджмент за рубежом и в России	185
Нурутдинова Е. Р., Черкашина Д. А. Проблемы подготовки управленческих кадров в России и за рубежом	186

Павлова Е. О. Проблемы управления инновационными проектами на предприятиях ОПК	187
Пазников Е. Н. Организация контроллинга на предприятии	188
Пьянкова В. В. Особенности российского менталитета	190
Смолякова Д. Е. Проблемы мотивации персонала	191
Христолюбова Е. В. Методы трудовой мотивации на предприятии РКП	192
Цупель Н. Г. Управление профессиональным потенциалом государственных гражданских служащих	193
Черяпина Л. А. Особенности женшинского управления российскими предприятиями	194
Чичурина Н. С. Процессный подход к управлению финансовыми потоками предприятия РКП	195
Шангина Е. А. Проблемы управления проектами в космической отрасли	196

Секция

«МЕНЕДЖМЕНТ В НАУКОЕМКИХ ПРОИЗВОДСТВАХ»

Амирханян Н., Бродецкая Н. Стратегическое управление в вузах	198
Гойдина Н. Н. Направления поддержки инновационной деятельности Сбербанком России	200
Головина Ю. А. Управление, основанное на стоимости: практика успешного применения	201
Дзюин М. Е., Данченко В. И. Перспективные направления развития космического машиностроительного комплекса в России	202
Жеребцова В. В., Новикова Э. С. Совершенствование систем управления производством ракетно-космической промышленности	203
Ковалева Ю. В. Проблемы управления персоналом современных наукоемких предприятий	205
Кривелева Ю. С. Современные подходы к управлению наукоемким производством	206
Кузнецова Ю. В., Полякова М. А. Образование и востребованность операционных менеджеров	207
Мирошникова К. С. Развитие корпоративной культуры в образовательных учреждениях	209
Никитенко А. О., Мисюк Е. А. Развитие технопарков в России как условие роста наукоемкого производства	209
Оленикова К. Л. Операционный менеджмент в наукоемких производствах	210
Пльвич Е. В., Наботова М. М. Перспективные направления космических исследований	212
Супрунова М. А. Управление бизнес-процессами в наукоемком и инновационном производствах	213
Юхневич Т. А. Проблемы дефицита спутникового ресурса и пути их решения	215

Секция

«ФИНАНСЫ И КРЕДИТ»

Аврамчиков В. М. Применение графических методов в оценке вероятностного направления движения временных рядов на фондовом рынке	216
Алексеева В. Ю. Инвестиции в социальную сферу: классификация объектов социальной инфраструктуры	217
Бакулина М., Скворцова Я. Развитие форм взаимодействия банков и страховых компаний (банкострахование)	218
Богомолов В. А. Оценка риска финансовой несостоятельности как элемент стратегического планирования предприятий РКП России	220
Гусейнова Т. А., Турчак К. В. Проблемы развития малого предпринимательства в России	221
Жеребцова В. В., Новикова Э. С. Формирование оптимального портфеля ценных бумаг кредитной организации	223
Казakov А. Ф. Финансирование прикладной науки в России. Опыт западных стран	224
Качаева Е. А. Критический анализ основных подходов к принятию решений на финансовом рынке	226
Марьина Е. А. Стимулирование развития предприятий малого бизнеса на основе банковских продуктов	227
Миронова Ю. В., Алдабергенова А. Г. Управление финансовой деятельностью убыточного предприятия с помощью стратегического менеджмента	229
Русина Ю. В. Формы финансовой отчетности автономных образовательных учреждений	229
Семенов С. С. Промышленная политика предприятий	231
Сергеева О. О. Анализ стратегии развития авиационного комплекса РФ	232

Таушева Е. С. Методика выбора критериев оценки эффективности капитальных вложений	233
Шостак А. В. Пути совершенствования социального нормирования расходов бюджета	235
Шумский А. С. Проблемы системы оплаты труда средних профессиональных образовательных учреждений	236

