

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

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АВИАЦИИ И КОСМОНАВТИКИ

*Тезисы IX Всероссийской научно-практической конференции
творческой молодежи
(8–12 апреля 2013 г., Красноярск)*

В 2-х томах

Том 2

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ**

Красноярск 2013

УДК 629.7
ББК 39.5
А43

Редакционная коллегия:

Е. В. Белякова, В. В. Богданов, А. А. Бойко, Л. А. Герасимова, Г. М. Гринберг,
Ю. В. Данильченко, Д. В. Еремеев, Т. Т. Ереско, П. С. Зеленский, Н. В. Илюшин, А. В. Кацура,
В. А. Колмыков, В. А. Курешов, А. В. Лонин, М. В. Лукьяненко, В. И. Лячин, А. В. Медведев,
М. Г. Мелкозеров, А. Е. Михеев, А. В. Мурыгин, 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, Е. В. Титов,
И. В. Трифанов, С. Д. Уразов, М. Н. Фаворская, Н. В. Фомина, В. Х. Ханов

Под общей редакцией

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

Актуальные проблемы авиации и космонавтики : тезисы IX Всерос. науч.-практ. А43 конф. творческой молодежи (8–12 апреля 2013 г., Красноярск) : в 2 т. Т. 2. Социально-экономические и гуманитарные науки / под общ. ред. Ю. Ю. Логинова ; Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. – Красноярск, 2013. – 412 с.

Представлены результаты научных исследований студентов, аспирантов и молодых специалистов (до 30 лет) высших учебных заведений, НИИ, промышленных предприятий аэрокосмического комплекса России по приоритетным направлениям отраслей науки и производства аэрокосмической 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, 2013

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 658.15

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

АУДИТ СПРАВЕДЛИВОЙ ЦЕННОСТИ – ОСНОВА МОДЕЛИРОВАНИЯ ЦЕННОСТИ НАУКОЕМКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Рассмотрены основные проблемы формирования справедливой ценности активов и обязательств наукоемких предприятий.

Сегодня наукоемкие технологии предприятия и отрасли хозяйства являются основной движущей силой развития экономики как в отдельно взятой стране, или группе стран, так и в мировом масштабе. Характерными особенностями наукоемких предприятий, определяющих их роль в экономике в целом, являются: темпы роста, в 3–4 раза превышающие темпы роста прочих предприятий; большая доля добавленной стоимости в конечной продукции; повышенная заработная плата работающих; значительные объемы внутреннего и внешнего финансирования [1]. Задачи модернизации экономики России в условиях высокого динамизма внешних факторов требуют от руководства предприятия новых подходов и инструментов к управлению и оценки стоимости бизнеса. Процесс управления должен охватывать все стадии жизненного цикла наукоемкой продукции: от фундаментальных научных исследований до реализации продукции на рынке. Достигнуть сбалансированности данных стадий возможно только при ориентации управленческой политики наукоемким предприятием на целевую задачу – повышение ценности бизнеса. Ведь только рынок может реально и адекватно оценить конечные результаты инновационной деятельности наукоемкого предприятия – наукоемкую продукцию и инновационные технологии. Реализация возможности адекватной оценки всестороннего потенциала предприятия на основе справедливой ценности будет способствовать активации принятия обоснованных стратегических решений, позволяющих постоянно развиваться и совершенствоваться наукоемким предприятиям, тем самым повышать эффективность своей деятельности и ценность бизнеса в целом.

В силу существенного нарастания значимости финансовой информации все чаще за менеджерами высшего звена закрепляется функция сбора, анализа, предоставления информации, в том числе нефинансового характера, но, главное, проверки и контроля всей этой информации [2]. Эта аудиторская функция расширяет их права на контроль в масштабах всей системы организации управления финансами наукоемкого предприятия и поэтому резко повышает их роль в управлении данной сферой деятельности. Обусловлено это, помимо всего прочего, вполне конкретными причинами, связанными с существованием междуна-

родных стандартов аудита и достоверности финансовой отчетности. Речь идет, прежде всего, о стандартах аудита, определяющих порядок формирования и проверки процедуры определения рыночной ценности бизнеса и ее отражения в финансовой отчетности предприятия. С переходом к этим стандартам ответственность руководителя, отвечающего за обоснованность оценочной деятельности, проводимой в организации, резко возрастает не только перед предприятием в лице всего круга заинтересованных лиц, но и перед внешним миром, от имени которого он выступает.

Международные стандарты финансовой отчетности дают следующее определение справедливой ценности «справедливая ценность – это сумма денежных средств, на которую можно обменять актив или которой достаточно для исполнения обязательства при совершении сделки между хорошо осведомленными, желающими совершить такую сделку, не зависимыми друг от друга сторонами». Отражение справедливой ценности активов в отчетности наукоемких предприятий является основой, позволяющей потенциальным инвесторам, акционерам и менеджменту вынести наиболее объективное суждение о финансовом состоянии предприятия. Определение понятия и приложения справедливой ценности в рамках Международных Стандартов Финансовой Отчетности (МСФО) представлены в Международных стандартах оценки (МСО) 201.01. Справедливая ценность – предполагаемая цена за сделку с активом или с обязательством между хорошо осведомленными и заинтересованными сторонами, которая отражает соответствующие интересы этих сторон. Определение понятия справедливой ценности в МСФО отличается от определения, представленного выше, и в общем случае совпадает с определением понятия рыночной стоимости. Справедливая стоимость актива – сумма, на которую можно обменять актив при совершении сделки между хорошо осведомленными, желающими совершить такую сделку независимыми сторонами.

В США основным стандартом, с помощью которого регулируется ситуация, связанная с необходимостью отражать в учете результаты оценки справедливой ценности, служит стандарт финансового учета 157 (SFAS 157) «Измерители справедливой ценно-

сти». На международном уровне этому американскому стандарту соответствует стандарт учета 39 (IAS 39) «Финансовые инструменты», а так же международные стандарты финансовой отчетности 57 (IFR 57) «Финансовые инструменты», которые представляют собой наиболее адекватные учетные стандарты, разработанные для оценки справедливой ценности всемирным Комитетом по международным стандартам.

Международные стандарты аудита требуют от руководителей предприятия концентрации внимания на зонах повышенного риска. В оценки рисков много сложных и важных аспектов, одним из них является вопрос сбора и проверки очевидных фактов.

Принципиальными сферами, где при проведении оценки справедливой ценности можно встретить трудности, следующие: 1) факторы риска, подлежащие рассмотрению при идентификации и оценки рисков материальных «неточностей»; 2) решение относительно использования экспертов или специалистов, их занятости и изучения характера и качества их работы для целей аудита справедливой ценности; 3) оценка того, были ли наблюдаемые параметры максимизированы, а расчетные минимизированы; 4) оценка решения менеджмента изменить подход к оценке по причинам, которые он же сам объясняет, доказывая, что найдет более эффективный способ оценки справедливой ценности [2].

Однако на сегодняшний день в системе международных стандартов финансовой отчетности отсутствует унифицированная общепризнанная иерархия или система приоритетов, которую можно было бы применить к существующим измерителям справедливой ценности. Более того, довольно часто отдельные стандарты указывают на предпочтение в выборе измерителей справедливой ценности. Однако, в последнее время достигнут определенный прогресс в отношениях между Комитетом по международным стандартам учета и Комитетом по международным стандартам финансовой отчетности. Таким образом, можно рассчитывать на то, что в обозримом будущем стандарты по учету и оценки справедливой ценности достигнут некоторой гармонии и будут совместимы друг с другом.

Библиографические ссылки

1. Управление финансами наукоемких предприятий : учебник / Е. В. Соколов, К. Д. Гайворонская, А. В. Пилюгина и др. М. : Изд-во МГУ им. Н. Э. Баумана, 2008. 523 с.

2. Корпоративный финансовый менеджмент : учеб. практ. пособие / М. А. Лимитоский, Е. Н. Лобанова, В. Б. Минасян, В. П. Паламарчук. М. : Юрайт, 2012. 990 с.

© Бахмарева К. К., 2013

УДК 658

Е. С. Башурова, В. В. Качурина
Научный руководитель – Н. В. Бахмарева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА НАУКОЕМКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ УВЕЛИЧЕНИЯ ИХ СТОИМОСТИ

Предлагается использовать инструменты государственного финансирования для увеличения инновационного потенциала наукоемкого предприятия.

В условиях современной рыночной экономики инновационная деятельность является основой успешного и быстрого развития для каждого предприятия. При этом под инновациями понимают эффективное средство конкурентной борьбы, которое ведёт к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к повышению имиджа производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних [2].

Инновационная деятельность предприятия в тоже время определяется как разработка и реализация научно-технических достижений, создание новой конкурентоспособной продукции и ее производство на уровне новейшей техники и технологии в целях максимизации прибыли.

В России система финансирования инновационной деятельности состоит из двух основных видов источников инвестиций: 1) государственные инвестиционные ресурсы (бюджетные средства, средства внебюджетных фондов, государственные заимствования и т.д.); 2) инвестиционные (частные) [1].

Государственное финансирование инновационной деятельности может осуществляться из бюджетных и внебюджетных фондов финансирования научно-исследовательских работ и опытно-конструкторских разработок. Среди бюджетных фондов выделяют Федеральный фонд производственных инноваций, Российский фонд фундаментальных исследований, Фонд содействия развития малых форм предприятий в научно-технической сфере. Среди внебюджетных фондов наиболее значимым является Российский Фонд Технологического Развития Министерства Науки и Технологий РФ.

Государственная поддержка предприятий также охватывает, размещение на предприятии государственного заказа, прямое финансирование из федерального бюджета, налоговые льготы, предоставляемые в рамках инновационной деятельности и программ технического перевооружения производства.

Производство продукции в рамках государственного заказа предполагает не только выделение финансовых ресурсов из федерального бюджета, но и соот-

ветствующую поддержку предприятия в форме различных налоговых льгот. Решение о прямом финансировании государственного заказа принимается на основе расчета бюджетной эффективности. Основным показателем бюджетной эффективности проекта является бюджетный эффект, используемый для обоснования заложенных в проекте мер федеральной или региональной поддержки [5].

Бюджетный эффект осуществления проекта определяется как превышение доходов соответствующего бюджета над расходами в связи с осуществлением данного проекта.

При расчете бюджетной эффективности также определяется так называемый эффект замены. Возникновение эффекта замены связано с тем, что, приобретая у предприятия продукцию с лучшими по сравнению с продукцией аналогичного назначения характеристиками, государство получает определенные выгоды [4].

Если государство стремится закупить продукцию по минимальной цене, эффект замены для анализируемого предприятия будет максимальным. Эта экономия способствует повышению эффективности деятельности предприятия, дает возможность инвестировать средства в развитие производства [5].

Также одним из важнейших инструментов государственной поддержки предприятий являются налоговые льготы. Их использование дает возможность минимизировать отток денежных средств и приводит к экономии финансовых ресурсов предприятия. В России предусмотрен ряд льгот по налогообложению субъектов научно-технической и инновационной деятельности: 1) инвестиционный налоговый кредит; 2) льготы по налогу на добавленную стоимость (НДС); 3) льготы по земельному налогу; 4) уменьшение налогооблагаемой базы на суммы затрат, связан-

ных с изобретательством и рационализаторством; 5) неналоговые направления.

Одной из мер государственной поддержки инвестиционной деятельности в книге Р. А. Фатхутдинова «Инновационный менеджмент» является Бюджет развития – расходы бюджета, обеспечивающие инвестиционную деятельность органов государственной власти и местного самоуправления. Бюджет развития призван аккумулировать слабеющие инвестиционные потоки в экономику и поддерживать перспективные направления ее развития, на которые у государства не хватает средств [3].

В заключении хотелось бы сказать, что правительственная политика и законодательство могут значительно активизировать инновационные процессы, стимулировать организации различных форм собственности в различных отраслях и сферах, вкладывать средства в разработку инновационных продуктов, услуг и технологий.

Библиографические ссылки

1. Балабанов И. Т. *Инновационный менеджмент*. СПб. : Питер, 2010. 304с.
2. *Инновационный менеджмент : учеб. пособие / под ред. Л. Н. Оголевой. М. : Инфра-М, 2009. 238 с.*
3. Фатхутдинов Р. А. *Инновационный менеджмент : учеб. для вузов по эконом. и техн. спец. и напр. 4-е изд. СПб. : Питер, 2011. 397 с.*
4. *Государственная поддержка инновационной деятельности. [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/135919/5/>.*
5. *Финансирование инновационной деятельности [Электронный ресурс]. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=47398>.*

© Башурова Е. С., Качурина В. В., 2013

УДК 338

П. П. Белоусова

Научный руководитель – М. В. Сафронов

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

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АВИАДВИГАТЕЛЕСТРОЕНИЯ В РОССИИ

Рассмотрены направления развития современного авиадвигателестроения в России, государственная поддержка данной отрасли, а также перспективы ее развития.

Современные авиадвигатели в гражданской авиации сделаны по аэрогидродинамическим и технологическим параметрам. Авиадвигатели сегодня уже перешагнули пятидесяти тонный рубеж тяги. По уровню напряжений и тепловому состоянию деталей авиадвигателям практически нет аналогов среди изделий в машиностроении. Поэтому для авиадвигателей ближайшего будущего намечено в основном количественное совершенствование. Добиться этого совсем не просто в условиях жесткой конкуренции на мировом рынке авиатехники. Без опережающего научно-технического задела и достижений в области мате-

риаловедения, электроники и других отраслей науки, техники и новейших технологий – это просто не возможно [1].

Сегодня в мире только около двух десятков крупных научных центров разных стран и ряд ведущих двигателестроительных фирм создают такие научно-технические заделы по новым ключевым технологиям, узлам и демонстрационным двигателям. Именно это обеспечивает сокращение сроков и стоимости этапов разработки, сертификации и запуска в серийное производство – в 3–4 раза, число опытных двигателей сокращается до 8–12 [2].

Значительная роль здесь принадлежит информационным технологиям. Они позволили создать комплексные многодисциплинарные расчетные модели для исследования параметров течения рабочего газа, анализа теплового состояния конструкции и расчета ее напряженно-деформированного состояния, накопления повреждений и пр. Идет массовое внедрение технологий компьютерного конструирования и построения схем двигателя, его элементов и узлов. При этом наиболее трудным является описание процессов, в которых существенны эффекты нестационарности, турбулентности, химического реагирования, циклических нагрузок и колебаний. С нестационарностью и турбулентностью связаны проблемы шума и вредных выбросов, а именно их и не позволяют с достаточной точностью решать существующие в настоящее время программы. Пока еще не хватает интегральных математических моделей физических, газодинамических и акустических процессов. Качественные «прорывы» в гражданской авиации ближайшего времени связываются с продолжением работ над криогенными двигателями. Еще в 1988 г. 15 апреля в воздух впервые поднялся самолет Ту-155. Это был первый в мире самолет на криогенном топливе [3].

С долговременной тенденцией и перестройкой энергетической системы согласуется переход на метан, как на менее богатый углеродом источник энергии XXI века [1].

Во многих странах продолжают работы по двигателям, работающим на жидком водороде. Жидкий водород имеет ряд свойств, исключительно полезных для использования в качестве авиационного топлива. Это, прежде всего, высокая теплота сгорания и высокая экологическая чистота. Жидкий водород позволяет существенно улучшить летно-технические характеристики и создать двигатели для гиперзвуковых самолетов, а также комбинированные двигатели для воздушно-космических самолетов. Однако чрезвычайно высокая стоимость жидкого водорода в настоящее время, и сложности его длительного хранения пока исключают его коммерческое использование [2].

Также перспективой развития авиадвигателестроения является попытка создания семейства двигателей нового поколения тягой 9–18 тонн, которое призвано стать «стержнем» консолидации крайне ограниченных отраслевых научно-конструкторских ресурсов. Выходными результатами проекта должны стать реализованные на единой технологической основе авиадвигатели для перспективных самолетов гражданской авиации семейства MC-21, самолета SSJ-130, широкофюзеляжного ближне-среднемагистрального самолета, а также для российско-индийского самолета МТА. При этом синхронизированное осуществление проектов создания самолета MC-21 и семейства авиадвигателей тягой 9–18 тонн является главным фактором вхождения российской авиационной промышленности в полномасштабную конкурентную борьбу за мировой рынок авиатехники нового поколения [4].

Большое значение имеет государственная поддержка развития данной отрасли, которая определяет

ее перспективы на будущее. Механизмом поддержки отрасли остается федеральная целевая программа «Развитие гражданской авиационной техники России». И в текущей программе, и в готовящейся новой редакции на период до 2020 года предусмотрено адекватное финансирование перспективных разработок. При этом планируется, что особенностью новой редакции программы станет специальный раздел «Авиадвигателестроение». Это позволит эффективнее планировать и осуществлять долгосрочное финансирование прорывного двигателестроительного проекта и существенно оперативнее реагировать на вызовы рынка [3].

Второе направление по поддержке двигателестроительной отрасли связано со стимулированием реализации инвестиционных программ предприятий. Министерство будет следовать политике поощрения инвестиционных программ технического перевооружения как путем прямого финансирования в рамках федеральных целевых программ, так и с использованием других механизмов, в том числе предоставления государственных гарантий, мер избирательной кредитной поддержки инвестиционных проектов в условиях кризиса.

Третьим направлением поддержки российского двигателестроения останется защита внутреннего рынка от экономически и технически неоправданного проникновения зарубежных двигателей при производстве отечественных самолетов. Предпринимаемые меры будут касаться, прежде всего, поощрения Министерством использования двигателей ПС-90А1 и А2 российскими авиастроителями как для внутрироссийских, так и для международных проектов [4].

Развитие авиадвигателестроения имеет большое значение для развития аэрокосмической отрасли в целом. Авиационная и космическая отрасли были и во многом останутся важным национальным достоянием, поставляющим высокие технологии в гражданский сектор производства. Для обеспечения развития отрасли авиадвигателестроения необходимо иметь профессионально подготовленный, надежный, лояльный и положительно мотивированный персонал. Для дальнейшего развития отрасли необходимо пристальное внимание и помощь со стороны государства. При разумном руководстве и верной маркетинговой политике данная отрасль имеет все возможности для дальнейшего развития.

Библиографические ссылки

1. Федеральное космическое агентство Роскосмос [Электронный ресурс]. URL: <http://www.federspace.ru>.
2. Ушаков Д. С. *Авиа панорама*. М. : Пресс, 2010. 48 с.
3. МинПромТорг России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.minpromtorg.gov.ru/>.
4. Аникин А. М., Гаджинский А. М. *Авиация и время* : учебник. 20-е изд. М. : Дашков и К°, 2012. С. 206.

© Белоусова П. П., 2013

УДК 330

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

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО НАУКОЕМКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Рассматриваются понятие, значение, текущее состояние и перспективы развития современного наукоемкого производства, определяющего общемировые тенденции экономического развития.

В традиционном понимании наукоемкое производство – это производство с высокими абсолютными и относительными (по отношению к общим издержкам производства) затратами на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. К наукоемким отраслям относят производство электротехнической и радиоэлектронной аппаратуры, авиационные, ракетные, космические отрасли промышленности, приборостроение, микробиологическая промышленность, индустрия информатики и др.

Наукоемкое производство становится важной частью мировой экономики и отражает все увеличивающийся уровень взаимодействия большого количества стран в развитии экономики и науки. Наиболее активный рост валового внутреннего продукта в мире от наукоемкого производства наблюдался в 1995–2001 годах, что связано в первую очередь с развитием высокотехнологичных производств в США, странах ЕС, Японии и ряде развивающихся стран.

В период 1995–2010 годы процент наукоемкой продукции в общем объеме произведенных товаров в странах США, ЕС и Японии вырос на 4–7 %, и составил 40 % в США, 32 % в ЕС и 30 % в Японии. В Китае данный показатель вырос на 3 % и составил 20 % от общего объема производимой продукции, что являлось следствием развития высокотехнологичного производства, а также внедрения инноваций в торговлю и образование. В развитых и развивающихся странах доля наукоемкого производства в общем объеме

промышленности выросла на 2 % за последние 10 лет и достигла 16 % и 10 % соответственно [2].

В России в настоящее время развитие наукоемких производств находится в состоянии стагнации, но все же имеются предпосылки для успешного развития высокотехнологичного производства. За последние два года государством выделено свыше 30 миллионов рублей для реализации 41 инновационного проекта, объем налоговых поступлений от деятельности наукоемкого производства уже составил более 80 миллионов рублей [1].

В перспективе ожидается устойчивый рост доли наукоемкой продукции в общем объеме ВВП развитых и развивающихся стран, а также стабильное снижение удельного потребления энергоносителей на единицу наукоемкой продукции, и как следствие цены на нее. Кроме того, в настоящее время самыми дорогими компаниями мира, чьи акции котируются на фондовом рынке, являются не крупнейшие ресурсодобывающие и перерабатывающие предприятия, а те, которые специализируются на интеллектуальной, наукоемкой, высокотехнологичной продукции.

Библиографические ссылки

1. Проблемы организации и управления в наукоемких отраслях экономики России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cfin.ru/press/management>
2. Science and Engineering Indicators 2012 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nsf.gov>

© Буданаева С. А., 2013

УДК 330.101.8

О. В. Вайда, Л. Е. Воробьева
 Научный руководитель – Ю. А. Анищенко
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Рассматриваются роль и перспективы инновационного развития Красноярского края. Представлена характеристика формирующихся объектов инновационной инфраструктуры, способствующих внедрению инноваций и активизации инновационной деятельности.

Основополагающая задача всех мировых держав в настоящее время – развитие инноваций. Россия, занимающая лидирующие позиции в отдельных областях науки, также выбрала инновационный путь развития. На этом пути предстоит не только создавать новые технологии мирового уровня, но и одновременно осуществлять их эффективную коммерциализацию,

внедрять новшества и адаптировать их для нашей повседневной жизни.

Красноярский край, как субъект Российской Федерации, с момента создания по настоящее время позиционируется как сырьевой регион и рассматривается в качестве быстро окупаемого объекта инвестиций, при этом многопрофильность экономики края дает возмож-

ность развития инновационных технологий во многих отраслях. При этом Красноярский край является одним из немногих регионов России, в которых имеются практически все условия для активного развития инновационной сферы. На территории края создана эффективная система управления инновационным развитием региона, активно развивается финансовая инфраструктура поддержки инноваций, а также формируется ряд объектов физической инновационной инфраструктуры, объединенных в единую логическую цепочку.

По данным Красноярскстата число инновационных товаров и услуг в Красноярском крае за последние 7 лет выросло в три раза. С 2005 года общая сумма таких работ увеличилась с 4,5 до 12 млрд руб. Растут и затраты на технологические инновации. За семь лет они увеличились почти в 14 раз: с 1,4 до 19,6 млрд руб. [1].

Стратегическое управление развитием инноваций осуществляет лично Губернатор края и Совет по инновационному развитию при Губернаторе края. Учитывая важность задачи, в июле 2011 года в крае создан уполномоченный орган в области инноваций – Министерство инвестиций и инноваций (создано Постановлением Правительства Красноярского края от 12.07.2011 г. № 420-п.), непосредственно координирующее работу всех элементов инновационной системы края, основной задачей которого является выдача субсидий инновационным компаниям. С 2011 года поддержано 35 компаний на сумму более 100 млн руб.