Секция

«СОВРЕМЕННЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ АЭРОКОСМИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА»

Абрамович Д. И. Критерии выбора поставщика для промышленных предприятий	238
Андряшина Н. В. Эволюция логистических концепций планирования	239
Баранова М. В. К вопросу об эффективности использования информационных систем на промышленном предприятии	241
Гасец Е. С., Баленичева Н. И. Сетевое планирование в управлении логистическими цепями поставок	242
Горошко В. С. Применение адаптивных систем управления дорожным движением	243
Горских О. А. Моделирование логистических затрат в производственной системе предприятия	245
Колесникова К. И. Введение мониторинга GPS навигации как метода оптимизации затрат	256
Кудрева А. К. Перспективы развития транспортной логистики Красноярского края	247
Матвеева А. А., Якимова Д. О. Модель «точно в срок» в логистике	249
Мирошниченко О. В. Моделирование системы возвратной логистики на промышленном предприятии ЗАО «КрасПТМ»	251
Михайлова Л. В. Особенности 4PL-провайдера	252
Петрикеев Ю. Г. Сервисное обеспечение логистической деятельности промышленного предприятия	253
Резанова Ю. С. Место и роль транспортно-экспедиционных компаний в транспортно-сбытовой деятельности промышленного предприятия	255
Самарцева А. В. Системы мониторинга и контроля автотранспорта на промышленном предприятии	256
Тихоненко А. Д. Повышение качества логистического сервиса на примере производственного предприятия ООО «Усольское»	257

Секция

«ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ»

Алиферов А. А., Матвеева В. С. Особое значение формирования системы обучения для развития человеческого капитала и трудового потенциала организации	259
Алиферов А. А. Развитие карьеры сотрудников в организации на этапе интенсивного роста	260
Андреева А. Ф. Сущность современной системы непрерывного обучения персонала в организации	261
Афонин А. А. Влияние офисов открытого типа на рабочий процесс	263
Бабак К. В. Трудовой потенциал предприятия: сущность и методы оценки	264
Безрукова Е. А. Компетентностный подход при выборе бизнес-тренера	265
Богачева А. М. Кадровые стратегии на предприятиях аэрокосмической области	267
Бутина Е. В. Требования к системе оценки персонала некоммерческих организаций	268
Васильев М. А. Снижение текучести персонала на аэрокосмических предприятиях России	269
Виннер М. Л. Проблемы управления человеческими ресурсами в условиях реализации стратегии интенсивного роста организации	271
Гладкова О. Н. Тенденции современного корпоративного обучения	271
Дулецкая А. В. Система обучения персонала гостиничного бизнеса: формы и направления развития	273
Иванцова А. А., Санданова Б. Д. Организация взаимодействия сотрудников компании как фактор повышения мотивации	274
Иванцова А. А. Актуальность проектирования мотивационной системы коммерческой организации	275
Иванцова А. А. Основные элементы системы мотивации персонала коммерческой организации	276

Ковалева Ю. В. Проблемы управления персоналом современных наукоемких предприятий	277
Конева Е. В. Инновационные методы подбора персонала: перспективы и риски использования	278
Литвинова А. А. Роль организационной культуры в формировании инновационной среды	279
Максимова Е. С. Аутсорсинг персонала: преимущества и риски для организации	281
Матвеева В. С. Коучинг – современный инструмент развития человеческого капитала предприятия	282
Микитюк А. О., Никитина Е. Е. Мероприятия по управлению текучестью кадров	284
Санданова Б. Д., Литвинова А. А. Организация работы творческого персонала при разработке и внедрении инноваций	285
Сидоренко Г. Ю. Трудоустройство и занятость инвалидов как одна из социальных проблем	286
Стародымова А. В. Взаимосвязь кадровой стратегии и кадровой политики организации	288
Темаева А. Ю. Современная интерпретация представлений о личности менеджера	288
Хрунова Ю. С. Космос и человек: многомерность отношений	290
Цупель Н. Г. Развитие профессионального потенциала государственных гражданских служащих, начиная с подбора кадров на государственную гражданскую службу	291
Шевченко Е. В., Безрукова Е. А. Инновационные компетенции персонала – сущность и проблемы формирования	292
Шевченко Е. В. Использование компетентностного подхода к управлению рабочей группой	293

Секция

«ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК»

Александрова О. А. К вопросу о государственной поддержке строительной отрасли в России	295
Алексеева Е. А. Медиакультура: аспекты влияния на современное общество	295
Багаева В. Г. Роль и место автоматизированных информационных систем в музее	297
Белоусова К. И. К вопросу об отличиях социальной и коммерческой рекламы	298
Гавричкова Е. С. Влияние цвета на восприятие человека	300
Гайнанова С. М. История риэлторской деятельности	301
Городкова Ю. Ю. От медиаинноваций – к социальной модернизации	302
Демкина А. А. Информационные технологии в политическом процессе	304
Ковригина А. В. Формирование культурных норм в глянцевах журналах	305
Кожемякина М. М. Япония: специфика социокультурного развития	306
Король Н. А. Информационная безопасность культурного наследия	308
Маланов А. В. Постмодернизм как философия интернета	309
Милов А. В. Старообрядчество как культурный феномен Сибири	310
Непомнящий К. Л. Стандарты цифрового аудиовизуального архивирования культурного наследия	311
Пискорский Д. М. Техническая медиакультура	312
Рожкова А. А. К вопросу о формировании корпоративного имиджа как элемента корпоративной культуры	313
Сакович В. В. Специфика основных социокультурных принципов, задач и методов сплочения коллектива на основе тренингов	315
Сальникова А. О. Компьютерные презентации с использованием мультимедиа технологий	316
Свиницкая М. И. Цветовая настройка средств визуализации фотографии	317
Скурихина А. А. Манипуляция общественным мнением как метод PR-акций	319
Соколова О. В. Семейство продуктов Adobe Photoshop как один из инструментов обработки цифровых фотографий	320
Тетерина Е. В., Черненко В. В. Информация и информатизация общества	321
Черненко В. В. Экспертные системы	322

Секция

«ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В АЭРОКОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ»

Алиев Э. В. Частные космические аппараты и платформы в международном космическом праве	324
Андрусова Т. Б., Сидорова Л. Н. Проблемы правового статуса комплекса «Байконур»	325

Архипкин К. Е. Совместные предприятия в аэрокосмической отрасли	327
Асланова Д. З. Правовой статус международной космической станции	328
Вацет А. В. Антикоррупционная политика как фактор эффективного развития космической отрасли	329
Гайнанова С. М., Пискорский Д. М. К вопросу о юрисдикции и контроле над космическими объектами	330
Гайнанова С. М. К вопросу о роли международных межправительственных организаций в космических правоотношениях	331
Гончарова К. А. Правовое регулирование использования космического пространства в мирных целях	332
Домбровская Я. С. О некоторых особенностях ответственности в международном воздушном праве	333
Казанцева В. В. Правовой аспект милитаризации космоса	335
Капенкина Д. В. Правовое регулирование космического туризма	336
Калашников М. А., Краснопеев И. С. Правовой режим лунного пространства	337
Лыткина А. И. Проблема воздушного терроризма в современном мире	339
Любецкий А. В. Правовой статус космонавтов	340
Мальцева А. В. Актуальные проблемы пересмотра чикагской конвенции	341
Мартыщенкова А. С. Перспективы космического туризма. Какое право применять?	343
Марьясов Д. О. Гарантия и гарантийный взнос, как средство обеспечения исполнения обязательств в международном праве	345
Мингазов М. Р. К вопросу о международных воздушных перевозках	346
Наумцев Н. И. Неправительственные организации, как особый участник правоотношений в международном космическом праве	347
Ненахова В. С. К вопросу о законодательстве в сфере правового регулирования в аэрокосмической отрасли	348
Одинцова Е. А. К вопросу о правовой природе понятия «космическая деятельность»	350
Позднякова А. К., Сандалова А. А. Проблемы милитаризации в космическом пространстве	351
Полежаева А. А., Большаков Д. В. Защита персональных данных, используемых в информационных системах	353
Потиенко Л. Ю. Налоговое администрирование как механизм управления налоговой ответственностью предприятий авиационной отрасли	354
Пыжикова А. С. Проблема астероидно-кометной угрозы в рамках международного космического права	355
Романовская Ю. В. Правовое обеспечение международных авиаперевозок	357
Русакова О. А. Реализация норм международного права на практике	358
Сафронов В. В. О некоторых особенностях субъектов международного космического права	359
Семенов Н. В. Правовое регулирование информационных отношений, формирующихся в процессе использования компьютерных сетей	361
Уварова К. Э. Правовое регулирование космической деятельности в РФ	362
Хоржевская В. Ю. Особенности института ответственности в отрасли космического права	363
Черненко А. Д. Проблемы правового регулирования договора воздушной перевозки пассажиров	365
Чуприков Р. А., Казаков А. Ф. Обеспечение безопасности военной авиации	366
Яланская А. Ю. Правовой режим космического пространства	368