Основу финансовой инновационной инфраструктуры составляет КГАУ «Красноярский краевой фонд поддержки научной и научно-технической деятельности», созданный по инициативе Правительства Красноярского края с целью оказания содействия развитию научной, научно-технической и инновационной деятельности на территории региона, осуществляющий софинансирование проектов и исследований в приоритетных для края направлениях. С 2009 года поддержано более 600 проектов на сумму свыше 450 млн. руб. На базе ОАО «Красноярское региональное агентство поддержки малого и среднего бизнеса» оказывается содействие субъектам малого и среднего предпринимательства в получении кредитов в кредитных учреждениях, а также выдаются микро-займы субъектам малого и среднего предпринимательства [2].

Также в Красноярском крае активно формируются объекты инновационной инфраструктуры. В 2011 году был создан «Красноярский региональный инновационно-технологический бизнес-инкубатор» (КРИТ-БИ), резидентами которого уже являются 92 компании. Направления, в которых работают резиденты КРИТБИ, отвечают самым актуальным тенденциям в развитии общества: медицина, биотехнологии, энергосберегающие технологии, IT, машиностроение, нанотехнологии и др. По итогам года работы КРИТБИ, резидентами было получено 77 879 тыс. руб. субсидий, грантов на сумму 75 640 тыс. руб.; привлечено 160 256 тыс. руб. частных инвестиций; объем реализованной продукции составил 1 156 525 тыс. руб.; создано 657 рабочих мест [3].

Проектируется промышленный парк в Железногорске, на софинансирование проекта которого планируется привлечь из федерального бюджета до

450 млн руб. Проект разделён на 4 пусковых комплекса, с 2012 года стартовало строительство первого пускового комплекса на 5 га, включающее подведение к территории промпарка коммунальной инфраструктуры, подготовку площадки и строительство первого производственного корпуса (из 11 запланированных). Всего промышленный парк займет территорию 25 га. Резидентами первого пускового комплекса промпарка станут компании малого и среднего бизнеса, в том числе ориентированные на поставку продукции по заказам ключевых предприятий Территориального инновационного кластера в ЗАТО г. Железногорск, и в первую очередь ОАО «Информационные спутниковые системы» (ИСС имени академика М. Ф. Решетнева). Частные инвестиции компаний-резидентов составят на первом этапе развития инновационного кластера в Железногорске около 200 млн руб. Средства будут направлены на приобретение и монтаж производственного оборудования [4].

Основой работы всей инновационной системы Красноярского края призван стать Красноярский Технопарк, направленный, в том числе, и на разработку и внедрение новых технологий в сфере производства машин и оборудования для нефте- и газодобывающей промышленности, учитывая отраслевую специализацию Красноярского края. В рамках Красноярского Технопарка предусмотрено функционирование Научно-технического совета, в состав которого в соответствии с нормативными актами Губернатора и Правительства края входят представители исполнительной и законодательной власти края, научных кругов. Учитывая развитый технологический потенциал Красноярского края, одним из направлений деятельности технопарка станет создание с привлечением средств частных инвесторов так называемых контрактных производств с целью промышленного освоения имеющихся разработок (с выходом на заказчика) [5].

Таким образом, работа всех звеньев инновационной системы Красноярского края, а также реализация всех программ и проектов направлена на достижение долгосрочной конкурентоспособности региона в национальном и мировом масштабах на основе развития экономики знаний, через формирование необходимых условий для модернизации производства и инноваций.

Библиографические ссылки

1. Инновациями в Красноярске стали заниматься в три раза чаще [Электронный ресурс]. URL: <http://www.krasnoyarsk.biz/news/2012/10/08/innovacii>.
2. Инновационное развитие Красноярского края [Электронный ресурс]. URL: <http://knowledge.allbest.ru/management/>.
3. История создания [Электронный ресурс]. URL: kritbi.ru.
4. Промышленному парку в Железногорске дали деньги [Электронный ресурс]. URL: <http://www.b2bis.ru/news/economics>.
5. Концепция развития инновационной деятельности на территории Красноярского края [Электронный ресурс]. URL: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-272322.html>.

УДК 332.1:001.895

Д. Х. Валеева, Т. В. Решетова
Научный руководитель – О. П. Якубович
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

Рассматривается актуальность инновационного развития для экономики России в условиях высоких темпов инновационного развития стран мира, анализируются основные проблемы инновационного развития и пути их решения.

Россия всегда была богата талантами инновационного мышления и смелых инженерных решений. Важно отметить, что среди наиболее экономически активной части населения постепенно утверждается понимание необходимости активизации инновационной деятельности, способной поднять развитие российского общества на качественно новый уровень.

Инновационный путь развития для экономики России крайне актуален, так как наша страна в развитии собственной экономики отстает от ведущих стран мира на 1–2 уклада (5–6 в развитых странах и 3–4 в России). В экономике развитых стран доминируют биотехнологии, нанотехнологии, информация и т. д., в то время как отечественная экономика находится все еще на индустриальной стадии. Если такое положение будет сохраняться, то разрыв в экономическом развитии будет неизбежно нарастать, и России суждено оказаться на второстепенных ролях в мировой структуре распределения труда. Уже сейчас в развитых странах мира 75–90 % прироста ВВП обеспечивается за счет роста инновационного сектора, а в России пока данный показатель находится только на уровне 10 %, что негативно сказывается на общей эффективности экономики. Так, по существующим оценкам, упущенная выгода России от инновационного отставания составляет 1 214 млрд долл. в год.

Доля топлива и сырья в мировом экспорте сокращается и прогнозируется менее 10 % к 2020 году. Поэтому для России сырьевой путь развития ведет не только к утере значимости в мировой экономике, но и к тому, что России придется очень жестко конкурировать с другими добывающими странами.

Как показывает мировая практика, основной движущей силой инновационного развития является частный бизнес. В России восприимчивость бизнеса к инновациям технологического характера остается низкой, в 2009 году разработку и внедрение технологических инноваций осуществляли всего 9,4 % от общего числа предприятий промышленности, что значительно ниже значений, характерных для Германии (69,7 %), Ирландии (56,7 %), Бельгии (59,6 %), Эстонии (55,1 %), Чехии (36,6 %) [3]. В данных странах, высокая инновационная активность экономики обеспечивается ведущей ролью государства в воздействии на процесс инновационного развития через систему экономического стимулирования.

Имея огромный потенциал инновационного развития, Россия может претендовать на лидирующие позиции в производстве авиакосмической техники, композитных материалов; разработке и применении

нанотехнологий, биомедицинских технологий; жизнеобеспечения и защиты человека и животных; программного обеспечения; атомной и водородной энергетике; отдельных направлениях рационального природопользования и экологии и ряде других сфер деятельности. Но, несмотря на это, в настоящее время Россия занимает далеко не первую строчку в рейтинге стран с развитой инновационной промышленностью.

Необходимо отметить основные проблемы инновационного развития России, существующие в настоящее время:

1. Несовершенство законодательной базы.
2. Нехватка высококвалифицированных инженерно-технических кадров и специалистов в области инновационной деятельности и инновационной инфраструктуры в целом.
3. Высокий уровень рисков, так как высокие технологии и инновационная деятельность по-прежнему являются наиболее рискованным вложением денежных средств.
4. Низкий инновационный потенциал предприятий.
5. Высокая стоимость нововведений.
6. Недостаток информации о новых технологиях и рынках сбыта.
7. Низкий уровень инновационной культуры в стране, который не отвечает современным требованиям, восприимчивость граждан характеризуется низким показателем к новым идеям и нововведениям.
8. Сохраняющаяся экспортно-сырьевая направленность отечественной экономики, препятствующая инновационному развитию и затрудняющая ее структурную перестройку в пользу высокотехнологичных и наукоемких отраслей.

Разработанная Стратегия инновационного развития России до 2020 года требует новых подходов, обеспечивающих вывод страны в мировые лидеры. Это повлекло за собой увеличение спроса на новые научные и инженерные кадры. Также предполагается формирование развитой национальной инновационной системы и восстановление лидирующих позиций российской фундаментальной науки [2]. Для устранения барьеров, препятствующих росту инновационной активности, предполагается формирование механизмов государственно-частного партнерства в сфере разработки и продвижения инноваций на рынок.

Так как научная деятельность выступает основным источником инноваций и ключевым фактором инновационного роста, необходимо ориентироваться на развитие сектора исследований и разработок

в университетах, расширение международной интеграции российских вузов в сфере исследований и разработок. При этом необходимо усиливать финансовую поддержку ведущих вузов, научных коллективов и отдельных ученых, проводящих исследования на мировом уровне [1]. Для дальнейшего цивилизованного развития малого бизнеса в научно-технической сфере полезен опыт промышленно развитых стран мира. Так, например, в США малые инновационные предприятия рассматриваются как один из важных источников экономического роста и ускорения научно-технического прогресса, поэтому в США для таких предприятий насчитывается более сотни льгот, активизирующих научно-техническую деятельность.

Путь инновационного развития в России сложен и противоречив. Для успеха на этом пути необходима развитая национальная инновационная система – система институтов и субъектов, деятельность которых направлена на осуществление и поддержку в осуще-

ствлении инновационной деятельности. Развитая же инновационная система включает в себя не только инновационные проекты и реализующий их впоследствии инновационный бизнес, но и исследовательский сектор, сферу образования – всё это находится в одном большом кластере.

Библиографические ссылки

1. Инновационно-правовой портал «Гарант» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124/>.
2. РБКQUOTE [Электронный ресурс]. URL: <http://quote.rbc.ru/news/fond/2013/01/30/33873359.html>.
3. Официальный интернет-сайт Министерства экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: economy.gov.ru.

© Валеева Д. Х., Решетова Т. В., 2013

УДК 338.984

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

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ГРАЖДАНСКОЙ ПРОДУКЦИИ ОАО «КРАСМАШ»

В современных условиях для предприятий оборонного комплекса остро стоит проблема расширения своего производства за счет гражданской продукции. Это направление деятельности позволит им функционировать в периоды отсутствия государственных заказов или на тех стадиях исполнения государственных заказов, когда в его выполнении заняты не все ресурсы предприятия.

Наличие производства гражданской продукции позволяет предприятию нормально функционировать в условиях нестабильного государственного заказа и наиболее полно задействовать в производственном процессе ресурсы предприятия. Целью данного исследования являлось разработать проект совершенствования технологии производства телекоммуникационного контейнера для размещения технологического оборудования радиотелевизионных передающих станций сети цифрового наземного телевизионного вещания на ОАО «Красмаш».

Перевод радиотелевизионных передающих станций в рамках ФЦП «Развитие телерадиовещания в РФ на 2009–2015 годы» с аналогового вещания на цифровое вещание требует замены существующих станций ретрансляторов [1]. Необходимость перехода на цифровой формат вещания назревала в течении последних 20–30 лет. После успешного решения Экспертной группой по стандартам задачи сжатия видеосигналов в десятки раз для передачи движущихся изображений, переход на цифровое вещание стал не только возможным, но и неотвратимым. При переходе с аналогового на цифровое наземное вещание достигается более высокое качество и помехоустойчивость цифрового телесигнала. Мощность потребления электроэнергии цифрового передатчика в пересчете на одну телепрограмму в несколько раз ниже, чем при передаче аналогового

телевидения, что позволяет снизить общие затраты на электроэнергию при одинаковой зоне обслуживания.

В настоящее время телекоммуникационные контейнеры являются одним из ключевых элементов инфраструктуры сетей цифрового телерадиовещания и спутниковой связи. Они представляют собой полностью закрытые аппаратные помещения для размещения комплекса технологического и вспомогательного оборудования, предназначенные для автономной эксплуатации в широком диапазоне внешних условий (в том числе в труднодоступных районах с критичными условиями эксплуатации в условиях холодной климатической зоны при температурах от –50 до +40 °С и относительной влажности до 80 %). Такие контейнеры уже выпускаются на ОАО «Красмаш» [2].

Основными преимуществами телекоммуникационных контейнеров являются:

- меньшие затраты на капитальное строительство;
- меньшие время и затраты на ввод в эксплуатацию;
- возможность транспортирования всеми видами транспорта;
- прочный каркас и антивандальная защита обеспечивает сохранность и целостность контейнера при многократной транспортировке и доставке в отдаленные регионы;
- применение сэндвич-панелей с минераловат-

ным наполнителем в качестве перекрытий существенно снижает затраты рабочего времени сборочных работ, позволяет значительно снизить массу готового изделия;

- многовариантность установки технологического оборудования;
- при транспортировке все укладывается внутри контейнера;
- конструкция может устанавливаться практически на любой грунт при незначительном объеме земляных работ;
- все инженерное оборудование монтируется на заводе, на объекте остаётся только подвести электропитание и контейнер готов к монтажу и пусконаладке прямо-передающего оборудования.

Идеей данного исследования является внедрение комплексного решения на производстве контейнеров. То есть заказчик выбирает те подсистемы, которые ему необходимы в конечном итоге в контейнере, выбирает модификацию оборудования. Этим самым предприятие повысит конкурентность своей продукции.

В целом, внедрение комплексных решений позволяет:

- снизить себестоимость конечной продукции;
 - повысить качество выпускаемой продукции, выполняемых работ или оказываемых услуг;
 - ускорить выпуск новой продукции;
 - повысить уровень конкурентоспособности;
 - выйти на новые перспективные рынки.
- Комплексное решение системы контейнера включает подсистемы:

1. Электропитание
2. Освещение
3. Контроль условий
4. Кабельная организация

5. Противопожарная защита
6. Молниезащита и заземление
7. Полового покрытия

Однако данный проект сопровождают следующий основные риски:

- негативное изменение политической и экономической ситуации в стране;
- отсутствие спроса на продукцию Предприятия;
- противодействие со стороны представителей органов власти;
- вмешательство государства или правовых институтов в процесс производства и распределения продукции.

В целом анализ рисков показал, что предлагаемый проект достаточно устойчив к рассмотренным возможным негативным воздействиям и обеспечивает установленные сроки окупаемости с запланированной прибылью.

В результате исследований было выявлено, что данный проект будет являться экономически эффективным и позволит предприятию получить дополнительно чуть более 7,5 млн руб. дополнительного дохода и, при незначительных вложениях, окупится менее чем за 1 квартал.

Библиографические ссылки

1. О федеральной целевой программе «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2015 годы» : Постановление Правительства РФ от 3 декабря 2009 г. N 985 [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/6731125/>.
2. Официальный сайт ОАО «Красмаш». URL: <http://krasm.com/>.

© Вершанская Е. С., 2013

УДК 338.45

А. Ю. Володин

Научный руководитель – О. О. Титов

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

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ АКТЫ, КАК ФАКТОР, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЙ ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ОПК

Оборонно-промышленный комплекс (ОПК), как источник новых технологий, характеризуется в последние годы резко возрастающими объемами государственного оборонного заказа (ГОЗ). Рассмотрены основные факторы, препятствующие полноценному инновационному развитию предприятий ОПК.

На сегодняшний день, одна из основных проблем российской экономики – это «сырьевая зависимость». Связанно это со многими факторами, но одним из самых весомых является слабая техническая база российских предприятий: отсталость технологических процессов, оборудования, а также элементарная изношенность основных средств. Этому в немалой степени поспособствовал прошедший экономический кризис, который вынудил большинство предприятий сократить инвестиционные расходы [1].

Оборонно-промышленный комплекс (ОПК), как источник новых технологий, характеризуется в последние годы резко возрастающими объемами государственного оборонного заказа (ГОЗ). По данным Министерства обороны РФ, в российских Вооруженных силах новые вооружения составляют не более 10 %. Однако даже с учетом значительного наращивания за последние годы расходов на научные исследования и выделением значительных сумм на военные НИОКР, доля расходов России на оборонные НИОКР – 0,6 % ВВП [2].

Президент Российской Федерации В. В. Путин поручил представить предложения по созданию условий, стимулирующих организации оборонно-промышленного комплекса к использованию передовых технологий, повышению производительности труда, производству современных видов вооружения и военной техники [3].

В связи с этим были выявлены наиболее значимые проблемы и вынесены соответствующие предложения. На предприятиях существует проблема закрепления молодых специалистов. Предлагается – ввести порядок госзаказа выпускников вузов отдельных специальностей, с отработкой на предприятии не менее 5 лет. Также предлагается освободить от налога на прибыль затраты предприятий, направленные на обеспечение жильем молодых специалистов, или оплаты его аренды.

Многие предприятия не обходятся без проблемных вопросов в области таможенного и налогового законодательства. При ввозе импортных комплектующих для создания космической техники таможенные платежи (НДС и импортные пошлины) составляют от 20 до 35 %. Предлагается внести изменения в Налоговый кодекс РФ в части освобождения от налогообложения (НДС) ввоза на таможенную территорию Российской Федерации товаров, за исключением подакцизных, по перечню, утвержденному правительством Российской Федерации, используемых в качестве комплектующих для создания космической техники. Освобождение от уплаты импортных пошлин и налогов на ввозимые товары, используемые в качестве комплектующих для создания космической техники в рамках государственного оборонного заказа, позволило бы сократить затраты бюджета на создание космической техники.

На ряду с этим стоит вопрос корректировки налогового законодательства в части ввоза в Российскую Федерацию импортного научного и лабораторного оборудования, приборов, материалов и образцов в рамках реализации международных проектов.

Также не маловажным возникает вопрос увеличения нормы рентабельности. В настоящий момент при определении цены государственного контракта рентабельность по государственному оборонному заказу и заказам Роскосмоса не может превышать 1% затрат

поставщика на оплату покупных комплектующих изделий и 20 % остальных затрат поставщика [4]. Предлагается внести необходимые поправки в нормативно-правовые акты РФ, с целью восстановления формирования цены на продукцию по государственному оборонному заказу и заказам Роскосмоса в соответствии с «Методическими рекомендациями по определению уровня рентабельности при производстве продукции (работ, услуг) оборонного назначения, поставляемой по ГОЗ», утвержденными приказом ФСТ России от 15.12.2006 г. № 394 ДСП. Данные рекомендации формируют рентабельность по «расчетной формуле», при которой прибыль зависит от структуры затрат, доли покупных и собственных работ.

Очевидно, что для решения всех этих проблем необходима тщательная и системная работа в первую очередь руководства страны. Государство должно обеспечивать благоприятный инвестиционный климат с целью использования инвестиций для качественных изменений в инновационной деятельности, разрабатывать, отслеживать и дополнять правовую базу и следить за ее исполнением. Только так можно добиться ускоренного продвижения инноваций в производство и заметно повысить их конкурентоспособность [5].

Библиографические ссылки

1. Мязина Е. В. Россия не смогла решить ключевую проблему экономики. [Электронный ресурс] // Ведомости. URL: <http://www.vedomosti.ru/tnews/index>.
2. Мясников В. Модернизация ОПК остается несбыточной мечтой // Независимое военное обозрение. 2010.
3. Перечень поручений президента Российской Федерации по обеспечению неотложных задач социально-экономического развития Российской Федерации: Пр-1798 от 17.07.2012 г.
4. Постановление Правительства Российской Федерации от 04.05.2012 г. № 441.
5. Володин А. Ю., Петров И. М., Титов О. О. Основные проблемы, препятствующие развитию и внедрению технологических инноваций // Альманах современной науки и образования. 2012. № 8 (63).

© Володин А. Ю., 2013

УДК 336.714

М. А. Гринева

Научный руководитель – Е. В. Афанасьева

Сибирский государственный аэрокосмический университет

имени академика М. Ф. Решетнева

Аэрокосмический колледж, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОПК

Проводится анализ форм государственного финансирования предприятий ОПК, выявляются основные проблемы государственного расходования средств на национальную оборону. Государство инициирует не только рост военных расходов бюджета на финансирование обороны и безопасности страны, но и планирует разрабатывать механизмы для стимулирования инвестиций в отрасль.

В последнее время в работе крупнейших предприятий оборонно-промышленного комплекса (ОПК)

происходят серьезные изменения. Очевидно, что такой важной для государства отрасли необходим меха-

низм трансформации, который как затронет инфраструктуру, так и создаст новые формы сотрудничества государства и частного капитала.

Объектом исследования являются предприятия ОПК, осуществляющие инновационную деятельность. Предмет исследования – формы финансирования инновационной деятельности.

Основная проблема отрасли состоит в том, что ей нужны новые драйверы роста, поскольку экспорт, за счет которого на протяжении последних 20 лет удавалось держаться на плаву наиболее сильным сегментам ОПК, не может обеспечить ее развитие в долгосрочной перспективе. В ближайшее десятилетие таким локомотивом станет беспрецедентная по масштабу государственная программа вооружения (ГПВ-2020), рассчитанная до 2020 года, по которой на перевооружение российской армии планируется выделить более 23 трлн рублей. Первоначально, в 2006 году была принята Государственная программа развития вооружений на 2007–2015 годы (ГПВ-2015). На её финансирование в общей сложности было выделено 4939,4 млрд рублей. Программа была не выполнена практически по всем показателям, поэтому в начале 2011 года заменена Программой ГПВ-2020 [2].

Сравнительные данные об утвержденных параметрах Государственной программы развития вооружений на 2007–2015 годы и Государственной программы вооружений на 2011–2020 годы, а также фактическом исполнении ГПВ-2015 представлены в табл. 1.

Анализ исполнения ГПВ – 2015 приводит к выводу об ее фактическом срыве: план поставок ОТРК «Искандер» выполнен на 20 %, самолетов – на 19 %, вертолетов – 38 %, зенитно-ракетных комплексов С-400 – на 22 %, кораблей – 8 %, атомных подводных лодок «Борей» – 14 %, нестратегические подводные

лодки на вооружение российской армии так и не поступили. Новая ГПВ увеличивает план поставок в сравнении с ГПВ-2015 в среднем в 5,4 раза. При этом объем финансирования программы предполагается увеличить в 4,6 раза [2].

На сегодняшний день и обозримую перспективу определяющим игроком на российском рынке вооружений остается государство. В структуре расходов бюджета на будущие годы доля военного бюджета одна из самых больших. Среднегодовой прирост расходов бюджета России в 2014 году прогнозируется в пределах 6 %, в 2015 году – 10 %, при этом темп прироста расходов на национальную оборону в 2014 году составляет 16,8 %, а в 2015 – более 23 %. Это подтверждает динамика изменения доли расходов от ВВП и общих расходов федерального бюджета по разделу «Национальная оборона» (табл. 2) [4].

Для сравнения стоит отметить, что в 2012 году по этому разделу законом о бюджете ассигновано 1 трлн 865 млрд руб. или 3,08 % ВВП.

Внутри раздела «Национальная оборона» более всего возрастут расходы по подразделу «Вооруженные Силы РФ» – на 17,3 % и расходы на оборонные НИОКР – на 16,1 % (достигнув 198 млрд руб.). Таким образом, наблюдается наращивание капитальных расходов при сдерживании роста текущих расходов, что переносит положительный эффект от расходов на дальнюю перспективу с соответствующими рисками для обороноспособности страны [1].

Приведенные цифры свидетельствуют о значительном увеличении расходов на оборону и гособоронзаказ, росте ВВП и удельного веса военных расходов в нем. Ассигнования по данной статье практически приблизились к обозначенному президентским указом уровню в 3,5 % от ВВП.

Таблица 1

Сравнение общих показателей ГПВ-2015 и ГПВ-2020

Виды вооружений	Утверждено ГПВ 2006–2015	Фактически поставлено	Утверждено ГПВ 2011–2020
ОТРК «Искандер»	5 бригад	1 бригада	10 бригад
Самолеты	116	22	600
Вертолеты	156	60	1 000
ЗРК С-400	18 дивизионов	4 дивизиона	56 дивизионов
Корабли	24	2	100
АПЛ 955 «Борей»	7	1	8
Нестратегические подводные лодки	6	0	20

Таблица 2

Динамика планируемых расходов федерального бюджета по разделу «Национальная оборона»

Показатель	2013 г. (прогноз)	2014 г. (прогноз)	2015 г. (прогноз)
Объем ВВП, млрд руб.	66 515,0	73 993,0	82 937,0
Расходная часть бюджета, млрд руб.	13 387,34	14 207,00	15 626,28
Статья «Национальная оборона», млрд руб.			
% от ВВП	2 141	2501,4	3 078
% от расходной части бюджета	3,2	3,4	3,7
	16	17,6	19,7
Расходы на оснащение Вооруженных Сил, млрд руб.	842,12	886,56	924,57

Однако потребности оборонно-промышленного комплекса России в финансовых ресурсах значительно выше, чем имеющиеся у государства возможности. По данным Минобороны РФ, задача модернизации армии может быть решена только в том случае, если на государственную программу вооружений до 2020 года будет выделено 36 трлн руб. При этом принятая ГПВ-2020 рассчитана лишь на 23 трлн руб. с учетом коррекций 2013 года. В основном, по этой причине государство заинтересовано в использовании иных форм финансирования национальной обороны и безопасности.

Еще на состоявшемся в мае 2011 года совещании по развитию ОПК Дмитрий Медведев категорически потребовал решить вопрос с привлечением частных компаний. «Надо подумать над механизмами, кото-

рые используются для стимулирования инвестиций в отрасль», – отметил президент. Он подчеркнул, что во всем мире производство военной техники является прибыльным, «и в нем заинтересованы стратегические инвесторы» [3].

Библиографические ссылки

1. Братухин А. Г., Дмитриев О. Н., Ковальков Ю. А. *Потенциал конверсии М. : Машиностроение, 2008.*
2. Сайт ТС ВПК. URL: <http://www.vpk.ru>.
3. Сайт Информационного телеграфного агентства РФ. URL: <http://www.itar-tass.com>.
4. Официальный сайт Министерства финансов РФ. URL: <http://www.minfin.ru>.

© Гринева М. А., 2013

УДК 338

Р. С. Гришкявичус
Научный руководитель – Л. Ф. Ладыгина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИНВЕСТИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В АЭРОКОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Рассмотрены возможные способы и проблемы инвестирования, а так же поиск наиболее оптимального инвестирования на мой взгляд.

Система финансирования научно-технического развития представляет собой весьма сложный и постоянно развивающийся механизм. До 1991 г. он в основном базировался на бюджетных ассигнованиях, а также децентрализованных источниках целевого назначения, которые образовывались в структурах управления по соответствующим жестким нормативам. В 1990–1991 гг. в нашей стране начались реорганизационные мероприятия, связанные с финансированием НТП. Было отменено регламентированное распределение прибыли по фондам экономического стимулирования, ликвидировано большинство отраслевых централизованных фондов, заметно упрощена система контроля за оплатой труда, либерализованы цены. Естественно, что все эти перемены имели весьма важное значение.

В связи с ресурсоемкостью аэрокосмической отрасли, требующей для реализации инновационных проектов значительных денежных средств, в частности, в интересах создания конкурентоспособной аэрокосмической техники, предприятиям приходится изыскивать способы финансирования как за счет внутренних ресурсов, так и за счет привлечения сторонних инвесторов.

В настоящее время в качестве основных источников средств, используемых для финансирования аэрокосмической отрасли, выступают:

- бюджетные ассигнования, выделяемые на федеральном и региональном уровнях;
- средства специальных внебюджетных фондов финансирования НИОКР, которые образуются министерствами, федеральными и региональными органами управления;

- денежные средства различных типов коммерческих финансовых структур (инвестиционных компаний, коммерческих банков, страховых обществ, ФПП и т. п.);
- кредитные ресурсы специально уполномоченных правительством инвестиционных банков;
- конверсионные кредиты для ИП оборонного комплекса;
- иностранные инвестиции промышленных и коммерческих фирм и компаний;
- средства национальных и зарубежных научных фондов;
- частные накопления физических лиц.

К основным принципам организации финансирования инновационных проектов относятся:

1. Нацеленность на минимизацию сроков и максимизацию эффекта внедрения инноваций;
2. Четкое соответствие всех механизмов и этапов инновационного процесса
3. Сложившимся институционально-правовым нормам;
4. Максимально широкий спектр источников финансирования инноваций и их оптимальное сочетание;
5. Комплексность процесса разработки и практической реализации инновации;
6. Высокие гибкость и динамичность всего инновационного процесса.

В рамках многоаспектной системы источников финансирования инновационных проектов аэрокосмического комплекса весьма существенную роль выполняют государственные структуры на всех уровнях власти (на федеральном и муниципальном), как обес-

печивающие прямую финансовую поддержку и финансирование конкретных инновационных проектов, так и стимулирующие использование средств коммерческих структур, например, банковских кредитов с частичным субсидированием процентной ставки.

Формирование эффективной государственной инновационной политики ускорят переход к инновационной экономике в России.

В структуре негосударственных финансовых институтов, занимающихся финансированием инноваций, выделяются банки, инвестиционные институты и фонды, индивидуальные инвесторы, венчурные фонды.

Банковское кредитование слабо используется для финансирования инновационных проектов аэрокосмической отрасли ввиду политики низких рисков. Как правило, кредиты банков носят краткосрочный характер и предоставляются под высокие проценты, в то время как инновационные проекты являются дорогостоящими и долгосрочными. Они имеют актуальность в случае заключительной стадии инновационного проекта.

Инвестиционные институты (страховые компании, пенсионные фонды, фонды компаний, государственные инвестиционные фонды) работают также в области невысоких финансовых рисков, предпочитая партнеров с надежной деловой репутацией.

Инвестиционные фонды концентрируются на определенных видах бизнеса, процедуры принятия решений об инвестировании в них достаточно сложны и длительны, для обращения в эти фонды существуют многочисленные ограничения и условия.

Основными инвесторами инновационных проектов являются венчурные фонды, созданные для работы в зоне наибольшего риска. Вследствие чего их инвестиции являются самыми дорогими, процедуры рассмотрения заявок и принятия решений относительно просты и оперативны.

В условиях широкого распространения акционерной собственности в современном мире важнейшим внешним источником финансирования инноваций становится эмиссия ценных бумаг корпораций – облигаций и акций. При реализации этого механизма финансирования инноваций дивиденды по выпущенным бумагам выплачиваются либо за счет текущей прибыли до поступления доходов от финансируемого инновационного проекта, вероятность неудачи которого достаточно высока, либо после начала поступления доходов от реализации проекта. Целевые эмиссии под финансирование инноваций могут распространяться как среди индивидуальных инвесторов, так и институциональных, но при условии:

1. Государственных гарантий дивидендов по корпоративным ценным бумагам с соответствующей долей государства в эмиссии, прибыли или взамен жесткой фиксации цен, сроков, объемов производства инновационной продукции и ее потребителей.
2. Привлечения государства, приобретающего контрольный пакет акций целевой эмиссии; государственного заказа с указанием объема, ценовых критериев и сроков.

Библиографические ссылки

1. Федеральное космическое агентство «Роскосмос» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.roscosmos.ru/main.php?id=24>
2. Чернышева Б. Н. Инновационный менеджмент : учебник. М. : Вузовский учебник, 2008.
3. Международные аэрокосмические и оборонные программы под давлением новых обстоятельств [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pwc.ru/ru/press-releases/2012/ad-under-pressure.jhtml>.

© Гришкявичус Р. С., 2013

УДК 658.51

Э. Э. Губайдуллина

Научный руководитель – Г. А. Карачёва

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

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Рассмотрена система организации управления производством, направленная на непрерывное совершенствование деятельности машиностроительного предприятия, с целью повышения результативности потока создания ценности и увеличения объемов производства продукции для авиационной промышленности.

Совершенствование организации управления производством является одним из основных направлений решения многих задач на машиностроительных предприятиях. Сегодня можно говорить о существовании системы управления производством, которая объединяет в себе все направления совершенствования производства и может поднять конкурентоспособность предприятия и вывести его на новый уровень. Речь идет о современной концепции управления предприятием – бережливом производстве, которое преду-

сматривает внедрение новых принципов управления на основе постоянного уточнения реальной ценности продукта, непрерывной оптимизации потока создания ценности, обеспечения самой непрерывности потока создания ценности, формирования условий для «вытягивания» продукта потребителем [2].

Задача бережливого производства – проектирование и внедрение производственной линии, способной изготавливать разные виды продуктов ровно за то время, которое действительно необходимо для их вы-

работки. Время ожидания, время простоя в очереди и другие задержки в бережливом производстве рассматриваются как бесполезные и значительно сокращаются или ликвидируются полностью.

Многие зарубежные компании используют систему бережливого производства, видоизменяют ее под свои условия, сохраняя существенные черты. Из отечественных предприятий стоит отметить «Иркутский авиационный завод», практический опыт которого показал, что внедрение инструментов бережливого производства может в разы, а то и в десятки раз увеличить значения многих показателей деятельности предприятия.

Объектом исследования в работе выступает ООО «ОКБ Зенит», основным видом деятельности которого является обработка металлических изделий с использованием основных технологических процессов машиностроения, производство машин и оборудования специального назначения. В 2010 году в производственную программу предприятия включена новая ассортиментная группа, – оборудование для авиационной промышленности, объемы производства которой растут с каждым годом в связи с возрастающей потребностью заказчика, одного из крупнейших авиационных предприятий России – ОАО «Новосибирское авиационно-производственное объединение имени В. П. Чкалова». ООО «ОКБ Зенит» успешно работает на рынке промышленного оборудования, однако в организации управления производством имеется ряд существенных недостатков. Наибольшие потери времени работы оборудования связаны с отсутствием работы, по причине чего коэффициенты загрузки станков имеют невысокие значения. К основным причинам брака на предприятии относятся: брак материалов, вина работников и отработка технологии. Длительность производственного цикла, уровень механизации и автоматизации труда на предприятии довольно высокий, но ручные сборочные операции занимают много времени. При анализе культуры производства также выявлены недостатки, затрудняющие протекание производственного процесса.

На основе выявленных проблем предлагается совершенствовать организацию управления производством за счет рационального размещения производственных, вспомогательных участков цеха и рабочих мест, с целью сокращения производственного цикла изготовления оборудования для авиационной промышленности и снижения непроизводительных потерь.

Совершенствование производства начинается с картирования потока создания ценности и анализа основных и вспомогательных процессов производства. Чтобы правильно выстроить поток, прежде всего, нужно понять, что в этом потоке добавляет ценность, а что является потерями [1]. Проблемы, снижающие эффективность производства, связаны в первую очередь с неоптимальными маршрутами движения материалов и деталей, излишними перемещениями персонала. На предприятии постоянно происходит перемещение огромного количества материала, персонала и информации. Данное обстоятельство и усложнение

процесса управления потоками приводит к значительным потерям времени, и как следствие к снижению эффективности труда из-за нечеткой организации производственных процессов, что в свою очередь отражается на длительности производственного цикла. Соответственно, последующие улучшения касаются оптимизации рабочего пространства, его формирования вокруг рабочего процесса. Необходимое оборудование и персонал, имеющий непосредственное отношение к производству продукции авиационного назначения, предложено расположить на одном этаже, а рабочие места выстроить в поток, за счет чего значительно сократятся потери, связанные с перемещениями. Таким образом, оптимизация потерь достигается минимизацией физического расстояния и исключением излишней транспортировки. В процессе совершенствования организации управления производством и анализа технологически увязанного оборудования предлагается приобрести координатно-расточной станок, организовать сварочный пост на участке сборки, участок покраски, оптимизировать производственную планировку. Для перемещения оборудования, монтажа и демонтажа станков предлагается воспользоваться услугами сторонней организации. Для организации металлозаготовительного участка необходимо арендовать дополнительные производственные площади. Общая стоимость внедрения оценивается около трех миллионов рублей.

В результате совершенствования организации управления производством повысится управляемость производством, увеличится загрузка оборудования и его производительность. Максимизация загрузки оборудования приведет к рациональному использованию фонда рабочего времени. Сократятся непроизводительные потери времени: время для обмена информацией между работниками; люди смогут работать на нескольких операциях; появится возможность работать без транспортировки и излишних перемещений рабочих. Все вышеперечисленные изменения приведут к повышению результативности потока создания ценности: сократится цикл изготовления деталей в 1,5 раза, а перемещения основных рабочих в 9 раз. Совершенствование организации управления производством окажет положительное влияние на выполнение плана по выпуску конечной продукции, позволит обеспечить своевременность поставок предприятиям-потребителям и благоприятным образом скажется на эффективности производственной деятельности ООО «ОКБ Зенит».

Библиографические ссылки

1. Ротер М., Шук Дж. *Учитесь видеть бизнес-процессы. Практика построения карт потоков создания ценности*. М. : Альпина Бизнес Букс: CBSD, Центр развития деловых навыков, 2005. 144 с.
2. Хоббс Д. П. *Внедрение бережливого производства. Практическое руководство по оптимизации бизнеса*. М. : Гревцов Паблшер, 2007. 352 с.

© Губайдуллина Э. Э., 2013

УДК 330

Е. В. Дибина, Е. В. Корнющенко
Научный руководитель – В. А. Колмыков
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

НАУКОЕМКИЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИХ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Общемировой тенденцией экономического развития является возрастание роли наукоемких, конкурентоспособных на мировом рынке производств и их опережающие темпы роста в структуре обрабатывающей промышленности.

Современная экономика – это инновационная экономика, основанная на знаниях, в которой приоритетное место занимают уже не традиционные факторы производства и природные ресурсы, а знания и интеллект, представленные в виде ресурсов интеллектуальной собственности. Именно интеллектуальная собственность в настоящее время становится неотъемлемым элементом деятельности конкурентоспособных и эффективно функционирующих компаний во всем мире. Обладатели интеллектуальной собственности в настоящее время определяют основные критерии формирования нового устройства мира. Именно поэтому, практически во всех странах мира проблема коммерциализации объектов интеллектуальной собственности остается актуальной [1].

Исследование наукоемких, высокотехнологичных производств, динамики внешней торговли товарами высокой степени обработки является одной из задач комплексного экономического анализа состояния и перспектив развития экономики России. Сложившаяся сегодня экономическая ситуация в Российской Федерации отражает экономику ресурсно-сырьевой ориентации. Приоритетное развитие отечественных сырьевых отраслей, ставших базовыми в настоящее время для российской экономики, не способно кардинально улучшить положение страны на современных мировых рынках из-за высокой конкуренции и насыщенности этих рынков, а также в связи с высокой капиталоемкостью этих отраслей.

На этом фоне развития отраслей сформировалась особая категория технологий, отраслей промышленно-сти и изделий, которые получили название «наукоемких» или «высокотехнологичных». Под технологией понимается совокупность методов и приемов, применяемых на всех стадиях разработки и изготовления определенного вида изделий. Наукоемкость – это один из показателей, характеризующих технологию, и отражающий степень ее связи с научными исследованиями и разработками. Наукоемкой является технология, которая включает в себя объемы научных исследований и разработок, превышающие среднее значение этого показателя в определенной области экономики [2].

Переход экономики на инновационную модель развития обеспечивает высокие темпы экономического роста, прогрессивные структурные сдвиги в экономике, повышение качества жизни населения. На современном этапе одной из приоритетных задач является создание необходимых для эффективного функционирования инновационной системы элементов инфраструктуры и их эффективное использование.

Высокие технологии охватывают такие сферы деятельности человека как электроника, программное обеспечение, нано технологии, атомная энергетика, робототехника и многие другие отрасли народного хозяйства, которые не могут существовать и развиваться без последних достижений науки и техники.

Главными специфическими особенностями организации и управления наукоемких производств являются следующие:

- их комплексный характер, позволяющий разрешать все проблемы создания техники – от проблем научных исследований и опытно-конструкторских работ до проблем, возникающих в серийном производстве и при эксплуатации;

- сочетание целевой направленности исследований, разработок и производства на конкретный результат с перспективными направлениями работ фундаментального назначения;

- наличие уникальных коллективов с большой долей ученых, высококвалифицированных инженерно-технических работников и производственно-промышленного персонала в общей численности занятых в разработках и производстве [3].

Ежегодный оборот на мировом рынке высоких технологий и наукоемкой продукции в несколько раз превышает оборот рынка сырья, включая нефть, нефтепродукты, газ и древесину. Речь идет о триллионах долларов. Из этой суммы 39 % приходится на продукцию США, 30 % – Японии, 16 % – Германии. Россия на этом рынке представлена более чем скромно – 0,3 %. Среди важнейших причин такого отставания можно назвать консервативную структуру народного хозяйства и низкий технический базис производства в России. В течение длительного времени в стране формировался потенциал кризиса в виде производственного аппарата, ориентированного на дешёвые природные ресурсы и электроэнергию, утяжеленную структуру экономики и капиталоемкий тип воспроизводства. Устаревшие и современные технологии перемешаны во всех отраслях экономики и сосуществуют на каждом предприятии. Чтобы развиваться устойчиво, производительность экономики должна непрерывно повышаться, причем за счет понижения, а не повышения количества используемых природных ресурсов. Это возможно только через развитие знания.

Сложность современных технологий и создание на их базе современного наукоемкого продукта потребовали высокой концентрации финансового и интеллектуального капитала, которой не могут обеспечить ре-

сурсы национальной экономики. В рамках одной страны невозможно создать всю воспроизводящую технологическую цепочку. Поэтому разработка и производство современного наукоемкого продукта перешли национальные границы и привели к созданию гигантских транснациональных корпораций [4].

В заключение стоит добавить, что в настоящее время развитие наукоемких технологий, их проникновение во все отрасли производства и услуг, в повседневный быт людей является основой научно-технического прогресса. Все ведущие государства мира разными способами поддерживают высокотехнологичный бизнес. В настоящее время в России происходит активное формирование объектов инновационной инфраструктуры для становления и развития отечественного инновационного бизнеса. Но ни одна страна мира, претендующая на глобальное лидерство в экономическом развитии, не сможет решить этих задач без концентраций усилий на совершенствовании, укреплении и максимально эффективном использовании своего научно-технического потенциала,

а также без расширения инвестиций в науку и стимулирование инновационной деятельности.

Библиографические ссылки

1. Ивлиева Н. Н. Оценка стоимости интеллектуального капитала предприятия : монография. М. : Маркет ДС, 2008.
2. Хрусталева Е. Ю. Проблемы организации и управления в наукоемких отраслях экономики России // Менеджмент в России и за рубежом. 2010. № 1.
3. Иванов С. Б. Роль высоких технологий на современном этапе экономического развития страны // Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование : XI Петерб. междунар. экон. форум. 2007. № 1–2 (30–31).
4. Красников Г. Путь возрождения экономики России – подъем наукоемких отраслей промышленности // Электроника: наука, технология, бизнес. 2009. № 1.

© Дибина Е. В., Корнющенко Е. В., 2013

УДК 332.1

С. В. Иванов

Научный руководитель – Г. Я. Белякова
Сибирский федеральный университет, Красноярск

СПЕЦИФИКА И ОСОБЕННОСТИ ИНЖИНИРИНГА В СИБИРИ

Рассматривается роль и особенности инжиниринга в технологическом развитии производственных комплексов Сибири. Применение научных знаний при проектировании, строительстве и развитии горно-металлургического комплекса.

Стратегической целью развития регионов Сибири на период до 2020 года является обеспечение сбалансированной социально-экономической системы инновационного типа, гарантирующих национальную безопасность, динамичное развитие экономики и реализацию стратегических интересов России в мировом сообществе. Достижение стратегических целей предполагает ускоренную диверсификацию экономики Сибири за счет масштабного технологического перевооружения и использования инновационных технологий, обеспечивающих производство качественно новых продуктов и услуг [1].

Сибирь является кладовой полезных ископаемых России. На ее территории сосредоточены 85 % общероссийских запасов свинца и платины, 80 % угля и молибдена, 71 % никеля, 69 % меди, 44 % серебра и 40 % золота [2]. Ведущие отрасли промышленности: цветная и черная металлургия, электроэнергетика, лесная и деревообрабатывающая, химическая и нефтехимическая и др.

Программой «Сибирь 2020» определены зоны опережающего развития:

– в Красноярском крае их две – это Нижнее Приангарье, где сосредоточены значительные запасы полезных ископаемых (железных, свинцово-цинковых, руд золота, титана, ниобия, магнетитов, бокситов, нефелинов, сурьмы, угля, нефти, газа и т. д.), часть из

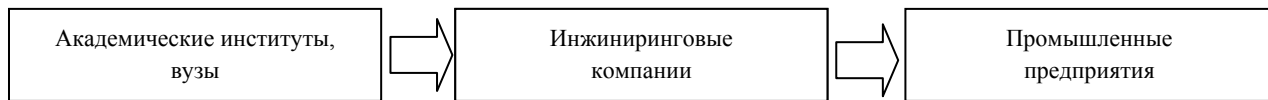
которых, имеет федеральное значение. Второй зоной является рудный узел юга Красноярского края, где сосредоточены месторождения железных, медных, марганцевых, титановых, редкоземельных руд, сыпного и рудного золота и других полезных ископаемых;

– зона опережающего развития в Забайкальском крае – «Забайкальский территориальный горно-металлургический комплекс» на юго-восточной части края;

– республика Тыва, с разнообразными полезными ископаемыми, такими как золото и серебро, медь, свинец, висмут, никель, кобальт и др., где разведано более 20 месторождений, но уровень промышленного освоения очень низок.

– на территории Алтайского края освоение Корба-лихинского месторождения полиметаллических руд.

Базовой отраслью экономики России является горно-металлургический комплекс (ГМК), который играет важную роль в формировании макроэкономических показателей страны и непосредственно влияет на решение задач модернизации российской экономики, на рост конкурентоспособности её реального сектора. Производство высокотехнологичной продукции машиностроения, которая определяет уровень развития других отраслей, невозможно без опоры на собственную металлургическую базу.



Взаимодействие инжиниринговой компании с наукой и бизнесом

Реализация инновационного сценария развития Сибири рассматривается как повышение эффективности уже имеющегося сырьевого и индустриального комплекса, а также освоение новых месторождений и развитие новых промышленных предприятий. Создание новых горно-металлургических комплексов на территории Сибири требует разработки принципиально новых технологических решений выполненных на современной научно-исследовательской базе. Сегодня источником внедрения инноваций в России служат в основном передовые западные технологии и оборудование. Причина заключается в том, что в стране имеются фундаментальные и технологические заделы, уникальная научно-производственная база и высококвалифицированные кадры. В то же время отмечается очень слабая ориентация предприятий на реализацию научных достижений в производство. В развитых странах прирост ВВП за счет инноваций составляет около 75 %, в том числе в Германии – почти 100 %, в США – 80 % [3], в России – 13 %. Таким образом, высокий уровень развития экономики является следствием высоких темпов производства за счет внедрения новых знаний.