Секция

«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И РЕГИОНАЛИСТИКИ»

Антипенко Н. А. Инновации как фактор повышения эффективности производства	370
Белоножкова Е. Ю. Тенденции развития снабженческо-закупочной деятельности предприятий	371
Винар А. А. К вопросу о проблеме бедности в различных странах	372
Грасмик Л. В. Безработица в России в период финансового кризиса	374
Евдокимова А. С. Характеристика способов гармонизации денежных отношений производителей и потребителей тепловой энергии	375

Емельянова М. П., Митрошенко Г. А. Оценка инновационной деятельности: мировой опыт и российские тенденции	376
Емельянова М. П. Оценка инновационной деятельности малого бизнеса как фактор в обеспечении социально-экономического роста региона	378
Захарова О. В. Бизнес-инкубирование как одна из форм поддержки объектов малого и среднего предпринимательства	379
Иванова Т. А. Проблема трудоустройства молодежи	380
Игнатенко А. А. Оценка экономической эффективности использования туристско-рекреационного потенциала Красноярского края	382
Исаева А. В. К вопросу о занятости населения и причинах отраслевой безработицы	383
Карпович Т. Н. О развитии электронных торгов в России	384
Киселева М. В. Статистика внешнеторгового оборота Красноярского края за 2010–2011 гг.	386
Коваленко А. В. Динамика и структура таможенных платежей Красноярского края: особенности организации в условиях увеличения внешнеторгового оборота 2012 года	387
Кожова А. А. Предложения по совершенствованию управления коммерческой деятельностью торговой организации	388
Кудрева А. К. Развитие практики бизнес-ангелов в России	389
Мазитова О. В. Доступность образования как фактор формирования человеческого капитала	390
Макарова О. Н. Методологические подходы к определению понятия «уровень жизни» и «качество жизни»	392
Никаноров Р. О. Малое предпринимательство как один из способов борьбы с безработицей	393
Плотко К. О. Россия под влиянием кризиса Еврозоны	394
Пушина Б. Г. Проблемы экономического роста в России Хх века	396
Рядчикова А. В. Малые и средние инновационные предприятия при вузах и НИИ: существующие проблемы и пути решения	397
Сапегина О. А. Влияние кризиса в Греции на европейскую интеграцию	399
Свинина Е. Н. Лимитирование как способ снижения риска кредитования	400
Силантьева А. Н. Сходства и различия деятельности банковских систем в Российской Федерации и Германии	401
Сиротин П. Е., Филимонова А. В. Денежно-кредитная политика Центрального банка РФ в 2011 году и направления её развития до 2014 года	402
Соловьёва Е. С. Современные проблемы экономической безопасности авиапредприятий в России	403
Филимонова А. В. Роль иностранных инвестиций в модернизации российской экономики: возможности и ограничения	404
Черникова Д. Н. Разработка стратегий развития предприятия полиграфической отрасли	406
Шарапова А. В. Качество продукции как основной фактор конкурентоспособности молокоперерабатывающего предприятия	408
Шкляева Д. И. Роль человеческого капитала в инновационной экономике	409
Шопот Е. А. Анализ мотивационной готовности населения Красноярского края к трудовой мобильности	410
Шпагина М. Д. Перспективы развития банковской системы России	412
Яковлева М. С. Формирование информационного общества: проблемы развития электронного правительства в регионах России	413