В современной экономике возрастает объем задач научно-технического и организационно-экономического характера, требующих активного участия специалистов высокого профессионального уровня, и как следствие повышается и значимость инжиниринговой деятельности. Инжиниринг как сектор рыночной экономики возник полтора столетия назад в Великобритании – это предоставление на коммерческой основе услуг по разработке проектов и технических заданий, инженерно-консультационных, производственных, научно-технических и других услуг. То есть предоставление на основе договора полного комплекса услуг необходимых для строительства или модернизации объекта.

С развитием промышленного потенциала в регионах Сибири увеличивается спрос на инжиниринговые услуги. Однако компаний готовых предоставить полный комплекс услуг по управлению проектами, весьма ограничен. Крупные компании, такие как ОАО «Норильский никель» и «Русский алюминий», выстроили свои проектные, научно-исследовательские и строительные подразделения, которые хоть и далеки от компетенций инжиниринговых компаний, но строительные функции обеспечивают. В связи с этим, российские компании и предприятия активно пользуются услугами западных компаний, пришедших на российский рынок и обладающих необходимыми компетенциями и которых привлекает российский рынок промышленного строительства.

Постепенно рынок инжиниринговых услуг начинает возрождаться, и ряд российских инжиниринговых компаний предлагают рынку полный пакет услуг по строительству промышленных объектов «Управ-

ление инвестиционно-строительным проектом», т. е. сопровождение проекта на всех стадиях его реализации.

Сегодня инжиниринг становится ключевым фактором и одним из основных двигателей инновационной экономики. Обеспечивая трансформацию научных идей в бизнес, объединяя интересы всех участников инновационного проекта. На рисунке представлена взаимосвязь инжиниринга с наукой и бизнесом.

Инжиниринг в горно-металлургическом комплексе в районах освоения новых месторождений имеет свои особенности, которые необходимо учитывать при разработке проектов:

1. Удаленность районов залегания месторождений от промышленных центров, что значительно усложняет проектирование, строительство и ввод объектов в эксплуатацию.
2. Отсутствие специализированных строительно-монтажных предприятий.
3. Отсутствие развитой инфраструктуры (транспортной логистики, энергоснабжения, объекты жизнеобеспечения и другие).
4. Проблема кадрового обеспечения.

Спецификой горно-металлургического комплекса является несопоставимый с другими отраслями масштаб производства и сложность технологического процесса, высокий уровень опасности технологического процесса и производства продукции. Поэтому при проектировании объектов в ГМК предъявляются жесткие требования к функционалу и надежности систем в целом.

К числу важнейших преимуществ инжиниринга в разработке и реализации проектов в горно-металлургическом комплексе следует отнести:

- комплексный набор услуг, связанных с осуществлением инвестиционных проектов;
- сокращение сроков реализации проекта и сокращение и производственных издержек – за счет интеграции всех процессов инжиниринга;
- повышение качества выполняемых работ, за счет использования передовых технологий и оборудования;
- повышенные требования к надежности и безопасности объектов;
- использование современных технологий обогащения и переработки руд;
- повышение экономической эффективности инвестиций и бизнеса [4].

В 2009 г. в Красноярске была создана инжиниринговая компания «Siberian Engineering & Technologies» (SET), на базе ОАО «Сибцветметинипроект». Проектный институт, который более 60 лет является генеральным проектировщиком горнорудных предприятий черной и цветной металлургии в районах Сибири и Дальнего Востока. Компания SET это полный комплекс услуг по освоению горнорудных месторожде-

ний в ЕРСМ формате. Дальнейшее развитие инжиниринговой деятельности в регионе требует и соответствующей подготовки специалистов.

Библиографические ссылки

1. Стратегия социально-экономического развития Сибири до 2020 года : утв. распоряжением Правительства РФ от 5 июля 2010 г. № 1120-р.

2. Минерально-сырьевая база Сибирского Федерального округа [Электронный ресурс]. URL: <http://geosib.ru/index/phtml>.

3. Корчагин П. В. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов. М. Проблемы современной экономики. 2011. № 1 (37).

4. Мишин С. А. Инжиниринг. Россия 2012. Актуальные рекомендации [Электронный ресурс]. URL: <http://mishin-s.ru/library/11eng.pdf>.

© Иванов С. В., 2013

УДК 334.05

А. А. Кадач

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

ОСНОВНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

Рассматриваются цели, приоритеты и инструменты государственной инновационной политики, основные сценарии инновационного развития, вопросы стимулирования научно-технологической деятельности в России.

Переход экономики государства на инновационный тип развития невозможен без формирования конкурентоспособной в глобальном масштабе национальной инновационной системы. Целью создания национальной системы поддержки инноваций и технологического развития является масштабное технологическое обновление производства на основе передовых научно-технических разработок, формирование конкурентоспособного национального сектора исследований и разработок, обеспечивающего переход экономики на инновационный путь развития, формирование у населения и предприятий модели инновационного поведения. Это позволит обеспечить научное и технологическое лидерство России в мире по направлениям, определяющим ее конкурентные преимущества и национальную безопасность.

Целью Стратегии «Инновационная Россия» был заявлен переход к 2020 году экономики России на инновационный путь развития, в рамках которого доля России на мировых рынках высокотехнологичных товаров и услуг (в том числе атомная энергетика, авиатехника, космическая техника и услуги, специальное судостроение и т. д.) достигнет не менее 5–10 % в 5–7 и более секторах. Приоритетными направлениями инновационного развития названы производство авиакосмической техники, нанотехнологии, композитные материалы, атомная и водородная энергетика и др. Как планировали разработчики Стратегии, переход России на инновационный путь будет проходить в 2 этапа.

Первый этап предполагал «повышение восприимчивости бизнеса и экономики в целом к инновациям» и был рассчитан на 2011–2013 годы. В результате реализации этого этапа должны быть сформированы механизмы частно-государственного партнерства, обеспечивающие взаимодействие государства и биз-

неса в выработке приоритетов и финансировании НИОКР. Как отмечается в Стратегии, радикальное повышение их эффективности должно достигаться за счет перераспределения финансирования с неэффективных направлений на наиболее перспективные прикладные исследования и разработки.

Второй этап запланирован на 2014–2020 годы. За этот период ожидается повышение доли частного финансирования в общем объеме внутренних затрат на исследования и разработки [1]. Предполагается, что инновационное развитие обеспечит дополнительно 0,8 % ежегодного экономического роста и формирование эффективной инновационной системы в стране.

По результатам реализации Стратегии инновационного развития до 2020 года планируется достижение следующих показателей:

- увеличение доли предприятий промышленного производства, осуществляющих технологические инновации, в общем количестве предприятий промышленного производства до 40–50 %;
- увеличение доли экспорта российских высокотехнологичных товаров в общем мировом объеме экспорта высокотехнологичных товаров до 2 %;
- увеличение доли инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции до 25–35 %;
- повышение внутренних затрат на исследования и разработки до 2,5–3 % валового внутреннего продукта.

С учетом сложившихся тенденций технологического развития и рисков российской экономики были определены 3 возможных сценария инновационного развития.

Вариант инерционного (ориентированного на импорт) технологического развития предполагает отсутствие масштабных усилий, нацеленных на инновационное развитие, фокусирование политики в основном

на поддержании макроэкономической стабильности и низких параметров бюджетных расходов на науку, инновации и инвестиции в развитие человеческого капитала. Этот вариант с большой вероятностью приведет к дальнейшему ослаблению национальной инновационной системы и усилению зависимости экономики от иностранных технологий. Такой вариант обрекает Россию на технологическое отставание от ведущих стран Запада, а в перспективе – на проигрыш в конкурентной борьбе новым индустриальным странам и, следовательно, является абсолютно неприемлемым.

Вариант догоняющего развития и локальной технологической конкурентоспособности ориентирован на перевооружение экономики на основе импортных технологий, а также на локальное стимулирование развития российских разработок. Вариант догоняющего развития хорошо известен на примере Японии, Южной Кореи, Малайзии, Сингапура и, безусловно, Китая [2].

Третий вариант предполагает лидерство России в ведущих научно-технических секторах и фундаментальных исследованиях. Данный вариант характеризуется модернизацией отечественного сектора НИ-ОКР и фундаментальной науки, значительным повышением их эффективности, концентрацией усилий на прорывных научно-технологических направлениях. Этот вариант обозначит резкое увеличение спроса на новые научные и инженерные кадры, а также предполагает формирование развитой национальной инновационной системы и восстановление лидирующих позиций Российской фундаментальной науки [3]. Выделение средств на проведение научных исследований

по приоритетным направлениям научно-технического развития будет осуществляться преимущественно на конкурсной основе. В рамках финансовых ограничений предполагается обеспечение стимулирования и поддержки конкурирующих между собой исследовательских коллективов с существенно пересекающимися тематиками исследований.

Стратегия инновационного развития призвана ответить на стоящие перед Россией вызовы в сфере инновационного развития за счет выстраивания четкой системы целей, приоритетов и инструментов государственной инновационной политики. Она опирается на результаты всесторонней оценки инновационного потенциала, долгосрочного научно-технологического прогноза и должна стать ориентиром для разработки концепций и программ социально-экономического развития отдельных секторов экономики и регионов России.

Библиографические ссылки

1. Гражданское общество – будущее России, Стратегия «догоняющего развития» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.frp.ru/news/2011-02-17-308>.
2. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. № 2227-р, 2011 г. 134 с.
3. МЭР разработал три варианта научно-технологического развития России до 2030 [Электронный ресурс]. URL: http://www.polit.ru:8021/news/2013/01/30/jump_niokr_2030.

© Кадач А. А., 2013

УДК 67.02

Ю. А. Карась

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

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ НАНЕСЕНИЯ ИЗНОСОСТОЙКИХ УПРОЧНЯЮЩИХ ПОКРЫТИЙ НА СПЕЦИАЛЬНЫЙ РЕЖУЩИЙ ИНСТРУМЕНТ

Рассмотрена технология нанесения износостойких упрочняющих покрытий на специальный режущий инструмент методом ионноплазменного напыления с целью повышения работоспособности металлообрабатывающего инструмента.

Широкое применение новых конструкционных материалов с повышенными эксплуатационными свойствами зачастую сдерживается их низкой обрабатываемостью, поэтому важной научно-практической задачей является повышение работоспособности металлообрабатывающего инструмента.

Одним из наиболее эффективных путей повышения свойств металлообрабатывающего инструмента является нанесение на рабочие поверхности износостойких покрытий по технологии вакуумной ионно-плазменной конденсации, которая даёт возможность наносить покрытия различного состава на инструмент из быстрорежущих сталей и твёрдых сплавов.

Цели поверхностной обработки материалов и технические направления их достижения в значительной степени зависят от специальных требований, предъявляемых к поверхности деталей. Для снижения массы и трудозатрат детали изготавливаются с минимально допустимыми размерами при максимальном использовании внутренних ресурсов материала. В связи с этим на их поверхностях предусматриваются покрытия со специальными свойствами.

В настоящее время исследованы и применяются различные методы нанесения износостойких упрочняющих покрытий на рабочие поверхности формообразующего инструмента. Например, ионное азотиرو-

вание основы с последующим нанесением покрытия методом КИБ, дополнительная обработка лазерным излучением материалов с покрытием, ионной имплантацией, обработка мощными ионными пучками [2].

Анализируя возможности нанесения износостойких упрочняющих покрытий на рабочие поверхности формообразующего инструмента, следует отметить, что при их конкретном применении необходимо прежде всего учитывать назначение инструмента, условия работы и причины снятия его с эксплуатации. Следует отметить, что при их конкретном применении необходимо, прежде всего, учитывать назначение инструмента, условия работы и причины снятия его с эксплуатации. Наиболее распространенным и универсальным в настоящее время способом нанесения покрытий является метод осаждения вещества из плазмы с ионной бомбардировкой (КИБ), который позволяет наносить упрочняющие покрытия широкой номенклатуры на углеродистые, легированные, быстрорежущие стали и твердые сплавы.

За счет высокой степени ионизации и большой энергии частиц, соударяющихся с подложкой, метод КИБ обеспечивает лучшую адгезию покрытия с основой из инструментального материала, но само покрытие более пористое. Технологический процесс позволяет в едином цикле осуществлять сразу три технологические операции – нагрев, очистку (путем бомбардировки поверхности изделия ионами металла) и нанесение покрытия при достаточно высокой производительности. Технологический процесс легко автоматизируется. В качестве рабочих веществ могут использоваться любые элементы периодической системы Менделеева и их комбинации, что говорит об универсальности метода.

Наиболее выгодно эксплуатировать инструмент с ионноплазменным покрытием при оптимальных скоростях резания, которые на 30–50 % превышают скорость резания инструмента без покрытия. Технология ионноплазменного напыления на специальный режущий инструмент рассмотрена на примере метчиков, предназначенных для нарезания резьбы, производимых и используемых во внутризаводском потреблении на ОАО «Красноярский машиностроительный завод».

В качестве режущих инструментов, на поверхность которых наносятся вакуумные ионноплазменные покрытия, используются твердые сплавы различного назначения. Осаждение покрытий проводится на трёхкатодной плазменной установке. Рассматриваемая установка располагается в цехе № 51. Установка состоит из трех блоков: вакуумной камеры, щитов управления и источника электропитания. В источниках плазмы, различного типа, расположенных на стенках вакуумной камеры формируется поток

плазмы на основе ионов материала катода, источников плазмы и ионов рабочего газа, подаваемого в камеру. Поток направляется на подложки или изделия, расположенные в вакуумной камере на механизме вращения. Ионы потока плазмы ускоряются напряжением от источника питания подложки, приложенным к механизму вращения. Ионы плазмы бомбардируют поверхность подложки. В зависимости от технологических параметров, получается ионное травление поверхности подложки и ее нагрев, образование диффузионного приповерхностного слоя, насыщенного атомами рабочего газа, нанесение покрытия и формирование материалов на поверхности подложки. В результате использования ионноплазменного покрытия происходит изменение в чистоте обрабатываемой поверхности инструмента, уменьшается время нанесения покрытия, и изменяется длительность цикла упрочнения [1].

В условиях промышленного применения проведения модернизации установки по нанесению износостойких и упрочняющих покрытий ионноплазменным методом, в соответствии с перечнем спроектированных и изготовленных деталей и сборочных единиц, включающим разработку технического задания, замену и ремонт десяти узлов и агрегатов, подлежащих усовершенствованию и методологическую оценку. Потребность в финансировании составляет два с половиной миллиона рублей. Источниками финансирования выступают Красноярский краевой фонд поддержки научной и научно-технической деятельности и средства государства. Учитывая характеристику напыленного инструмента в модернизированной установке, можно судить не только о том, как улучшатся характеристики инструмента, но и том, что данное предложение имеет не высокий срок окупаемости, и в ближайшее время на рынке не планируется появление более новой и выгодной технологии.

Таким образом, предлагаемая технология, основанная на методе КИБ, современна, актуальна, применима в условиях мелкосерийного и многономенклатурного производства изделий РКТ. Продукция, полученная по данной технологии, востребована при производстве перспективных изделий РКТ.

Библиографические ссылки

1. Верещака А. С. Работоспособность режущего инструмента с износостойкими покрытиями: учебник. М. : Машиностроение, 1993. 107 с.
2. Перспективные радиационно-пучковые технологии обработки материалов : учебник / В. А. Грибков, Ф. И. Григорьев, Б. А. Калинин, В. Л. Якушин ; под ред. Б. А. Калина. М. : Круглый год, 2005. 528 с.

© Карась Ю. А., 2013

УДК 330.332.54 (571.51)

Е. Е. Карповская
Научный руководитель – О. В. Старова
Сибирский федеральный университет, Красноярск

МЕХАНИЗМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНЕ НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Анализируются инвестиционная привлекательность и аспекты стратегического развития на примере Красноярского края.

Красноярский край – один из самых мощных, экономически развитых регионов России [3, с. 5].

Несмотря на финансово-экономический кризис, который существенно отразился на экономической ситуации в регионах, Красноярский край сохранил за собой лидерство среди территорий СФО и по-прежнему входит в 10 субъектов РФ по объему ВРП. Об устойчивости краевой экономики свидетельствует расширение инвестиционной деятельности. Только за последние 5 лет инвестиции в экономику края в сопоставимых ценах увеличились в 2,2 раза (по России – в 1,9 раза). Для сохранения этой тенденции Правительство края в рамках краевого закона «О государственной поддержке инвестиционной деятельности» планирует продолжить оказание поддержки предприятиям, реализующим на территории края инвестпроекты [3, с. 19].

Лидерство края признают аналитики – в 2010 г. рейтинговое агентство «Эксперт РА» присвоил красноярскому краю 8 место по показателю «инвестиционная привлекательность» среди всех регионов России, а весной 2011 г. «RBKdaily» внес край в 10 самых инновационных регионов страны. В регионе активно используются механизмы государственно-частного партнерства.

В 2011 г., объем привлеченных средств в экономику края составил 280 млрд руб. Добыча природных ресурсов: нефти, газа, угля, леса – на первом месте среди отраслей экономики региона, куда инвестируются средства. На 2 месте – предприятия глубокой переработки. Также инвесторы начали проявлять большой интерес к сфере услуг, сельскохозяйственным проектам, строительству. Усиливается интерес инвесторов к высокотехнологичным проектам с высокой добавленной стоимостью. Лидером по объему инвестиций в 2010 г. стало строительство, на 2 месте – обрабатывающие производства [3, с. 34].

Флагманом государственно-частного партнерства на территории края стал проект «Комплексное развитие Нижнего Приангарья». Министерство регионального развития РФ начало курировать его еще в 2006 г., проект внесен в список приоритетных российских инвестпроектов.

За последние 3 года в инвестиционную деятельность в крае было направлено более 80 млрд руб. государственных средств, как региональных, так и федеральных. Самый долгосрочный и масштабный проект – «Комплексное развитие Красноярской агломерации». По предварительным оценкам, в этот проект в последующие 15–20 лет планируется привлечь более 700 млрд рублей [3, с. 34].

При Правительстве Красноярского края создан *Инвестиционный совет*. В результате принятых им решений в 2010 году были представлены государственные гарантии края на сумму 1,6 млрд руб. Также были предусмотрены средства краевого бюджета на финансирование крупных инвестиционных проектов, среди которых «Комплексное развитие Нижнего Приангарья», «Новалэнд» [3, с. 37].

В 2010 году Красноярский край вошел в *Ассоциацию инновационных регионов России*, которая обеспечивает координацию деятельности различных субъектов РФ.

В части финансовой инфраструктуры поддержки инновационных проектов в крае функционирует краевой венчурный фонд, управляемый компанией «Тройка Диалог», с объемом 90 млн руб. [3, с. 38].

В рамках целевой краевой программы «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства» осуществляется поддержка инновационных проектов по двум основным направлениям: субсидирование расходов на коммерциализацию разработок; субсидирование капитальных расходов [3, с. 38].

В рамках взаимодействия с Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере в 2010 году по программе «Развитие» были поддержаны 2 крупных проекта – в сфере биотехнологий и информатизации – объемом 17,4 млн руб.

Красноярский край стал базовой площадкой для создания технологической платформы «Национальная информационная спутниковая система» (с участием в качестве ключевых субъектов ОАО «ИСС», ОАО «Красмаш», СибГАУ). Ведется работа по созданию региональных технологических платформ.

В регионе формируется система по отбору инновационных проектов, запланирована серьезная бюджетная поддержка инновационной деятельности. Число занятых на инновационных предприятиях Красноярского края к 2015 году составит 14 тыс. чел.

В Красноярском крае реализуется проект «Красноярский технопарк».

Портфель инвестиционных проектов Красноярского края на сегодняшний день состоит более чем из 130 проектов. Их общая инвестиционная емкость – около 3 трлн руб. Реализация этих инвестиционных проектов позволит Красноярскому краю развить новые производства, в том числе наукоемкие, инновационные, обеспечить развитие смежных производств, даст толчок среднему и малому предпринимательству. Также реализация инвестпроектов обеспечит дальнейшее освоение минерально-сырьевой базы Красноярского края [3, с. 41].

К 2015 году планируется достичь следующих эффектов в экономике Красноярского края от реализации инвестиционных проектов: создать более 25 000 рабочих мест, обеспечить дополнительные налоговые поступления в бюджет Красноярского края в размере около 20 млрд руб. [3, с. 41].

В Железногорске принято решение создать научно-производственный центр федерального масштаба. Тем самым, город укрепил свои позиции в космической и ядерной отраслях.

В крае действуют такие меры поддержки инвесторов, как государственные гарантии Красноярского края, предоставление субсидий на возмещение части затрат по уплате процентных ставок по инвестиционным кредитам, различные налоговые льготы. Все эти механизмы не только дают возможность для развития

производств на территории края, но и создают условия по увеличению налоговых поступлений в краевой бюджет [2, с. 28].

Библиографические ссылки

1. Золик М. Попадание в десятку // *Российская газета*. 2013. № 31 (6007). 16 с.
2. Мельников С. Три вопроса для региона // *Эксперт Сибирь*. 2013. № 6 (362). 32 с.
3. Правительство Красноярского края. Красноярский край. Территория развития. 2011–2012 // *Правительство Красноярского края* (www.krskstate.ru). Красноярск, 2012. 61 с.

© Карповская Е. Е., 2013

УДК 658.3.07

М. Б. Конева

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

КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

В связи с дефицитом молодых кадров оборонно-промышленного комплекса России правительство проводит активную работу, направленную на повышение 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. Перед ОПК поставлена задача обеспечения национальной безопасности и обороноспособности страны, обеспечения технического уровня, качества и конкурентоспособности военной и гражданской продукции

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.

К настоящему времени произошло значительное сокращение количественного и качественного состава работников в отраслевых организациях, что в отсутствии возможности их восполнения на рынке труда привело к кадровому дефициту.

Смутное время 90-х – 2000-х годов привело к тому, что сейчас специалисты среднего звена в возрасте 35–45 лет стали самым большим дефицитом отечественной военной промышленности. Молодые специалисты не задерживаются на предприятиях оборонки, используя их лишь как трамплин, позволяющий набрать нужный опыт и связи для поиска более перспективной работы по специальности [1].

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 2012 учебном году достиг 40 % [2].

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.

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 закреплению кадров, разработка государственных образовательных стандартов профессионального образования по направлениям подготовки (специальностям) и профессиям, по которым готовятся кадры для оборонно-промышленного комплекса.

Наряду с усилением работы вузов по профориентации школьников, необходимо активное и непосредственное участие представителей работодателей – корпораций, организаций и бизнеса. 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.

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.

Библиографические ссылки

1. Крамник И. ОПК переживает кризис среднего возраста // *Голос России*. 2012. [Электронный ресурс]. URL: http://rus.ruvr.ru/2012_05_02/73566196/.

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

© Конева М. Б., 2013

УДК 338.45

М. А. Котолкян

Научный руководитель – Г. И. Латышенко

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

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ ФГБОУ ВПО «СибГАУ ИМЕНИ АКАДЕМИКА М. Ф. РЕШЕТНЕВА»

Энергосбережение является актуальным и необходимым условием нормального функционирования Университета, так как повышение эффективности использования энергетических ресурсов (ЭР), при непрерывном росте цен на энергоресурсы и соответственно росте стоимости позволяет добиться экономии, как ЭР, так и финансовых средств.

Решению проблемы повышения энергетической эффективности в государственных учреждениях в последнее время уделяется много внимания. Однако, несмотря на большую актуальность данной проблемы в образовательных учреждениях, она решается очень медленно [3].

Анализ функционирования СибГАУ показывает, что основные потери ЭР наблюдаются при неэффективном использовании, распределении и потреблении тепловой, электрической энергии и воды. Нерациональное использование приводит к потере до 20 % тепловой энергии, до 15 % электрической энергии и 15–20 % воды. Соответственно это отражается на необходимости увеличения бюджетного финансирования Университета; приводит к росту «финансовой нагрузки» на бюджет; к ухудшению экологической обстановки в регионе.

Программа энергосбережения СибГАУ должна обеспечить снижение потребления всех видов энергетических ресурсов и перехода на экономичное и рациональное их расходование во всех структурных подразделениях университета [2]. Наряду с экономией от мероприятий по энергосбережению появляются дополнительные средства для развития коммунальной инфраструктуры, решается экологическая проблема.

Разработанная в ходе проведенного исследования Программа энергосбережения ФГБОУ ВПО «СибГАУ» предусматривает: систему отслеживания потребления энергоресурсов и совершенствование энергетического баланса; организацию учета и контроля рационального использования энергоресурсов; организацию энергетических обследований для выявления нерационального использования энергоресурсов; разработку и реализацию энергосберегающих мероприя-

тий. Программа энергосбережения СибГАУ позволит обеспечить повышение энергоэффективности, что приведет к минимизации затрат на энергоресурсы. В результате реализации программы предполагается достигнуть суммарной экономии энергоресурсов к концу 2015 года на 21 %.

Основные мероприятия, предлагаемые к внедрению в СибГАУ в рамках реализации программы, которая рассчитана на период с 2012 по 2015 гг., были разделены на 3 группы [4].

К без затратным мероприятиям относятся: контроль освещения коридоров, лестничных клеток (своевременное выключение освещения в светлое время суток); выключение техники, находящейся в режиме ожидания в течение рабочего дня, бытовых приборов на выходные и праздничные дни; обеспечение качественной работы по промывке систем отопления; контроль водопотребления. Данные мероприятия предлагается внедрять во всех подразделениях СибГАУ (включая общежития, Дворец водного спорта, учебные корпуса и др.). Это позволит снизить потребление ЭР, положительный эффект будет получен сразу после внедрения мероприятий. При реализации без затратных мероприятий общая экономия составит 1 956,92 тыс. руб. в год, из которых наибольшая экономия (644,37 тыс. руб.) достигается за счет обеспечения качественной работы по промывке систем отопления.

К мало затратным и средне затратным относятся следующие мероприятия: установка термостатических радиаторных вентилей в учебном корпусе «Н»; установка автоматической системы регулирования

температуры и подачи воды на душевые во Дворце водного спорта; замена осветительных установок на энергоэффективные в учебном корпусе «С». Данные мероприятия дадут экономию в размере 927,47 тыс. руб. в год. Большая экономия 511,77 тыс. руб. возникает при замене ламп накаливания на энергосберегающие в учебном корпусе «С».

К крупно затратным мероприятиям относятся: установка индивидуальных тепловых пунктов (ИТП) в учебных корпусах «А», «Н» и «С»; замена деревянных окон на окна с повышенной герметичностью в общежитиях. Это позволит получить экономию 4 929,92 тыс. руб. от существующих в настоящее время затрат на энергоресурсы.

В результате реализации программы энергосбережения СибГАУ, достигается следующая общая эконо-

номия энергоресурсов, представленная в таблице.

Внедрив предлагаемые мероприятия, Университет сможет сэкономить до 7 814,31 тыс. руб. за год. В связи с этим, снижение общего потребления энергоресурсов составит 21 %. Таким образом, данные показатели соответствуют требованиям по обязательному снижению общего потребления энергетических ресурсов на 3 %, предусмотренным Федеральным законом № 261-ФЗ от 23.11.2009 г. [1].

Руководство СибГАУ вправе потратить полученную денежную экономию от внедрения энергосберегающих мероприятий на увеличение заработной платы сотрудникам, укрепление материально-технической базы, заключение энергосервисных контрактов и расчеты по ним, а также на разработку и внедрение других мероприятий по энергосбережению.

Экономия энергоресурсов после внедрения Программы энергосбережения

Энергоресурс	Потребление энергии				Экономия	
	до внедрения мероприятий		после внедрения мероприятий			
	натур. ед.	тыс. руб.	натур. ед.	тыс. руб.	натур. ед.	тыс. руб.
Электроэнергия, тыс. кВт*ч	4 316,60	10 187,17	3 927,08	9 267,91	389,52	919,26
Тепловая энергия, тыс. Гкал	99,38	21 126,73	90,26	15 448,38	9,12	5 678,35
Водопотребление, тыс. м³	650,78	6 033,74	519,76	4 817,04	131,02	1 216,70
Всего		37 347,64		29 533,33		7 814,31

Библиографические ссылки

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

2. Методические материалы по вопросам энергосбережения (для бюджетных учреждений), Министерство промышленности и энергетики Красноярского края.

3. Министерство энергетики Российской Федерации: Бюджетное энергосбережение [Электронный ресурс]. URL: <http://www.minenergo.gov.ru/press/doklady>.

4. Данилов, Н. И. Основы энергосбережения : учеб. пособие для студентов / Н. И. Данилов, Я. М. Щелоков. М. : ГОУ ВПО УГТУ УПИ, 2006. 569 с.

© Котолкян М. А., 2013

УДК 658.075

А. А. Кошина

Научный руководитель – О. В. Гостева

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

ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННЫХ ТЕОРИЙ МЕНЕДЖМЕНТА

Изучен социальный тип управления, управление организацией с позиции управления человеческими ресурсами. Обозначены наиболее важные факторы, влияющие на поведение работника, в соответствии с этим, определены основные механизмы управления.

Теория управления входит в систему наук об организации и тесно связана с теорией организации. Теория управления изучает субъекты и объекты управления, стимулирование и мотивацию, принятие и реализацию решений, подготовку руководителей, линейное и функциональное руководство. Согласно данной теории управление можно рассмотреть как процесс, который функционирует, переходя из одной системы в другую, изменяя состояние [1].

Теория управления рассматривает социальный тип управления – это непрерывный процесс воздействия на объект управления (личность, коллектив, предприятие, отрасль, государство) для достижения оптимальных результатов при наименьших затратах времени и ресурсов.

Управление организацией предполагает управление системами и тесно связано с управлением человеческими ресурсами. Совместная деятельность объек-

тов управления согласуется такими механизмами, как власть, планирование, контроль. Так как каждый человек имеет свою индивидуальность, особый характер, психологические качества, то его действия сложно предсказать. Следовательно, процесс управления включает в себя необходимость изучения человека в теории управления и его психологические проблемы. Кроме этого, теория управления включает в себя социологию управления, экономику управления, философию управления, психологию управления, политику как искусство управления государством, менеджмент как науку и искусство управления организацией.

В современной науке управления выделяют два уровня знания, первый из которых представлен общими теориями социального управления, а второй – прикладными теориями организации и управления, обеспечивающими базу для практических рекомендаций по рационализации труда и совершенствованию управления [2].

Общеизвестно, что на поведение человека влияет ряд факторов, таких как: восприятие им окружающего мира, что может вызвать: принятие, отторжение, игнорирование, уход от действительности, «поведение страуса» и пр. Как считают специалисты, чтобы понять индивидуальное поведение человека, нужно «вычлесть» из него восприятие.

Восприятие влияет на поведение личности не непосредственно, а, преломляясь через расположение (эмоциональные оценки), ценности (стандарты, критерии, с которыми сравниваются и с помощью которых оцениваются как собственные решения и поступки, так и действия других), верования (устойчивое внутреннее расположение человека к другим субъектам или явлениям, основанное на их высокой индивидуальной оценке), принципы (отдельные правила поведения, которых придерживается индивид), уровень притязаний (степень трудности целей, к которым стремится индивид) и проч.

На поведение работников так же влияют внешние факторы, такие как: круг общения, роль и статус индивида. В целом выделяют три типа поведения людей в организации: независимый (ориентация на руково-

дство или лидерство), нейтральный и зависимый (предполагающий подчинение) [3].

В отличие от формальной организации, являющейся по сути абстрактным отображением системы разнообразных отношений, неформальная организация динамична и включает в себя все сети коммуникации. Успех неформальной системы коммуникации определяется общностью взглядов и целей ее участников.

Поэтому роль руководителя заключается не столько в координации работ, сколько в обеспечении функционирования системы в целом.

В соответствии с этим, можно выделить следующие механизмы управления: социально-психологические (опираются на убеждение, морально стимулирование, сознательность, держатся на обычаях и традиционных ценностях общества), экономические (основаны на использовании материальных интересов, комплекс взаимосвязанных экономических мер, направленных на достижение конкретного результата), организационно-административные методы (основаны на приказах, распоряжениях, законах и других нормативно-правовых документах и опираются на возможность применения силы).

Каждый субъект (человек) несёт в себе индивидуальное чувство меры и должен знать, приступая к управлению любого уровня, качественные характеристики своей индивидуальной психики, чтобы привести управляемый им объект (а зачастую и себя) к нужному результату.

Библиографические ссылки

1. *Теория управления : учебник / под общ. ред. А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухина. М. : Новое издание, 2007.*
2. *Виханский О. С, Наумов А. И. Менеджмент : учебник. 4-е изд, перераб. и доп. М. : Новое издание, 2006.*
3. *Кнорринг В. И. Теория, практика и искусство управления : учебник для вузов. М. : Экономика и управление, 2008.*

© Кошина А. А., 2013

УДК 336.64

А. О. Кудряшова, А. Ю. Карпова
Научный руководитель – Г. А. Карачёва
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Вступление Российской Федерации в период рыночных преобразований в начале 1990-х гг. сделало особо актуальной проблему финансирования оборонно-промышленного комплекса (ОПК), который будучи наименее ориентированным на запросы рынка, без государственной поддержки подвергся разрушению и существенному сокращению.

В настоящее время Россия является одним из лидеров в сфере продаж оружия и специального оборудования. Все остальные страны продают вооружение в разы меньше, хотя являются лидерами с точки зрения высоких технологий, которые достаточно активно применяются в сфере производства вооружений. Деятель-

ность предприятий в условиях рыночных отношений предполагает функционирование и расширение производства на базе собственных финансовых источников накопления. С началом рыночных реформ в государственной инвестиционной политике идет снижение объемов и доли бюджетного финансирования капитальных

вложений. Это снижение должно компенсироваться инвестициями непосредственных производителей за счет их возрастающих финансовых накоплений. Нарушение соотношений стоимостных пропорций и номенклатуры заказываемых работ и изделий привели к тому, что объем производимой военной продукции существенно превышал объем, соответствующий асигнованиям из бюджета на эти цели.

Предприятия были поставлены в финансовый тупик: с одной стороны, запасы товарно-материальных ценностей, которые в силу своей специфичности не могли быть использованы в гражданском производстве, с другой – огромное незавершенное производство, доведение которого до готовой продукции в силу ненужности последней не имело экономического смысла. Сегодня сокращение предприятий ОПК осуществляется за счет создания интегрированных структур [2]. Их сегодня уже более шестидесяти, а через 2–3 года Россия выйдет на цифру около восьмидесяти интегрированных компаний в ОПК. Более того, сегодняшние темпы роста объема гособоронзаказа зачастую ставят отечественную оборонную промышленность в затруднительное положение. Те предприятия, которые уже настолько устарели, сегодня не смогут выполнить задачи по производству новой техники. Таким образом, предприятия оборонного комплекса оказались неспособными осуществлять финансирование своего производства.

В целях развития оборонно-промышленного комплекса до 2020 года разработана программа, имеющая ярко выраженный инвестиционный характер. Бюджетные средства направляются, прежде всего, на строительство и реконструкцию производственных мощностей, обеспечивающих приоритетное развитие сил ядерного сдерживания, средств военно-космической обороны, систем связи, современной транспортной авиации, высокоточного оружия, систем индивидуальной защиты военнослужащих, сил и средств военно-морского флота. Только в 2012 году за счет средств федерального бюджета реализовывалось около 600 проектов, было введено в эксплуатацию 43 объекта на 37 предприятиях [3].

С целью усиления роли интегрированных структур и ответственности при управлении затратами на модернизацию ОПК, принято решение о финансировании мероприятий через их головные организации. Особенностью функционирования ОПК является государственный заказ на разработку и производство вооружения и военной техники, а также товаров народного хозяйственного назначения, производимых на предприятиях оборонного комплекса. Из-за недофинансирования нереализованными оказались конверсионные мероприятия, призванные стабилизировать положение в оборонном комплексе.

Большую роль в финансировании предприятий ОПК приобретает бюджетирование, предназначенное для установления жесткого текущего и оперативного контроля за поступлением и расходованием средств, создания реальных условий для выработки эффективной финансовой стратегии предприятий и сквозной системы их бюджетов. Бюджет должен отражать возможные риски реализации инновационного проекта,

которые означают вероятность недополучения положительного результата (дохода) или получения отрицательного результата (убытков).

Банковские кредиты, когда-то не слишком популярные из-за высоких ставок и достаточно коротких сроков, стали универсальным и без ограничений пригодным для всех категорий оборонных предприятий. Появились кредитные организации, обладающие колоссальным опытом взаимодействия и сотрудничества со стратегически важными заводами, принадлежащими, в том числе сфере ОПК и отрасли научных разработок. В практику сотрудничества между ОПК и коммерческими банками входит заключение различного рода соглашений и договоров, основной целью которых является разработка и внедрение новых механизмов привлечения кредитных и инвестиционных ресурсов для реализации военно-технических и конверсионных проектов. Кроме того, реализация основных целей инвестиционной деятельности в оборонном комплексе определяется в привлечении внебюджетных инвестиций на основе кредитов коммерческих структур международных финансовых институтов и кредитных линий по межгосударственным соглашениям.

На основе анализа источников зарубежных инвестиций, а также в целях стимулирования их притока в ОПК предполагалось создать региональные фонды с привлечением иностранных инвесторов, разработать положения о гарантиях администрации регионов, привлекающих иностранных инвестиций, разработать нормативно-методические документы по разработке и реализации региональных программ, выполнение которых предполагает привлечение иностранных инвесторов [1]. С целью поиска потенциальных инвесторов организуются постоянно действующие выставки ориентированной на экспорт гражданской продукции с участием предприятий оборонного комплекса. Традиционным стало участие России в международных выставках вооружения и военной техники, на которых продукция отечественного оборонного комплекса занимает достойное место среди зарубежных аналогов. Однако остается одна важная проблема – стратегическая важность и частичная секретность многих проектов, что нередко создает серьезные преграды на пути зарубежного капитала. Результаты исследования проблем финансирования позволяют комплексно и системно совершенствовать механизмы финансового обеспечения оборонно-промышленного комплекса.

Библиографические ссылки

1. Малков Б. К. Основные направления реформирования ОПК России // *Социально-экономические приоритеты развития России*. М. : МЭФИ. 2012.
2. Попович Л. Г. Интегрированное управление финансово-хозяйственной деятельностью наукоемких предприятий оборонно-промышленного комплекса: концепция, методы, модели // *Аудит и финансовый анализ*. 2010. № 3.
3. *Российская экономика в 2012 году. Тенденции и перспективы*. Вып. 10. М. : ИЭПП, 2013.

© Кудряшова А. О., Карпова А. Ю., 2013

УДК 330 (075.8)

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

СКОЛКОВО КАК ВНУТРЕННИЙ ОФФШОР

Рассматриваются налоговые льготы инновационного центра «Сколково»; отмена НДС, налога на имущество и снятие обязательств ведения бухучета дает возможность превращения иннограда в некую зону оффшора.

Условия работы оффшорных компаний в последние годы привлекают к себе все большее количество участников. В настоящее время около половины объема миграции международного капитала в той или иной форме проходит через оффшорные компании. Список стран, законодательство которых предусматривает создание оффшорных зон, не является раз и навсегда установленным. Тем не менее, можно выделить стабильно действующие и устойчивые оффшорные зоны, общеизвестные в сфере мирового бизнеса. К ним, в частности, относятся Антильские острова, Багамы, Виргинские острова (Брит.), Гибралтар, Гонконг, Каймановы острова, Панама, Ирландия, Либерея, Швейцария.

Россия решила не отставать от других стран и создать на своей территории оффшорную зону. Госдума приняла в третьем, окончательном, чтении законопроект «Об инновационном центре «Сколково», а также блок поправок к отдельным законам, связанных с созданием инновационного центра. Этот закон и поправки являются беспрецедентными для России. Фактически на территории страны создаётся... Ватикан, государство в государстве.

Эксперты опасаются, что главный Наукоград страны превратится в очередной оффшор, где «прописку» получают компании, не имеющие отношения к инновациям. Строительство в Подмоскovie инновационного центра «Сколково» – один из самых противоречивых проектов современности. Сторонники иннограда обещают, что уже через несколько лет он превратится в российский аналог калифорнийской Кремниевой долины. Противники уверены, что его основная цель – создание оффшорной зоны для приближенных к правительству компаний, и ничего общего с инновациями проект не имеет.

По документам, резиденты «Сколково» получат целый ряд беспрецедентных налоговых льгот, которые будут действовать в течение первых 10 лет с момента их регистрации в иннограде. Прежде всего, резидентов «Сколково» освободят от НДС и платежей в фонды социального и обязательного медицинского страхования. В Пенсионный фонд они будут перечислять не 26 %, как остальные налогоплательщики, а 14 % [1]. Кроме того, компании будут освобождены от налога на используемое в исследовательской деятельности имущество. Управлять проектом «Сколково» будет специально созданная управляющая компания (УК), в собственность которой перейдут соответствующие земельные участки и значительная часть расположенных на них объектов. Данную УК освободят

от уплаты земельного налога и налога на имущество организаций. Ну и дополняет пакет стимулирующих льгот право резидентов на получение субсидий и на возмещение затрат по уплате таможенных пошлин, по сути дела, Сколково будет представлять собой мощный оффшор.

И вдруг, как гром среди ясного неба – Путин наложил вето на законопроект. Вдумайтесь! Президент отклонил законопроект, который прошел все чтения в Госдуме и утверждение в Совете Федерации! Обычно на этой стадии подпись президента уже чистая формальность. Вот с этого-то момента мы и заинтересовались – что ж там такого, в этом законе?

Столь масштабных льгот не удавалось добиться никому. Но самое интересное, что все эти «блага» до 2014 года будут распространяться не только на резидентов, физически расположенных в «Сколково», но и на тех, кто там лишь регистрируется, – само предприятие или организация при этом могут находиться в любой точке страны [2]. И вот этот пункт закона открывает настоящий Клондайк для коррупционеров. Управляющая компания по принятии поправок превращалась в «удельное княжество Сколково», имеющее возможность игнорировать все виды российского законодательства, от налогового до строительного. Да еще и выдавать «оффшорные ярлыки» на свое усмотрение, без отчета и за государственный счет. И если государство не введет четких и понятных критериев по отбору резидентов, то проект просто превратится в налоговый рай, а наука так и останется на прежнем уровне развития.

В мире есть немало оффшорных зон с хорошей инфраструктурой. От Британских Виргинских островов до Вануату. Только ни одна из них не является научно-технологическим раем и не претендует ни на что подобное. Потому что главная функция оффшорных территорий – это вовсе не развитие науки и техники, а обеспечение различных эффективных схем уклонения от налогов. А также: аккумулялирование средств, выведенных корпорациями и частными лицами из-под традиционного налогообложения. Поэтому есть все основания полагать, что и инноград «Сколково» будет использован по своему каноническому оффшорному назначению. Например, для беспошлинного ввоза иностранных (по отношению к России) девайсов и гаджетов. И других аналогичных операций.

И главная задача всевозможных проектов типа «Сколково» – это не модернизация (в ее классическом словарном понимании) и даже не национальная инно-

ватизация, а банальный импорт технологий [3]. С сопутствующими финансовыми явлениями. Именуемыми в просторечии «распилом» и «откатом».

Если этого не избежать, то нужно сделать в «Сколково» оффшорную зону, но чтобы все венчурные фонды, инвестирующие в хайтек в РФ, регистрировались там, а не на Багамах или других островах. Тогда из «Сколково» получится финансовый центр, инвестирующий в новую экономику.

В целом эксперты считают, что у «Сколково» крайне мало шансов повторить успех американской Силиконовой долины, но все же они есть. По предварительным данным, интерес к вложению средств в проект проявили такие компании, как Microsoft, Intel и Cisco. Корпорация «Боинг» уже сейчас готова частично отдавать заказы на строительство самолетов в «Сколково».

Если наукоград заработает в полную силу и будет развиваться по той концепции, которую изначально выбрали устроители, все затраты на него окупятся хотя бы из-за того, что на конечный продукт (технологии) всегда найдутся покупатели. А вот на вопрос,

окупится ли этот проект и не превратится ли он в respectable жилой район или оффшор, ответит время.

Библиографические ссылки

1. Об инновационном центре «Сколково» : федер. закон от 28.09. 2010 244-ФЗ : принят Гос. Думой 21 сентября 2010 г.: одобрен Советом Федерации 22 сентября 2010 года. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант» (дата обращения: 05.04.2013).
2. Аммосов Ю., Инновации: Сколковская мышеловка [Электронный ресурс] // Ведомости. 2010. № 72 (2590). URL: <http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/2010/04/22/...> (дата обращения: 05.04.2013).
3. Левинский А. Простой вопрос про Инноград [Электронный ресурс]. URL: <http://www.courier-edu.ru/cour1005/6600.htm> (дата обращения: 05.04.2013).

© Левина Е. В., 2013

УДК 001.895

А. А. Луцай

Научный руководитель – А. В. Агалакова

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

МЕХАНИЗМ ТРАНСФЕРА НАУКОЕМКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

Рассмотрены основные этапы механизма трансфера и коммерциализации наукоемких технологий, основные вопросы и задачи возникающие в ходе трансфера наукоемких технологий, способы продвижения проектов технологий.

Динамичное развитие мировой экономики, все большая глобализация протекающих в ней процессов диктуют необходимость дальнейшего углубления анализа места и роли передачи технологий как самостоятельного направления исследований.

Процесс трансфера и коммерциализации разработок включает в себя пять шагов (этапов), начиная с анализа и оценки имеющейся технологии. При этом последовательно происходит трансформация научно-технических разработок сначала в перспективные для коммерциализации разработки, затем в технологический пакет для маркетинга и продвижения на инновационный рынок. В завершение после определения конкретных потенциальных покупателей технологии и выявления их специфических требований проводится, как правило, доработка (адаптация) исходного технологического пакета в соответствии с требованиями конкретного покупателя и получение, наконец, товара для реализации – технологического пакета, предназначенного этому покупателю. И затем происходит собственно сам процесс «купли-продажи»

На первом шаге на основе исходной самой общей бизнес-идеи определяются перспективные направления коммерциализации имеющейся технологии, определяются конкретные разработки, которые могут быть

предложены на рынке, дается предварительная оценка потребностей. На этом этапе закладывается фундамент, на котором возможны самые различные построения схем коммерциализации. Именно на этом этапе рождаются первые инициативные инновационные предложения клиентам – покупателям новых технологий (продукции, услуг), а также при необходимости – партнерам по их коммерциализации.