Секция

«ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФИНАНСОВОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ»

Александрова О. А., Гавриленко И. Оценка кредитоспособности заемщиков: российский и иностранный опыт	415
Александрова О. А. Долгосрочная стратегия развития ипотечного жилищного кредитования в РФ	416
Алимин Д. Г. Повышение эффективности финансирования оборотного капитала на основе кредитования и факторинга	417
Булда Д. А. Международный опыт выбора организационно-правовой формы предприятия	419

Буравлев Н. В., Кориюкина Ю. А. Разработка государственно-частного партнерства в системе государственного финансового контроля на региональном уровне	420
Бучик Я. В. Анализ методов и принципов управления финансовыми рисками промышленного предприятия	422
Гавриленко И. В. Оценка конкурентоспособности предприятия малого бизнеса	424
Житникова А. В. Обоснование актуальности разработки регионального закона Красноярского края о государственно-частном партнерстве (ГЧП)	424
Козлов А. А., Левицкий Д. В. Основная схема финансирования контрактов предприятия ОАО «ИСС»	425
Левицкий Д. В., Козлов А. А. Кредит как инструмент финансирования инвестиционной деятельности предприятия АПК	427
Магомедсултанова Ю. А. Критический анализ определений понятия «кредитный риск»	428
Эглис А. П., Павленкова Ю. П. Обоснование необходимости внедрения стандартов МСФО в «газелях»	431

Секция

«КОНЦЕПЦИИ СОВРЕМЕННОГО ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ»

Кадач А. А. На соотношение полов при рождении	434
Краснопеев А. И., Карсаков А. В., Дмитриев И. А. Роль теории этногенеза Л. Н. Гумилева в разрешении глобальных проблем человечества	435
Рульс В. В. Вечный двигатель второго рода и становление II Закона термодинамики	436
Филиппов А. С. Почему квантовая механика не является «полной теорией»?	438

Секция

«ФИЛОСОФИЯ КОСМОСА И КОСМОНАВТИКИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В XXI ВЕКЕ»

Александрова Я. А., Лоленко К. А. Философия космоса в русском музыкальном творчестве	440
Александрова Я. А. Философия космоса в русском и немецком музыкальном творчестве	441
Безъязыкова Н. А. Место человека во вселенной в концепции трансгуманизма	443
Болгов А. Н. Искусственный интеллект во взаимодействии «человек-компьютер»	444
Болотов К. И., Семашко А. В., Гуменникова А. В. Философские аспекты проблемы информационной безопасности	445
Бузаев Д. В. Философские аспекты компьютерного восприятия	446
Вальмиспилд В. Н., Колбасина И. В. Перспективы развития физики космоса на фоне достижений в космической технике и технологий	447
Ворончихин С. С. Риски в информационной среде	448
Емельянова С. Н., Жукова М. Н. Информационная безопасность в современном российском обществе: социально-философский аспект	449
Лисица А. С., Борисов Ю. В. Важность эмоционального аспекта в моделировании человеческого сознания для использования в космосе	451
Наумцев Н. И. Антиэнтропийные процессы в космизме П. А. Флоренского	451
Саклакова А. Е. Космос через телескоп Галилея	453
Тихинский А. В. Современные методы управления товарными запасами и пути их развития и улучшения	454
Щеголькова Д. В., Орешкина Е. И. Вопрос состоятельности принципа триединства «материя – информация – мера»	455
Юргельян Т. Л. Философский аспект безопасности информационной системы	456