Второй шаг – этап превращения научно-технической разработки в объект продажи на инновационном рынке. Этот этап предусматривает создание технологического пакета, который выступает в качестве товара на рынке технологий. На этом этапе требуется поддержка и привлечение самых различных специалистов для помощи в выявлении, оценке и охране интеллектуальной собственности, для проведения маркетингового исследования и разработки бизнес-плана, а также необходимых испытаний и получения сертификатов. На этом этапе осуществляется уточнение инновационных предложений и формирование на их основе коммерческих предложений.

Продвижение разработок на рынок составляет третий шаг – поиск конкретных покупателей новых разработок.

Решающим является четвертый шаг – этап адаптации (доработки) исходного технологического пакета

к требованиям конкретного потенциального покупателя.

Завершающим шагом является этап реализации разработки на рынке – этап коммерциализации научно-технической разработки, связанный с непосредственным получением коммерческого эффекта. Это может быть продажа патента или лицензии, создание совместного предприятия, совместное продолжение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, вхождение в действующее предприятие с интеллектуальной собственностью.

В ходе коммерциализации технологий доход может быть получен:

- от любых коммерческих соглашений, связанных с эксплуатацией технологий, включая трансфер технологий;
- от выполнения исследовательских работ по доведению технологии до уровня рыночного применения;
- от продаж лицензий на использование технологий третьим лицам;
- от создания разработчиками стартап компаний или совместных предприятий со стратегическими партнерами для собственного производства продукции/услуг с применением разработанных технологий.

Под продвижением проектов коммерциализации технологий подразумевается именно «упаковка» технологий и поиск партнеров, финансовых и других ресурсов для продажи технологии в различных формах или создания предприятия для ее совместной эксплуатации.

Для повышения шансов осуществить коммерциализацию технологии необходимо продвинуть ее по инновационному циклу как можно ближе к промышленной технологии перед тем, как представлять ее на рынке венчурного капитала. Чем в большей степени технология готова к промышленному применению, тем дороже она стоит. Поэтому на первых этапах коммерциализации технологий целесообразно привлечь стратегических партнеров и инвестиционные ресурсы как российских, так и международных государственных и частных фондов на осуществление НИОКР в виде грантов и программ финансирования инновационной деятельности с целью продвижения проектов коммерциализации технологий до их реализации.

Другим вариантом продвижения проектов коммерциализации технологий на ранних стадиях развития является создание с зарубежным партнером совместного предприятия. Тогда в ходе продвижения проектов коммерциализации технологий осуществляется поиск партнеров с помощью инфраструктуры трансфера технологий, на основе личных контактов, размещения и поиска информации в Интернете, участия в выставках, венчурных ярмарках и пр. публичных мероприятиях.

Чаще всего одной из ключевых целей продвижения технологий является нахождение стратегического партнера или инвестора, готового стать совладельцем инновационного бизнеса. Партнерство со стратегическим партнером/инвестором могут принести владельцу технологии следующие выгоды:

- финансовые ресурсы для коммерциализации технологии.
- услуги по высококвалифицированному менеджменту и проведение проекта по всему циклу коммерциализации технологий.
- сведения о рынке и отрасли, где может быть осуществлена коммерциализация технологий.
- Доступ к каналам сбыта на иностранных рынках.
- Признание рынком торговой марки инвестора и его репутации.
- Потенциальная экономия за счет роста масштабов производства (эффект масштаба) при снабжении, производстве и сбыте.
- Уникальное оборудование.
- Обучение и доступ к опытным профессионалам.

Таким образом, разработчики или инновационная компания должны четко понимать, что они требуют от инвестора и/или стратегического партнера.

Продвижение инновационного проекта как правило начинается с определения готовности владельцев инновационной компании работать с теми или иными инвесторами или стратегическими партнерами в той или иной форме [1]. С этой целью проводится исследование по определению уровня готовности проекта к продвижению. Кроме этого, определяются, какие результаты научно-исследовательских работ имеют потенциал для коммерциализации. Для чего следует определить:

- Какую инновационную предпринимательскую деятельность можно создать на основе разработанной технологии?
- Как минимум три полезных качества инновационной продукции/услуг, получаемых с применением инновационной технологии и отличающие их от других видов продукции/услуг, имеющих на рынке.
- Сфера применения продукции/услуги, создаваемые с применением инновационной технологии.
- Целевые потребители инновационной технологии.
- Ключевые отличия и преимущества инновационной технологии от технологий конкурентов.

Также в ходе первоначальной подготовки технологии к продвижению необходимо определиться с желаемым конечным результатом продвигаемого инновационного проекта:

- продажа технологии;
- продажа лицензии на использование технологии;
- создание инновационного предприятия с целью коммерческой эксплуатации разработанной технологии.

Далее имеются два возможных сценария осуществления продвижения технологии:

- Поиск стратегического партнера.
- Поиск венчурного инвестора.

Главное отличие стратегического партнера от венчурного инвестора состоит в том, что стратегический инвестор, хочет получить от применения новой технологии не только экономический эффект (как венчурный инвестор), но и, благодаря синергизму инновационной технологии (разработчик) и знания рын-

ка/индустрии (стратегический партнер), приобрести для себя новые рыночные преимущества (расширение доли рынка, выход на международные рынки, снижение себестоимости, новый источник более качественного и/или более дешевого сырья и др.).

Стратегический партнер и венчурный инвестор принципиально различаются и с точки зрения организационно-правовой формы трансфера технологии. Если венчурный инвестор применяет только одну форму – прямые инвестиции в акционерный капитал инновационной компании и приобретение тем самым доли в бизнесе, то стратегический партнер может прибегать к более разнообразным формам сотрудничества в рамках трансфера технологий (инвестиции, совместное предприятие, лицензионное соглашение, соглашение о субподрядных работах и/или совместном выполнении контрактов, коммерческое соглашение с техническим содействием, техническая кооперация).

Определив участников процесса коммерциализации технологий, «упаковав» технологию в соответствии с требованиями этих участников, можно переходить непосредственно к процессу поиска инвесторов и стратегических партнеров.

Основными способами продвижения проектов коммерциализации технологии являются [1]:

- Вертикальный и горизонтальные методы продвижения проектов коммерциализации технологий.
- Продвижение проектов коммерциализации технологий с применением Интернет – инструментов.
- Продвижение проектов коммерциализации технологий с использованием услуг сетей трансфера технологий и сетей инновационных центров.
- Продвижение проектов коммерциализации технологий с использованием услуг бизнес-инкубаторов.
- Продвижение проектов коммерциализации технологий на венчурных ярмарках, выставках.
- Продвижение проектов коммерциализации технологий на технологических брокерских событиях.

При вертикальном продвижении проектов коммерциализации технологий весь инновационный цикл сосредоточивается в одной организации с передачей результатов, достигнутых на отдельных стадиях научно-исследовательской деятельности от подразделения к подразделению. Это так называемая внутрифирменная коммерциализация технологий.

Горизонтальный метод продвижения технологий – это метод партнерства и кооперации, при котором ведущее предприятие является организатором инноваций, а функции по созданию и продвижению инновационной технологии распределены между другими участниками коммерциализации технологий к примеру могут быть переданы центрам коммерциализации технологий.

В Интернете можно не только искать информацию о возможных партнерах и инвесторах, так и выставлять информацию о продвигаемом проекте коммерциализации технологий. При этом можно пользоваться традиционными инструментами, такими как web-сайт, электронная почта, поисковые системы, так и специфическими, такими как сети трансфера технологий

В Европейском Союзе в течение ряда последних лет был разработан и успешно внедрены механизмы

активного продвижения проектов транснационального трансфера технологий посредством поиска партнеров для инициализации инновационных проектов в ходе технологических брокерских событий. Технологическое брокерское событие – это серия предварительно организованных в одном месте встреч между теми компаниями, которые предлагают новые технологии, и теми компаниями, которые ведут поиск новых технологий.

Для западных инвесторов привычным инструментом ознакомления с проектами являются инвестиционные меморандумы. Поэтому потенциальным инвесторам или стратегическим партнерам обычно рассылается именно инвестиционный меморандум, а не бизнес-план.

В настоящее время в России и за рубежом активно работает ряд сетей трансфера технологий, как национальных, так и международных, объединяющих центры коммерциализации, венчурных инвесторов, бизнес – ангелов и консультантов.

Подводя итог всему вышесказанному можно выделить следующие ключевые моменты в механизме трансфера наукоемких технологий.

Процесс трансфера и коммерциализации разработок включает в себя пять основных шагов: определение перспективных направлений коммерциализации, имеющейся технологии, превращение научно-технической разработки в объект продажи на инновационном рынке, продвижение разработок на рынок, адаптация (доработки) исходного технологического пакета к требованиям конкретного потенциального и непосредственно реализация реализации разработки на рынке.

Продвижение инновационного проекта начинается с определения уровня готовности проекта к продвижению, результатов научно-исследовательских работ имеющих потенциал для коммерциализации, конечной цели продвигаемого инновационного проекта: продажа технологии, продажа лицензии на использование технологии или создание инновационного предприятия с целью коммерческой эксплуатации разработанной технологии.

Затем осуществляется поиск инвестора, потенциальными инвесторами могут выступать стратегические партнеры, либо венчурный инвестор.

Основными способами продвижения проектов коммерциализации технологии являются:

- Вертикальный и горизонтальные методы продвижения
- Продвижение с применением интернет-инструментов.
- Продвижение с использованием услуг сетей трансфера технологий и сетей инновационных центров.
- Продвижение с использованием услуг бизнес-инкубаторов.
- Продвижение на венчурных ярмарках, выставках.
- Продвижение на технологических брокерских событиях.

Завершающим этапом механизма трансфера технологий является коммерциализация научно-технической разработки. Данный этап связан с непосред-

венным получением коммерческого эффекта. Коммерциализация технологии может быть осуществлена в виде продажи патента или лицензии, создании совместного предприятия, совместного продолжения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, вхождения в действующее предприятие с интеллектуальной собственностью.

Библиографическая ссылка

1. Бретт О. Лукиа. Методическая поддержка центров коммерциализации технологий. Практические руководства. Ч. 2. М. : ЦИПРАН РАН, 2006. 368 с.

© Луцкая А. А., 2013

УДК 658.075

Д. С. Макачук

Научный руководитель – О. В. Гостева

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

МЕНЕДЖМЕНТ ИННОВАЦИЙ

Отражена актуальная проблема инноваций, в частности не готовность общества к ним. Обоснована актуальность развития благоприятной среды для реализации инноваций.

Понятие «инновации», сегодня является очень популярным. Отовсюду мы слышим, как сильно мы в них нуждаемся, что за ними будущее, и что без них нам ничего кроме топтания на месте не светит. В нашей стране создан, и бурно действует инновационный центр «Сколково». Политика нашей страны целиком и полностью направлена на инновационное развитие, по крайней мере, такой она старается выглядеть. В научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы вкладываются сумасшедшие деньги, тот факт, что в нашей стране нет благоприятной для предпринимательства экономической политики видимо никого не волнует. Вследствие этого, невостребованное первоклассное инновационное оборудование простаивает в подвалах научно-исследовательских центров и институтов под слоем пыли. И возникает вполне справедливый вопрос: «а для кого все эти инновации, если общество к ним не готово?» [1]

Не нужно быть гением, чтобы понять, что для успешной реализации инновационных идей необходима здоровая экономика. Практически любая инновация может быть реализована как в гражданской, так и в оборонной отрасли промышленности. И здесь не имеются в виду только традиционные виды оружия уничтожения, используемые в горячих войнах. Это так же может быть оружие геноцида и информационное оружие. То есть, если инновацию, разработанную нами, во время и правильно не начнём использовать мы, её присвоит кто-нибудь другой. Любая другая страна предложившая хорошую цену. Какого же будет наше выражение лица, когда нас придут завоёвывать нашим же оружием, этакий очередной автомат Калашникова. Да, совершенно верно, любая инновация, пусть даже разработанная для сугубо гражданского сектора экономики, может быть сказочным образом использована в военном. Что уж говорить об инновациях в военной промышленности.

Тот факт, что менеджмент должен быть ответственным ни для кого не секрет. Инновационный же менеджмент должен быть ответственным вдвойне. Равно как и создатели инноваций, должны нести от-

ветственность за то, что они создали. Можно хотя бы вспомнить создателей динамита и водородной бомбы. Государство же в свою очередь должно обеспечить не только поддержку развития инновационной деятельности в стране, но и дальнейшую судьбу инноваций. Если этого не сделать, то судьбу этих инноваций определит кто-нибудь другой.

Необходимо растить кадры, как для непосредственной разработки инноваций, так и для дальнейшей их реализации и работе с ними. Для управления инновациями необходимы грамотные, обученные специалисты в области менеджмента и экономики.

Руководитель, прежде всего, должен формировать позитивные ценности, и только потом быть управляющим [2]. Власть руководителя всегда ограничивается тем, до какой степени лица, получающие от него приказы, согласны выполнять их. Каждый руководитель должен осознавать пределы своей власти. Организация, достигая свою цель, должна отчасти удовлетворить желания тех, кто обеспечивает достижение цели. Организация, неспособная удовлетворить собственных членов, неэффективна, и, следовательно, недолговечна.

На поведение работников так же влияют внешние факторы, такие как: круг общения, роль и статус индивида. В целом выделяют три типа поведения людей в организации: независимый (ориентация на руководство или лидерство), нейтральный и зависимый (предполагающий подчинение) [3].

В отличие от формальной организации, являющейся по сути абстрактным отображением системы разнообразных отношений, неформальная организация динамична и включает в себя все сети коммуникации. Успех неформальной системы коммуникации определяется общностью взглядов и целей ее участников.

Поэтому роль руководителя заключается не столько в координации работ, сколько в обеспечении функционирования системы в целом.

В соответствии с этим, можно выделить следующие механизмы управления: социально-психологические (опираются на убеждение, морально стимулирование, сознательность, держатся на обычаях и тра-

диционных ценностях общества), экономические (основаны на использовании материальных интересов, комплекс взаимосвязанных экономических мер, направленных на достижение конкретного результата), организационно-административные методы (основаны на приказах, распоряжениях, законах и других нормативно-правовых документах и опираются на возможность применения силы).

Для будущих же менеджеров, которые займут серьезные посты, должно быть понятным то, что с большой властью приходит большая ответственность. Менеджмент инноваций должен осуществляться грамотно и профессионально. Необходимо помнить, что нет будущего, кроме того, что мы делаем сами.

Библиографические ссылки

1. Теория управления : учебник / под общ. ред. А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухина. М. : Новое издание, 2007.
2. Виханский О. С, Наумов А. И. Менеджмент : учебник. 4-е изд, перераб. и доп. М. : Новое издание, 2006.
3. Кнорринг В. И. Теория, практика и искусство управления : учебник для вузов. М. : Экономика и управление, 2008.

© Макарьчук Д. С., 2013

УДК 334.72:332.1

И. А. Махлайд, С. А. Бибик
Научный руководитель – О. П. Якубович
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗВИТИЕ БИЗНЕС-ИНКУБАТОРОВ В РОССИИ

Рассматриваются основные положения стратегии инновационного развития России, понятие и особенности бизнес-инкубаторов, как составного элемента инновационной инфраструктуры.

Мир меняется, и вместе с этим меняется мировая экономика. Размер страны, запас ее ресурсов постепенно перестают являться ключевыми факторами в мировой конкурентной борьбе. Для того чтобы Россия сохраняла позиции на мировом рынке, необходимо реализовывать инновационные идеи своих граждан. Для поддержки и развития инновационных идей необходимы структуры, способные такие идеи быстро и эффективно превратить в готовый проект, найти инвесторов и вывести его на рынок. Именно поэтому ключевым направлением развития России следует считать создание инфраструктур, осуществляющих инновационную деятельность.

Успешное продвижение инноваций на рынок требует учета различных факторов, а именно: мировой опыт, эффективные методы организации и управления, прогрессивные технологии современности, компетентность кадров и т. д. Также необходимо формирование эффективной законодательно-правовой базы, направленной на коммерциализацию интеллектуальной собственности и совершенствование процесса продвижения результатов инновационной деятельности на мировые рынки высоких технологий. Стимулирование и привлечение инвесторов, защита от рисков – не менее важные направления развития инновационной деятельности.

В Стратегии инновационного развития России определены перспективы перехода к 2020 году экономики государства на инновационный путь развития, характеризующийся следующими значениями основных показателей: увеличение доли предприятий промышленного производства, осуществляющих технологические инновации, в общем количестве предприятий промышленности в 2020 году до 40–50 % (в 2009

году – 9,4 %); увеличение доли России на мировых рынках высокотехнологичных товаров и услуг до 5–10 % в 5–7 и более секторах экономики; увеличение доли экспорта российских высокотехнологичных товаров в общем мировом объеме экспорта высокотехнологичных товаров до 2 %; увеличение валовой добавленной стоимости инновационного сектора в валовом внутреннем продукте до 17–20 % к 2020 году (в 2009 году – 12,7 %) и т. д.

Основными задачами Стратегии являются: развитие кадрового потенциала в сфере науки, образования, технологий и инноваций; повышение инновационной активности бизнеса и ускорение появления новых инновационных компаний; максимально широкое внедрение в деятельность органов государственного управления современных инновационных технологий; формирование сбалансированного и устойчиво развивающегося сектора исследований и разработок; обеспечение открытости национальной инновационной системы и экономики, а также интеграции России в мировые процессы создания и использования нововведений и т. д. [3]. Россия поставила перед собой обширный перечень задач в сфере инновационного развития, реализация которых невозможна без формирования эффективной инновационной инфраструктуры.

Инновационная инфраструктура – комплекс взаимосвязанных структур, обслуживающих и обеспечивающих реализацию инновационной деятельности. Инновационную инфраструктуру составляют: инновационно-технологические центры и кластеры, бизнес-инкубаторы, технопарки, учебно-деловые центры и др.

Бизнес-инкубатор – это инфраструктурный объект, который предназначен для оказания поддержки инновационным предприятиям на начальной стадии становления бизнеса. Особенностью бизнес-инкубаторов является то, что начинающим предпринимателям предоставляются помещение, офисное оборудование, юридические и секретарские услуги, доступ к информационным базам и пр., а также осуществляется поиск партнеров, инвесторов и рынков сбыта.

Первые Российские бизнес-инкубаторы были основаны в 1990 году на средства американского агентства по международному развитию (USAID). Российская Академия менеджмента тогда открыла 12 бизнес-инкубаторов. Позднее бизнес-инкубаторы создавались за счет средств федерального бюджета в рамках программы поддержки малого и среднего предпринимательства. По официальным данным Минэкономразвития на конец 2011 года в бизнес-инкубаторах было размещено 1 456 субъектов малого предпринимательства; численность персонала составляла 10 тыс. чело-

век; годовой оборот предприятий – более 3 млрд. руб.; объем налоговых отчислений – свыше 306 млн руб.

За период реализации программы было создано 932 компании, помимо тех которые в настоящее время находятся в бизнес-инкубаторах [2].

По данным Forbes самыми успешными бизнес-инкубаторами в России являются: бизнес-инкубатор Академии народного хозяйства (г. Москва), бизнес-инкубатор ГУ-ВШЭ (г. Москва), инкубатор «Ингрия» (г. Санкт-Петербург), бизнес-инкубатор МГУ (г. Москва), инкубатор РЭУ им. Плеханова (г. Москва). В данных структурах реализуют инновационные бизнес-идеи в области машиностроения, приборостроения, металлургии, медицины, производства и внедрения программного обеспечения, строительства и др. Таким образом, бизнес-инкубаторы занимаются реализацией инновационных идей, которые без поддержки структуры инкубатора не смогли бы пробиться на рынок. С каждым днем из-за растущей конкуренции в мире и внутри страны их деятельность становится все более сложной [1].

Российские бизнес-инкубаторы в цифрах

Показатели	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год
Количество бизнес-инкубаторов, единиц	80	105	125	160
Количество бизнес-инкубаторов при вузах, единиц	26	12	8	0
Финансирование из федерального бюджета, млн руб.	180	500	2400	2000
Финансирование из бюджета субъектов РФ, млн руб.	77.1	214.3	1028.6	857.1

Библиографические ссылки

1. Российская ассоциация инновационного развития [Электронный ресурс]. URL: <http://rair-info.ru/publication/publication8/>.

2. Корпоративный менеджмент. Бизнес-инкубаторы: какова их результативность? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cf.in.ru/investor/incubator.shtml>.

3. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.economy.gov.ru/mines/main>.

© Махлайд И. А., Бибик С. А., 2013

УДК 658.5.011

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

МИНИМИЗАЦИЯ НЕГАТИВНЫХ ПОСЛЕДСТВИЙ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ ПРИ ВСТУПЛЕНИИ В ВТО (НА ПРИМЕРЕ ОАО «КРАСМАШ»)

«Даже после 19 лет переговоров Россия, кажется, не очень готова к вступлению в ВТО, – утверждает Коллинз. – Многие политики, которые голосовали и за, и против присоединения России к организации, не понимают в полной мере, зачем это нужно их стране».

Решение России о присоединении к ВТО – это шаг, нацеленный на создание качественно новых условий развития экономики страны. Интеграция России в мировое экономическое пространство будет способствовать развитию конкурентной среды, а это, в свою очередь, послужит очень хорошим побудительным мотивом к развитию инноваций и повышению конкурентоспособности товаров [4].

Что бы начать исследование вопроса влияния вступления России в ВТО, необходимо дать максимально содержательное определение такого явления как «Всемирная торговая организация». Итак, Всемирная торговая организация – международная организация, созданная 1 января 1995 года с целью либерализации международной торговли и регулирования торгово-политических отношений государств-членов.

Одной из приоритетных задач является создание конкурентной среды, так как уровень конкуренции определяет степень востребованности инноваций, а конкурентоспособность продукции формируется в конкурентной среде [5].

Полезность вхождения в ВТО обусловлена тем, что это приведет к росту ВВП как минимум на 3 %, а также участие в ВТО дает стране множество преимуществ. Их получение и является в прагматическом смысле целью присоединения к ВТО [2]. Из конкретных целей присоединения для России можно считать, например, повышения качества потребительских товаров и снижение их стоимости, доступ к международному рынку и всей сопутствующей инфраструктуре международного уровня, привлечение иностранных инвестиций в России и т. д. [3].

Однако, несмотря на существующие положительные прогнозы, стоит принимать во внимание и некоторые риски, сопряженные со вступлением России в ВТО в том виде, в котором это происходит сейчас. В качестве рисков такого рода выступают: риск «вымирания» российского предпринимательства и производства; риск снижения качества продаваемых продуктов питания; риск появления большого количества безработных и многие другие [1].

В результате эффективного взаимодействия с людьми, обеспокоенными сложившейся ситуацией, в форме опросов, анкетирования, а так же бесед, нами был сформулирован список приоритетных задач. Выполнение выявленных действий позволит ОАО «Красмаш» получить максимальную выгоду, которая поспособствует неременной модернизации производства, а также оптимизации многих процессов, как производственных, так и косвенно, либо прямо сопряженных с ними.

Разработанные меры противодействия негативным последствиям вступления России в ВТО можно разделить на 3 основных группы: меры, обеспечивающие безопасную интеграцию производства в мировое торговое экономическое пространство (подготовка специалистов (юристов) по нормативным документам ВТО и т. д.); меры, направленные на оптимизацию производственного и, сопряженных с ним, сопутствующих процессов с целью повышения конкурентоспособности предприятия (оценка ресурсного, производственного и кадрового потенциалов, этапы инновационного обновления продукции, освоения прогрессивных технологий и менеджмента, приведения нормативно-правового регулирования согласно норм и правил ВТО и т. д.); и, конечно, меры, направленные на активизацию предприятия в сфере взаимодействия с кредитно-денежной системой, это будет особенно необходимо в условиях ужесточения контроля за субсидированием и иным материальным стимулированием предприятий, выходящим за рамки норм ВТО (разработка мер по получению субсидий по правилам ВТО; поиск иностранных источников инвестиций и т. д.).

Безусловно, приведенный список разработанных мер не является панацеей, и необходимо понимать, что в сложившейся ситуации наибольшей эффективности можно добиться при постепенной реорганизации деятельности предприятия в подготовленной для

этого экономико-политической среде. Поэтому очень многое зависит, в том числе и от правительства, как Красноярского края, так и России в целом.

Процесс подготовки Российской Федерации к вступлению в ВТО был длительным, этого момента ждали, но, тем не менее, в настоящее время руководители многих российских компаний и предприятий слабо информированы о том, что несет вступление России в ВТО в отраслях, в которых они работают, и соответственно не просчитывают последствия. Нельзя сказать, что российская экономика в полной мере готова к подобной интеграции, уровень готовности компаний оценивается специалистами как очень низкий.

На данном этапе важно реально оценивать последствия этого шага для участников российского рынка. Нужно понимать, что вступая в ВТО, мы попадаем в сложные, порой неравные конкурентные условия, в связи с чем, сегодня необходима серьезная подготовка и адаптация отраслей экономики для работы в новых условиях.

Поэтому сейчас для возвращения технологического лидерства важно тщательно выбрать приоритеты и сосредоточить на них все усилия с точки зрения создания новых конкурентоспособных товаров и производств. Приоритетными для России на данном этапе, прежде всего, можно назвать такие отрасли, как атомная, ракетно-космическая, авиационная и др. Это те отрасли, в которых Россия имеет определенное технологическое преимущество и может развивать инновации и передовые технологии.

Библиографические ссылки

1. Безработица при ВТО. Опыт стран-членов ВТО (доклад на английском языке «Trading Away Our Jobs») // Интернет-ресурс аналитического центра ВТО-информ. 2009. Март [Электронный ресурс]. URL: <http://waronwant.org/attachments/Trading%20Away%20Our%20Jobs.pdf>.
2. Дробинина Е. Бизнес-корреспондент Би-би-си «Кто в выигрыше от вступления России в ВТО?» // Информационный ресурс BBC-России. М., 2012 [Электронный ресурс]. URL: http://www.bbc.co.uk/russian/business/2012/08/120821_russia_wto_accession.shtml.
3. Бабкин К. А., Кузнецов А. В., Корчевой Е. А., Пронин В. В., Самохвалов В. А. Интернет-ресурс аналитического центра ВТО-информ «Последствия присоединения России к Всемирной торговой Организации». М., 2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://waronwant.org/attachments/Trading%20Away%20Our%20Jobs.pdf>.
4. Елашина К. Е., Котегова Л. А. Преимущества вступления России в ВТО // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2012. Январь [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2012/01/305>.
5. Информационный портал «Роснано». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rusnano.com/about/press-centre/first-person/76041>.

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

МЕЖДУНАРОДНЫЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ ЗАЩИТЫ И РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Рассматриваются исторические и современные аспекты и проблемы защиты и реализации прав интеллектуальной собственности на основе зарубежного и российского опыта.

Понятие интеллектуальной собственности впервые введено в 1967 году конвенцией, учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС). Совершенствование отношений в области интеллектуальной собственности – проблема общемировая. На международном уровне в последние два десятилетия нарушения прав интеллектуальной собственности выросли до гигантских масштабов. Отсутствие действенных механизмов защиты интеллектуальной собственности препятствует созданию полноценного экономического оборота таких объектов, приводит к недооценке активов предприятий, из-за «утечки» информации наносится вред их деловой репутации и в ряде случаев становится причиной банкротств и «недружественных поглощений».

Проблема охраны интеллектуальной собственности впервые получила общественный резонанс на Международной выставке изобретений в Вене в 1873 году и проявилась в форме отказа от участия из опасения, что идеи будут «украдены» и коммерчески использованы в других странах. В 1893 году, благодаря объединению Бернского и Парижского бюро, появилось Объединенное международное бюро по охране интеллектуальной собственности со штаб-квартирой, расположенной в Берне. Эта организация стала предшественницей Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС), объединяющей 175 государств. Сегодня ВОИС посредством своих государств-членов и Секретариата реализует обширную программу работы, направленную на решение следующих задач:

- согласование национальных законов и процедур в области интеллектуальной собственности;
- предоставление услуг международным заявителям по получению прав промышленной собственности;
- обмен информацией в области интеллектуальной собственности;
- предоставление технико-юридической помощи развивающимся странам и т. д.

Правовые положения по защите и использованию объектов интеллектуальной собственности в большинстве стран регулируются соответствующими законодательными актами с учетом исторических, экономических, национальных условий и традиций. Кроме патента и лицензии в большинстве стран формами защиты интеллектуальной собственности являются копирайт (право на воспроизведение); товарный знак и знак обслуживания; фирменное наименование.

Проблемами охраны интеллектуальной собственности в условиях глобализации мировой торговли занимается и Всемирная торговая организация (ВТО), которая совместно с ВОИС и другими международными организациями разработала рамочные правила, зафиксированные в Соглашении по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights – TRIPS). В соглашении TRIPS интеллектуальная собственность рассматривается как объект международной торговли, а ее защита – как одна из форм внешнеторгового регулирования. Базой международной торговли лицензиями и ноу-хау является патентная деятельность стран – экспортеров технологий.

TRIPS обязывает страны – участницы ВТО предусматривать в своих национальных законодательствах механизмы защиты прав национальных и иностранных собственников, вплоть до уголовного наказания за преднамеренные действия, связанные с подделкой товарного знака и нарушением авторского права в коммерческом масштабе. В качестве наказания может предусматриваться лишение свободы, денежный штраф, а также арест, конфискация или уничтожение контрафактных товаров и орудий производства, которые использовались при совершении правонарушения.

Промышленно развитые страны применяют собственные меры по отношению к странам-нарушителям. Например, США использует такие торгово-экономические рычаги, как ограничение импорта из стран-нарушителей; сокращение объемов кредитования и инвестиций в их экономику; сворачивание программ сотрудничества и помощи.

Япония требует от иностранных фирм, действующих в стране, выдавать лицензии всем отечественным компаниям, желающим получить доступ к новым технологиям и имеющим возможность их использования. При этом установлены жесткие ставки лицензионных платежей. Срок, который проходит с момента подачи заявки до оформления патента составляет 5–7 лет, а по разработкам в области высоких технологий – 10 лет и более. Общее количество выдаваемых в Японии патентов в среднем в 5 раз больше, чем в США, но только 4 % из них выданы иностранным заявителям.

В отличие от развитых стран в России отсутствует эффективная система защиты и реализации прав интеллектуальной собственности. Одной из наиболее серьезных проблем является нарушение авторских прав, изготовление и распространение контрафактной

продукции. В России действуют специальные фирмы, занимающиеся промышленным шпионажем, конкурентной разведкой и т. п. Как было сказано в докладе, подготовленном Международным альянсом производителей интеллектуальной собственности (МАПИС), наша страна является мировым лидером по объему контрафактной продукции в сфере интеллектуальной собственности, доля поддельной продукции на различных сегментах рынка составляет 78–80 %.

Отсутствие реальных результатов в борьбе с правонарушителями, прежде всего, является следствием коррупции в органах МВД, что приводит к существованию «неадекватной» системы законодательных мер наказания правонарушений. По оценкам экспертов, доходы от реализации в России контрафактной продукции составляют десятки миллиардов долларов в год. Уголовная ответственность наступает, если в суде доказано, что сумма нанесенного ущерба превышает 250 тыс. рублей [1]. Поэтому административное законодательство о мерах ответственности за право-

нарушения в сфере использования интеллектуальной собственности требует совершенствования.

Несмотря на действующие в России ГК РФ и пакет законов в области охраны объектов интеллектуальной собственности, в данной сфере по-прежнему существует множество проблем: недостаточная правовая защита против недобросовестной конкуренции; недостаточно отработан и законодательно урегулирован механизм защиты коммерческой тайны и пр. Таким образом, не подлежит сомнению, что обеспечение защиты интеллектуальной собственности должно быть важнейшим направлением государственной правовой и экономической политики России.

Библиографическая ссылка

1. Трахтенгерц Л. А. Комментарий к Гражданскому кодексу РФ части четвертой (постатейный) : учеб. пособие. М. : Инфра-М, 2009.

© Музыкантова М. В., 2013

УДК 658

О. А. Остапенко

Научный руководитель – К. Ю. Лобков

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

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОН, ВОЗМОЖНОСТЕЙ И УГРОЗ РАЗВИТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА НА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Описано состояние красноярской железной дороги на сегодняшний день, рассмотрены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы развития пригородного железнодорожного транспорта на территории Красноярского края.

Красноярская железная дорога – главное звено транспортной инфраструктуры Восточной Сибири. Магистраль проходит через четыре крупных региона – Кемеровскую область, Хакасию, Иркутскую область и Красноярский край. Связывает Транссибирскую и Южносибирскую магистрали. Образно говоря – это мост между европейской частью России, ее Дальним Востоком и Азией.

В среднем, железнодорожным транспортом здесь перевозится до 80 % грузов и пассажиров. Услугами КрасЖД ежегодно пользуется более 17 млн пассажиров, в том числе 15 млн – в пригородном сообщении.

Для Красноярского края и Хакасии дорога – самый крупный работодатель: на железнодорожных предприятиях работает более 40 тыс. человек. Эксплуатационная длина Красноярской дороги составляет 3 159,8 км. Общая протяженность – 4 544 км. Она относится к числу погрузочных дорог России: в больших объемах отгружает лес, уголь, нефть [1].

В настоящий момент на указанных территориях созданы свои пригородные пассажирские компании. В г. Красноярске за пригородные пассажирские перевозки отвечает ОАО «КрасПригород», которое выделено из ОАО «РЖД» и является его частью. У предприятия нет прямых конкурентов, поэтому можно с уверенностью сказать, что ОАО «КрасПригород» является лидером рынка пассажирских перевозок.

Определим сильные и слабые стороны, возможности и угрозы развития железнодорожного транспорта пригородных пассажирских перевозок в г. Красноярске.

Сильной стороной является и то, что красноярская железная дорога по сравнению с автомобильным транспортом, который является ее основным конкурентом, имеет большую зону покрытия, большую перевозочную способность, является более быстрым, имеет доступную стоимость, установленный график движения электропоездов, не зависит от погодных условий и является наиболее безопасным. Пассажирам, относящимся к реабилитированным и лицам, признанным пострадавшими от политических репрессий, ветеранам труда и труженикам тыла, лицам, награжденным орденами или медалями СССР за самоотверженный труд в период ВОВ, студентам, пенсионерам и инвалидам предоставляется льготный проезд со скидкой до 50 %.

Несмотря на все преимущества, у красноярской железной дороги есть и слабые стороны. Одной из них является недостаточное количество собственных средств из-за сдерживания цен государственным регулированием тарифов и монополизмом поставщика. Убытки, возникающие от госрегулирования, компенсируются за счет средств федерального бюджета, однако в 2013 году Минфин сократил субсидии, выде-

ляемые на эти цели, более чем в 2 раза. Из-за нехватки ресурсов, предприятие не может обновить свой подвижной состав, и в результате чего падает качество обслуживания и перевозок пассажиров, а качество жизни растет, и потребители начинают предъявлять все более высокие требования к качеству перевозок.

Количество жителей растет, город нуждается в увеличении зоны покрытия: развитии внутригородских пассажирских перевозок и расширении пригородного движения в различных направлениях (например, г. Сосновоборск, г. Железнодорожск). Очень остро в Красноярске стоит проблема передвижения в пиковый период. Решению вопроса снижения загруженности автомобильных магистралей может способствовать наземное метро – электропоезда ОАО «Краспригород». Население требует упрощения системы оплаты – для этого можно внедрить единую транспортную пластиковую карту как единый билет внутри города.

Ещё одной, и, пожалуй, самой важной проблемой, является то, что железная дорога на данный момент настолько загружена, что у нее нет времени даже для смены уже устаревшего полотна.

В связи с недостаточным уровнем состояния железных дорог в г. Красноярске и Красноярском крае в целом, возникает острая необходимость технического и технологического «прорыва» в их развитии. Необходимо обновить имеющийся подвижной состав на новые скоростные электропоезда нового поколения, внедрить современные информационные технологии и повысить качество транспортных услуг за счет использования передовых отечественных и локализации перспективных зарубежных разработок в области железнодорожного транспорта [2].

Библиографические ссылки

1. Красноярская железная дорога [Электронный ресурс]. URL: <http://gorod-moskva.ru/transport/zd/krasnoyarskaya.php>.
2. Основные направления инвестиционной стратегии развития железнодорожного транспорта [Электронный ресурс]. URL: http://edu.dvgups.ru/METDOC/EKMEN/ETR/EK_TR/METOD/GUSAROVA/frame/3.htm.

© Остапенко О. А., 2013

УДК 336.64

Е. В. Прохорова

Научный руководитель – В. В. Прохоров

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

ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОБЛИГАЦИОННОГО ЗАЙМА

Рассмотрены проблемы связанные с методами оценки на предприятии показателей публичного корпоративного облигационного займа. Выявлены ключевые показатели публичного корпоративного облигационного займа, которым необходимо на предприятии уделять особое внимание при их прогнозировании. Проведен обзор основных методов оценки показателей публичного корпоративного облигационного займа.

Корпоративные облигационные займы за последнее время приобрели определенную популярность. В период 2005–2010 гг. такие заимствования сделали более 400 российских предприятий [3]. Необходимо отметить, что в период 2008–2011 гг. наблюдался определенный спад, который был связан с экономическим кризисом в Российской Федерации.

При массовом использовании на предприятиях облигационного заимствования возникает проблема, связанная с оценкой того, на каких условиях он может быть привлечен. В первую очередь это касается оценки четырех основных показателей, а именно возможного объема, стоимости, периода выплаты дохода и того срока, на какой он может быть привлечен.

При оценке одного из четырех важных показателей облигационного займа, а именно объема, могут использоваться несколько групп методов, каждая из которых имеет свои определенные особенности. Первая группа является фактически нормативной. Согласно требованиям российского законодательства, объем выпуска облигационного займа предприятия существующего менее трех лет регулируются или размером уставного капитала или величиной обеспе-

чения, предоставленного в этих целях обществу третьими лицами (залогом, гарантиями, поручительством). Вторая группа определяет объем заимствования на основе учета совокупного имущества хозяйствующего субъекта. Четвертая группа представлена аналоговыми методами, которые используют мультипликаторы учитывающих имущественное положение и денежные потоки двух предприятия. При этом одно из них является предприятием, которое планирует привлечь заемный капитал, а другое выступает предприятием-аналогом, которое уже такой заемный капитал привлекало. Пятая группа обосновывает объем облигационного займа на основании стоимости инвестиционного проекта, который планируется реализовать в рамках конкретного предприятия.

При анализе методов оценки объема облигационного займа выяснилось, что российские промышленные предприятия используют три группы методов: методы учитывающие совокупное имущество предприятия, методы учитывающие денежные потоки предприятия и нормативные методы. При этом необходимо отметить то, что наиболее популярными являются методы, учитывающие имущество и денежные

потоки предприятия. В целом на методы учитывающих совокупное имущество приходилось до 50 % от общего количества применяемых методов.

Для оценки второго показателя корпоративного облигационного капитала, а именно процентной ставки существует три основных подхода. Первый учитывает фактор риска и использует известное соотношение «риск–доходность», т. е. более рискованные активы должны быть более доходными и наоборот. Второй основан на анализе динамики рыночных процентных ставок. Третий использует принцип сопоставления или процентных ставок предприятий аналогов или с внутренней нормы доходности инвестиционного проекта.

При анализе практики по использованию методов оценки процентной ставки выяснилось, что промышленные предприятия в основном использовали три группы методов оценки: методы основанные на учете отраслевой рыночной средневзвешенной процентной ставки, методы основанные на оценке кумулятивной барьерной процентной ставки и методы основанные на использовании модели CAPM (Capital Asset Pricing Model).

Необходимо отметить, что использование таких методов, как кредитные рейтинги в Российской Федерации пока не эффективны по ряду причин. Главной среди них является то, что сами рейтинги и их поддержание возможны только на платной основе. Поэтому количество предприятий, у которых имеются рейтинги не значительно. В целом рейтинги имеют не более 200 российских предприятий.

Для оценки третьего показателя облигационного капитала, а именно периода выплаты дохода, может использоваться в целом только одна группа методов. Она основана на принципе сопоставления денежных потоков самого предприятия или реализуемого им инновационного проекта, с периодом выплаты дохода по облигационному займу.

Для оценки четвертого показателя облигационного капитала, а именно периода его обращения, могут использоваться группа методов основанная на прин-

ципе сопоставления. И сопоставление периода обращения облигационного займа проводится или с жизненным циклом инновационного проекта или с периодом возможного аккумулирования необходимых денежных средств для погашения займа.

В целом методы, основанные на принципе сопоставления периода обращения облигационного займа с жизненным циклом проекта, используются как основные, но с определенным временным лагом. Этот временной лаг, как правило, увеличивает срок обращения облигационного займа до какой-то стандартной величины кратный году. При этом на срок обращения облигационного займа влияет ряд факторов. Первым фактором является кредитное качество заемщика. Вторым фактором является цель, на которую используют привлеченные денежные средства. Третьим фактором является сам финансовый рынок и его динамика.

Подводя итог исследования, авторами статьи был сделан основной вывод о том, что на уровне предприятия наиболее необходимым и трудоемким является оценка только двух основных показателей облигационного капитала, а именно его объема и процентной ставки. Остальные два показателя, период выплаты дохода и срок обращения облигационного займа, с точки зрения оценки более просты и не требующие, каких то сложных расчетов. И их можно оценить на основе статистических отраслевых данных.

Библиографические ссылки

1. Федеральная служба государственной статистики РФ // Статистический бюллетень. 2009. № 1 (152).
2. URL: <http://www.cbonds.info/ru/rus/>
3. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года : утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р.
4. URL: <http://www.ra-national.ru/>.

© Прохорова Е. В., 2013

УДК 658.21

К. В. Радионова, Е. В. Кононова
Научный руководитель – Р. В. Болтов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПАРКИ КАК ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Исследованы основные направления поддержки и развития малого и среднего предпринимательства, используемые в настоящее время. В процессе исследования, был сделан вывод о потребности Красноярска в инфраструктурной поддержке, а именно в создании промышленных парков.

В последнее время в Красноярске появляется много промышленных и инновационных проектов, но из-за дорогостоящей организации производства они не воплощаются в жизнь. К тому же, имеющееся промышленное производство значительно отстает в раз-

витии по сравнению с добычей полезных ископаемых, потому что добывающая промышленность менее капиталоемкая, чем обрабатывающая. Это видно из следующих цифр: с 1995 года по 2008 год добыча полезных ископаемых в Красноярском крае выросла

на 23,6 %, тогда как рост производства обрабатывающей промышленности составил всего лишь 4,8 %. В 2009 году на фоне мирового экономического кризиса в обрабатывающей промышленности наблюдался спад на 6,6 %. Добыча же полезных ископаемых, по – видимому как компенсация общему спаду производства, в 2009 году выросла на 5,7 %, а в 2010 – на 51,8 %. По мере того, как обрабатывающая промышленность в 2011 году восстановила утраченные позиции и дала прирост на 5,9 %, в добывающей промышленности произошёл спад на 62,4% по отношению к 2010 году и даже на 4,9 % по отношению к 2008 году. На этом примере видно, как рост производства обрабатывающей промышленности ведёт к спаду добычи полезных ископаемых [1]. Следовательно, актуальной проблемой является поддержка малого и среднего производственного предпринимательства, а именно продвижение инфраструктурных проектов по поддержке промышленности.

Основными направлениями поддержки и развития малого и среднего предпринимательства являются финансовая и инфраструктурная поддержка.

Финансовая поддержка является направлением государственной и муниципальной политики по содействию развития малого и среднего предпринимательства, так как она предполагает непосредственное предоставление данным субъектам экономической деятельности инструментов для организации и ведения предпринимательской деятельности [2]. Финансовая поддержка является адресной, быстродействующей и потому эффективной в краткосрочной перспективе. Именно с помощью финансовых мер, например выделения субсидий, государство, муниципальные образования могут способствовать открытию новых предприятий, их модернизации, решению возникших в кризисное время социальных вопросов.

Финансовой поддержке малого и среднего предпринимательства специально посвящена ст. 17 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 06.12.2011) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». В ней сказано, что оказание данного вида поддержки может осуществляться за счет средств местных бюджетов путем предоставления: субсидий; бюджетных инвестиций;

государственных и муниципальных гарантий по обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Инфраструктурная поддержка малого и среднего предпринимательства в различных регионах России сложилась своя, но главное – она должна обеспечивать оптимальные условия развития предпринимательской деятельности [3]. В каждом регионе инфраструктурная поддержка состоит из совокупности организаций (государственных, общественных, коммерческих), цель деятельности которых – создание благоприятных условий для работы субъектов малого и среднего предпринимательства. Одним из объектов инфраструктурной поддержки являются промышленные парки.

Промышленный парк – это специальная территория, на которой объединены производственные и иные предприятия посредством общей инфраструктуры и взаимной производственной кооперации [4]. Смысл создания промышленного парка в том, чтобы сконцентрировать на одной территории предприятия с общей сферой деятельности и предприятия, использующие единую инженерную инфраструктуру – энергообъекты и электросети, теплотрассы, водные объекты, канализацию и очистные сооружения, сети связи и сигнализации, охрану и дорожную сеть. Такая концентрация позволяет всем участникам промышленного парка сэкономить на издержках.

При строительстве промышленных парков есть два концептуально разных подхода в размещении и реализации проекта: greenfield и brownfield [5].

Greenfield – новый земельный участок промышленного назначения для строительства промышленного парка «под ключ», находящийся, по сути, в «чистом поле» [6]. Greenfield является самым совершенным способом при строительстве промышленного парка, так как парк имеет современную инфраструктуру и новые коммуникации, а это дает возможности значительного роста производства с меньшими издержками. Но такой способ при строительстве промышленных парков, как greenfield, требует значительных инвестиций.

Информация о наличии свободных площадей

Наименование предприятия	Общая площадь свободных помещений, м ²	В том числе			Доля производственных помещений, %
		производственная	складская	прочая	
ОАО «Красноярский завод холодильников «Бирюса»	18 800	17 600	1 200	–	93,6
ОАО «Химико-металлургический завод»	21 629	10 198	9 551	1 880	47,1
ОАО «Красфарма»	53 546	35 314	3 367	14 865	66,0
Группа компаний «Красноярский шинный завод»	75 594	73 472	–	2 122	97,2
ООО «Комбинат промышленных строительных конструкций»	359 320	164 620	181 500	13 200	45,8
Итого	528 889	301 204	195 618	32 067	349,7

Brownfield – это земля, которая ранее использовалась для промышленных целей, например такая, как территория старого завода [7]. В России brownfield часто используется при открытии – строительстве «новых» промышленных парков. Промышленные парки, построенные на землях brownfield, имеют территории с готовой инфраструктурой.