Секция

«АКТУАЛЬНЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КОСМОСА И КОСМОНАВТИКИ»

Анисимова К. Г. Подвижность в ракетостроении	458
Бизюков И. И., Лиманская К. В. Взгляд будущих специалистов на развитие космических технологий	459

Дектярева М. А., Коток О. И. Вуз в осуществлении политики государства и общества по развитию космической отрасли	460
Иванов Р. Д. А.Л. Чижевский и прогнозирование политических событий	462
Сидоров А. В., Щеголькова Д. В. Освоение луны: политика, коммерческий интерес или научные исследования?	463
Хазиева И. Д. Политические аспекты освоения космоса	465

Секция

«ИННОВАЦИОННЫЕ И ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ»

Астахов А. И., Зимаков А. А., Фролова И. К. Взаимодействие студентов разнопрофильных вузов при выполнении комплексного задания на самостоятельную работу	467
Афанасьев В. Ю., Кайсина Е. А. Возможность сохранения здоровья у студентов, обучающихся по программе оздоровительного практикума на основе гимнастики Цигун	468
Афанасьев В. Ю., Кайсина Е. А. Динамика возможности сохранения здоровья у относительно здоровых студентов 1–3 курсов	470
Баглык А. С., Матвейченко М. В. Анализ интерфейса учебных электронных материалов	471
Бухвалов М. А. Автоматизированные тренажеры для организации самостоятельной подготовки и дистанционного контроля решения задач	472
Вдовенко А. А., Растопчин С. А. Опыт разработки и использования бально-рейтинговой системы оценки и учета успеваемости студентов по дисциплине «конструкция и эксплуатация воздушных судов»	474
Винокурова Е. Л., Гайдукова А. О. Использование методики «дерево проблем» для определения проблем, влияющих на качество образования студентов технического вуза	475
Демко Т. С. Подготовка учащихся к ЕГЭ по информатике с помощью интерактивных тестов	477
Кайсина Е. А. Динамика оздоровительной эффективности занятий по физической культуре для относительно здоровых студентов	478
Коленчук Ф. В. Развитие навыков сборки персонального компьютера с помощью виртуального тренажера	480
Лысых Я. А. Диагностика восприятия учебной информации, представленной разными способами	481
Полынцева Т. А., Рукосуева Н. В. Гипертекстовые технологии в создании электронных учебных материалов	482
Романенко И. В. Создание расчетной модели механических устройств космического аппарата и стендового оборудования для экспериментальной отработки	483
Самарцева А. В., Эмилова О. А. Модель самоуправления в рамках студенческого городка СибГАУ	484
Слепцова А. А. Использование экспертных систем в обучении	487
Старцев В. С., Романов Р. В. Актуальные проблемы современного технического образования	488
Тычкина Ю. И., Щекалева М. А. Использование методики «дерево проблем» для определения проблем, влияющих на мотивацию обучения студентов технического вуза	489
Щеголькова Д. В. Использование коучинговых технологий в учебном процессе высшей школы	491

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АВИАЦИИ И КОСМОНАВТИКИ

*Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции
творческой молодежи, посвященной 55-летию запуска
первого искусственного спутника Земли
(9–14 апреля 2012, г. Красноярск)*

В 2-х томах

Том 2

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Оригинал-макет и верстка *Л. В. Звонаревой*

Подписано в печать 20.10.2012. Формат 60×84/8. Бумага офсетная.
Печать плоская. Усл. печ. л. 58,6. Уч.-изд. л. 77,6. Тираж 100 экз.
Заказ 87/167. С 187/12.

Редакционно-издательский отдел Сиб. гос. аэрокосмич. ун-та.
660014, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31.