В Сибири на данный момент организовано 18 промышленных парков. А Красноярск – город с миллионным населением, не имеет ни одного промышленного парка, хотя обладает всеми необходимыми ресурсами для их создания.

На территории Красноярска расположены крупные машиностроительные предприятия, при этом их деятельность характеризуется низким уровнем загрузки имеющихся мощностей. Как следствие, не эффективное управление активами, необоснованно высокие затраты на содержание объектов транспортной и инженерной инфраструктуры, производственных, складских и прочих помещений с общей свободной площадью более 528 тыс. м² (см. таблицу).

Промышленные парки обеспечивают развитие высокотехнологичных отраслей экономики, создание производственной и социальной инфраструктуры, качественно новых рабочих мест, привлечение квалифицированных специалистов. Их, несомненно, нужно организовать в Красноярске, так как город обладает всеми ресурсами для их создания.

Библиографические ссылки

1. Основные показатели. Индекс производства по видам экономической деятельности [Электронный ресурс]. URL: http://www.krasstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krasstat/ru/statistics/enterprises/production/.
2. Финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]. URL: <http://cmo.khabkrai.ru/finansovaya-podderzhka-subektov-malogo-i-srednego-/>.
3. Инфраструктурная поддержка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kreditbusiness.ru/russian-business/346-infrastruktura-podderzhki-malogo.html/>.
4. Промышленные парки [Электронный ресурс]. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BF%D0%B0%D1%80%D0%BA/.
5. Промышленные парки [Электронный ресурс]. URL: <http://russiaindustrialpark.ru/>.
6. Промышленные парки greenfield [Электронный ресурс]. URL: <http://russiaindustrialpark.ru/greenfield/>.
7. Промышленные парки brownfield [Электронный ресурс]. <http://russiaindustrialpark.ru/brownfield/>.

© Радионова К. В., Кононова Е. В., 2013

УДК 338.2

А. Г. Радыгина

Научный руководитель – Л. Ф. Ладыгина

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

ПОДДЕРЖАНИЕ, РАЗВИТИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМЫ ГЛОНАСС НА 2012–2020 ГОДЫ

Советская и российская спутниковая система навигации, разработана по заказу Министерства обороны СССР. Одна из двух функционирующих на сегодня систем глобальной спутниковой навигации. ГЛОНАСС предназначена для оперативного навигационно-временного обеспечения неограниченного числа пользователей наземного, морского, воздушно-го и космического базирования. Доступ к гражданским сигналам ГЛОНАСС в любой точке земного шара, на основании указа Президента РФ, предоставляется российским и иностранным потребителям на безвозмездной основе и без ограничений.

Современное навигационное обеспечение объектов, в основном базируется на использовании навигационных сигналов, излучаемых со спутников космической навигационной системы. На основе получаемых навигационных сигналов с помощью соответствующей аппаратуры потребитель определяет свое местоположение

Отечественная глобальная навигационная спутниковая система ГЛОНАСС, обеспечивающая решение задач в интересах обороны и безопасности Россий-

ской Федерации, введена в эксплуатацию в сентябре 1993 г. с орбитальной группировкой ограниченного состава (12 навигационных космических аппаратов (КА)). В декабре 1995 г. орбитальная группировка возвращена до штатного состава (24 КА).

Расширение внедрения и использования отечественных спутниковых навигационных технологий и услуг с использованием системы ГЛОНАСС в интересах специальных и гражданских (в том числе коммерческих и научных) потребителей, международного использования российских технологий спутниковой навигации за счет поддержания и развития системы ГЛОНАСС.

Гражданское использование системы ГЛОНАСС базируется в основном на применении навигационных технологий в транспортном комплексе.

Большое значение для продвижения российской навигационной системы ГЛОНАСС на международный космический рынок имеет развитие международного сотрудничества в направлении обеспечения совместимости и взаимодополняемости глобальных навигационных спутниковых систем.

Система ГЛОНАСС предназначена для предоставления на постоянной основе навигационных услуг отечественным и зарубежным потребителям.

Необходимо обеспечивать конкурентоспособность системы ГЛОНАСС не только в условиях растущих требований потребителей, но и в условиях непрерывного совершенствования системы GPS, форсированного развертывания конкурирующих систем GALILEO и COMPAS.

С целью повышения точностных характеристик системы дальнейшей модернизации будет подвергнут наземный комплекс управления, расширена сеть измерительных станций у нас в стране и за рубежом (до 40 станций).

Модернизация дополняющих комплексов системы (системы высокоточного определения эфемерид и временных поправок, дифференциальных коррекций и мониторинга, прикладных потребительских центров) обеспечит повышение точности навигационных определений потребителей до дециметрового и сантиметрового уровня.

В программе предусмотрено выведение на качественно новый уровень научно-технического сопровождения разработки, изготовления и испытаний всех составных частей системы ГЛОНАСС с целью обеспечения требуемого уровня надежности и качества.

К 2011 году обеспечено доведение орбитальной группировки навигационных космических аппаратов системы ГЛОНАСС до штатного состава (с 7-ми в 2002 г. до 24 КА) и её поддержание за счёт запуска модернизированных космических аппаратов «Глонасс-М», начато создание орбитального резерва. Таким образом, создана российская космическая навигационная система, которая обеспечивает глобальную непрерывную навигацию на поверхности Земли и на высотах до 2 000 км и на текущий момент времени сопоставима по основным характеристикам (точность, доступность, оперативность) с американской системой GPS.

Точность системы ГЛОНАСС обеспечена на конкурентоспособном уровне – со среднеквадратическим отклонением 5,6 м, что удовлетворяет требованиям большинства потребителей.

Программа рассчитана на 10 лет. За этот период должны быть проведены научно-исследовательские,

опытно-конструкторские работы, наземная экспериментальная отработка и летно-конструкторские испытания перспективных навигационных космических аппаратов, модернизирован наземный комплекс управления навигационной системой, развернута орбитальная группировка до требуемого состава, возвращено производство и применение навигационной потребительской аппаратуры системы ГЛОНАСС и ее функциональных дополнений и обеспечено их широкое внедрение в практику решения задач навигации и геодезии.

Специалистами Роскосмоса и ведущих предприятий отрасли в 2011 году обеспечена широкая международная научно-техническая информационная поддержка деятельности в области спутниковой навигации. Делегации специалистов Роскосмоса принимали непосредственное участие в 15 международных форумах и конференциях по тематике развития и исследования спутниковых навигационных технологий, в том числе на международных конференциях.

Мероприятия Программы направлены на удовлетворение потребностей социально-экономической и военной сфер за счет внедрения передовых технологий спутниковой навигации, сохранение Россией лидирующих позиций в области спутниковой навигации, развитие международного сотрудничества в области спутниковой навигации и участие в международных проектах.

Сложность космических средств, многообразие заказчиков, исполнителей и потребителей космических навигационных услуг, а также ресурсные ограничения обуславливают необходимость применения программно-целевого подхода при решении задач поддержания, развития и использования системы ГЛОНАСС. Проблема носит межведомственный и межрегиональный характер и требует комплексного подхода.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%9B%D0%9E%D0%9D%D0%90%D0%A1%D0%A1>.
2. URL: <http://www.federalspace.ru/main.php?id=24>.
3. URL: http://www.gpssoft.ru/fcp_glonass.html.

© Радыгина А. Г., 2013

УДК 65.01

О. А. Сапегина, М. Д. Шпагина
Научный руководитель – Г. И. Латышенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ВАРИАНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Дана оценка текущего состояния социально-экономического развития Красноярского края, выполненная на основе статистического исследования. Рассмотрены возможные сценарии развития по материалам форм-сайт-исследования. Выполнен анализ принятой стратегии развития Красноярского края до 2020 года.

Красноярский край – самый крупный субъект Российской Федерации в составе Сибирского федераль-

ного округа, не только по занимаемой площади, но и по всем важнейшим макроэкономическим показате-

лям. С 2009 года, ВРП Красноярского края увеличился более чем в 1,5 раза, и превышает аналогичные показатели в других регионах СФО. ВРП на душу населения в нашем крае по сравнению с 2010 годом увеличился почти на 11,5 %, это самый большой показатель в СФО, в частности, почти в 2 раза выше, чем в Новосибирской области. Доходы бюджетов нашего региона значительно увеличились за два года, и в 2011 году составили более 188 млрд руб. По уровню инвестиционной активности Красноярский край находится в числе регионов-лидеров. Это, в целом, связано с крупными инновационными проектами в добывающей промышленности и энергетике («Нижнее Приангарье», Ванкорское нефтегазовое месторождение). По объему инвестиций на душу населения край находится на 1 месте в СФО [1].

Красноярский Край – это типичный регион сырьевой экономики, работающий преимущественно на внешний рынок и специализирующийся на производстве и экспорте цветных металлов, лесопродукции и топливно-энергетических ресурсов. В 2011 году в структуре промышленного производства края почти 27 % составляла добыча полезных ископаемых (в них почти 92 % – добыча топливно-энергетических полезных ископаемых).

Производительность труда в Красноярском Крае от 2 до 5 раз ниже среднероссийских показателей по большинству отраслей промышленности, за исключением металлургического производства. В промышленном производстве края преобладают технологии II–IV технологических укладов с доминированием технологий ранней индустриализации – добычи сырьевых ресурсов и первичной их переработки. Удельный вес высокотехнологичных отраслей в структуре промышленного производства в 3,7 раза меньше, чем в среднем по стране. По сравнению с Новосибирской областью наш край по показателю внутренние затраты на НИР отстает более чем на 55 %. Число используемых передовых производственных технологий меньше, чем в Новосибирской области более чем на 24 % [1].

Красноярскими учеными СФУ и Института экономики и организации промышленного планирования СО РАН выполнено форсайт – исследование, которое позволяет представить будущее как пространство возможных сценариев, что дает возможность принимать управленческие решения исходя из видения множества альтернатив будущего и факторов, на основе которых эти альтернативы разворачиваются. Учеными выявлено несколько возможных вариантов развития Красноярского края. Представлены основной (модернизационный и кризисный) и инновационно-прорывной сценарии.

В силу действия глобальных тенденций и факторов основной сценарий развития экономики Красноярского края включает формирование и закрепление следующих структурных особенностей экономики. В экономике будут доминировать добыча и экспорт природных ресурсов (не менее 60 % ВРП). Усиливающийся спрос на углеводородное сырье, металлы, энергию, лес со стороны развивающихся индустриальных экономик Китая и других стран Азии будет

поддерживать сырьевую направленность экономики. Будет развиваться энергетическая, транспортно-логистическая и инженерная инфраструктура края, в основном как обеспечивающие сырьевые отрасли. Машиностроение края, производившее металлургическое оборудование, горнодобывающую, лесную и сельскохозяйственную технику, будет окончательно «свернуто» в силу предпочтения потребителями импортной техники. Высокотехнологичное производство будет предоставлено узким аэрокосмическим сектором. Будет нарастать общий дефицит трудовых ресурсов (к 2030 г. он может достигнуть 200 тыс. чел.) [2].

По мнению ученых, наиболее реальным является основной модернизационный сценарий он описывает развитие ситуации края, близкое к основному сценарию, но в случае, если будут усилены его модернизационная и инновационная компоненты.

Что касается кризисного сценария развития, то он характеризуется жестким следствием экономического, инфраструктурного и социального общероссийского кризиса, что может привести к стягиванию государственных интересов, к обеспечению и развитию европейской части России. При этом может быть допущена активная деятельность Китая и международных корпораций на территории Сибири для организации добычи и вывоза сырьевых ресурсов. Это приведет к значительному социальному напряжению и к миграции населения в регионы центральной России [2].

В настоящее время разработана и принята к исполнению Стратегия социально-экономического развития Красноярского края до 2020 года, которая определяет стратегические цели и долгосрочные целевые ориентиры развития края, основные направления, механизмы и инструменты их достижения. Главная стратегическая цель социально-экономического развития на перспективу до 2020 года состоит в существенном повышении уровня и качества жизни населения края, повышении конкурентоспособности региональной экономики за счет реализации курса на глубокую переработку природных ресурсов, производство продукции с высокой добавленной стоимостью и на основе инновационного вектора развития и мобилизации человеческого капитала, сконцентрированного на этой территории [3].

При разработке стратегии учтены два сценария развития событий, в зависимости от темпов роста мировой экономики, цен на нефть, курса валют и прогнозируемого уровня инфляции.

Согласно стратегии, принятой до 2020 года, прогнозируется существенное наращивание экономического потенциала края: валового регионального продукта, инвестиций в основной капитал. Внутренние затраты на НИР увеличатся в 30 раз. Значительно увеличится количество рабочих мест на инновационно-активных предприятиях. Тем не менее, разработчики констатируют, что в период до 2020 года не удастся полностью завершить маневр по изменению структуры промышленного комплекса края в области инноваций.

Библиографические ссылки

1. Регионы России. Социально-экономические показатели : офиц. сайт Росстата. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics.
2. Человеческий капитал Красноярского края: Форсайт-исследование – 2030 / Аналитический док-

лад ; под ред. В. С. Ефимова. Красноярск : СФУ, 2010. 126 с.

3. Стратегия социально-экономического развития Красноярского края на период до 2020 года, Красноярск, 2012.

© Сапегина О. А., Шагина М. Д., 2013

УДК 629.73

К. А. Степанова

Научный руководитель – С. А. Демченко

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

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ

Рассматриваются текущее состояние и проблемы функционирования предприятий авиационной промышленности в условиях недостаточного финансирования отрасли.

Под авиационной промышленностью понимается отрасль, в которой осуществляются разработка, производство, испытания, ремонт и утилизация авиационной техники. Финансирование развития авиации осуществляется путем выделения средств из федерального бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации на федеральные целевые программы в порядке, установленном законодательством [1].

В настоящее время значительное внимание уделяется развитию технологий, совершенствованию различных видов продукции и услуг, но далеко не все инновационные идеи используются на практике, поэтому большое количество российских инженеров, конструкторов и технологов работают за рубежом и демонстрируют хорошие навыки работы в авиационной сфере, космонавтике, машиностроении. Несмотря на имеющийся высокий научно-технический и производственный потенциал, отечественная авиационная промышленность не может конкурировать с зарубежной, поскольку во многих российских компаниях парк самолетов не обновлялся уже несколько десятилетий, а большинство запчастей, деталей для самолетов закупается за границей.

По данным Forbes, 13 российских авиакомпаний имеют парк самолетов со средним возрастом, превышающим 20 лет. При этом средний возраст всего самолетного парка 35 российских авиакомпаний – 16,3 года. Самый же старый парк – у авиаперевозчиков «Ижавиа», «Нордавиа» и «Каминводьявиа» [2]. Доля самолетов старше 30 лет (срок максимальной эксплуатации воздушного судна), находящихся в авиа-

парках российских авиакомпаний, составляет почти 30 %. Часто уже подержанные самолеты перекупают из зарубежных стран, что далеко не всегда положительно сказывается на безопасности летного и пассажирского состава. Огромное количество крушений самолетов происходит именно из-за использования устаревших деталей, недостаточной обеспеченности оборудования для технического осмотра. При нынешнем положении развитие авиационной промышленности практически невозможно и ограничено жесткими рамками. Основной причиной сложившейся ситуации является недостаточное финансирование данной отрасли, что не позволяет российским компаниям выйти на мировой уровень.

Для улучшения существующей ситуации необходимо наладить собственное производство деталей для самолетов, более тщательно проводить технический осмотр летательных аппаратов, не допускать использование авиатехники со сроком, превышающим максимальный срок эксплуатации. Целевое финансирование отрасли позволит производить качественное авиационное оборудование, вследствие чего будет обеспечена безопасность граждан, регулярно использующих самолеты, как средство передвижения.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>.
2. URL: <http://www.forbes.ru/ekonomika/kompanii/51553-13-aviakompanii-s-samymi-staryimi-samoletami/slide/1>.

© Степанова К. А., 2013

УДК 65.01

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

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Представлен проект по разработке стратегии инновационного развития предприятия молокоперерабатывающей отрасли – ООО «Агромилк». Предложены мероприятия, направленные на техническое перевооружение, сокращение непроизводственных расходов, повышение производительности труда, снижение энергоемкости производства, повышение качества продукции и полезности ее для потребителей, в основу которых заложены инновационные для данного предприятия решения.

Объектом исследования является Общество с ограниченной ответственностью «Агромилк», зарегистрированное 13 ноября 2006 года, место нахождения предприятия: Россия, Красноярский край, город Железногорск, улица Южная, д. 18. Предприятие специализируется на производстве молочной продукции.

В процессе исследования были выявлены следующие проблемы предприятия, тормозящие его развитие: оборудование с высоким уровнем морального и физического износа; неоптимальная структура и численность персонала; высокие коммунальные платежи и большие неиспользуемые производственные площади; высокие энергозатраты (вследствие дублирования морально изношенного оборудования, и размеров используемого здания). Оборудование и производственные площади не являются собственностью предприятия и находятся в долгосрочной муниципальной аренде.

Стратегический анализ внешней и внутренней среды предприятия, включает анализ макроокружения объекта исследования, анализ сил покупателей, поставщиков и конкурентов ООО «Агромилк», а также анализ внутреннего потенциала предприятия. Были выявлены следующие тенденции макроокружения предприятия: в экономической сфере наблюдается тенденция к монополизации рынка; в политико-правовой сфере усиливается давление на малый бизнес путем увеличения административных барьеров; в социально-культурной сфере ожидается рост доходов населения в ближайшие годы, это означает, что спрос на молочную продукцию будет расти, что благоприятно скажется на производителях; в связи с вступлением в ВТО усилится конкуренция с зарубежными поставщиками; в технологической сфере наблюдаются тенденции развития высоких технологий, появления инновационного оборудования, сопровождающиеся активной государственной поддержкой.

Конкурентный анализ выявил следующие тенденции микроокружения: сохраняется тенденция чувствительности покупателей к цене, но наблюдается повышение требований к качеству молочной продукции, ее полезным свойствам; ситуация с поставщиками остается на прежнем уровне, молочная перерабатывающая промышленность испытывает постоянный дефицит ресурсов, причем кардинальных изменений в динамике поголовья КРС в ближайшее время не предвидится ввиду малой инвестиционной привлекательности сельского хозяйства, а значит, проблема недос-

татка основного сырья остается одним из важнейших ограничителей развития отрасли.

Учитывая вышеизложенные тенденции, для обеспечения выживания местных производителей молочной продукции, необходимо своевременно предпринять кардинальные меры их долгосрочного (стратегического) развития. Вступление в ВТО угрожает возрастанием конкуренции с иностранными производителями продуктов питания, которые владеют более совершенными техникой и оборудованием, высокой степенью механизации и автоматизации производства, а значит и более эффективными методами производства и управления. Для обеспечения конкурентоспособности отечественных производителей молочной продукции необходимо в срочном порядке разработать и реализовать программы стратегического развития, направленные на техническое перевооружение, сокращение непроизводительных расходов, повышение производительности труда, снижение энергоемкости производства, повышение качества продукции и полезности ее для потребителей. Это возможно лишь благодаря использованию инноваций.

Предлагаемая стратегия инновационного развития предприятия предусматривает выход предприятия на новый уровень через улучшение технологической оснащенности производства, совершенствование системы маркетинга, построенной на пропаганде здоровых продуктов питания, повышении уровня информированности потенциальных потребителей о предприятии.

Стратегия инновационного развития, включает производственную, кадровую, маркетинговую, инвестиционную стратегии, а также предусматривает оценку их экономической эффективности.

В рамках производственной стратегии определяется оптимальный объем переработки сырья, определяется стоимость и переработки молока. Предлагается приобретение и внедрение модульного молокоперерабатывающего завода, что комплексно решит первоочередные проблемы предприятия, мешающие выходу на новый уровень развития. Модульный молочный завод – это готовый к выпуску продукции молочный завод, утепленный, оснащенный системами холодного и горячего водоснабжения, канализации, отопления, вентиляции, кондиционирования, укомплектованный молокоперерабатывающим оборудованием, смонтированным в единую технологическую схему, расходными материалами, приборами контроля качества

молока, технической и технологической документацией, сертификатами. Инновационность данного проекта заключается: в кардинальном изменении организации производства молочной продукции (по сравнению с существующим процессом); оптимизации планировочных решений; унификации конструкций цехов и оборудования; автоматизации производственных, транспортных и упаковочных операций; совершенствовании инфраструктуры предприятия; снижении энергопотребления; улучшении условий производства и труда работников; повышении эффективности использования территории предприятия; возможности дальнейшего повышения объемов переработки за счет приобретения дополнительных модулей.

В рамках инвестиционной стратегии осуществлен расчет потребности в инвестициях для реализации стратегии, определены способы финансирования (лизинг и получение краткосрочного кредита). Размер требуемых инвестиций составит: 8 692,66 тыс. руб. – лизинговые платежи; 5 000 тыс. руб. краткосрочный кредит. Так как лизинговые платежи целиком отно-

сятся на себестоимость продукции, то окупаемость инвестиций рассчитана только по кредиту. Срок окупаемости составит 1,4 года; чистый приведенный доход (NPV) – 17 338,01 тыс. руб. Оценка эффективности стратегии показала, что через 5 лет рентабельность деятельности предприятия вырастет на 46,71 %, чистая прибыль будет составлять 14 242,60 тыс. руб. в год, что более чем в 17 раз превышает прибыль за 2011 год.

После реализации стратегии предприятие будет обладать: новейшим инновационным собственным оборудованием; оптимальной структурой персонала с необходимым количеством сотрудников; отсутствием издержек за арендную плату; оптимальной производственной мощностью и показателями ее использования; меньшими коммунальными расходами и затратами на электроэнергию; современной системой маркетинга; возможностью расширения производственной мощности для выхода на новый уровень производства.

© Суханова Е. А., 2013

УДК 65.01

В. С. Сученкова

Научный руководитель – К. Ю. Лобков

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

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ В КРАСНОЯРСКЕ

Рассматривается рынок стоматологических услуг города Красноярска. Выявляются приоритетные стратегии развития. А также проводится анализ районов города, где необходимо открывать стоматологические клиники.

Состояние здоровья россиян постоянно ухудшается. Бесконечные социальные катаклизмы, экологические катастрофы – все эти факторы, ухудшают здоровье, увеличивающие процент заболеваемости, что в целом негативно влияет общий уровень и продолжительность жизни населения.

Красноярск это город большого количества заводов, не секрет не для кого, что в городе плохая экология (загрязненный воздух, грязная вода). Большинство продуктов, которые употребляются в пищу, не натуральные в них содержится множество нитратов. Полость рта вместе с зубами является начальным отделом пищеварительного тракта. Передние зубы играют важную роль в четкости произношения звуков речи. Правильный уход за полостью рта позволяет надолго сохранить здоровье, красивые зубы.

Сегодня стоматология является одним из самых доходных бизнесов. Условно рынок стоматологических услуг можно разделить на три составляющие:

Первая – это сектор государственных и ведомственных стоматологий. Они существуют в основном на государственные дотации, хотя оказывают и дополнительные платные услуги.

Вторая – частные стоматологические кабинеты на одно кресло. Это одна из наиболее распространенных

форм, число врачей, желающих работать на себя, не уменьшается.

Третья – частная клиника. Разница между стоматологическим кабинетом и клиникой состоит в том, что в кабинете должен сидеть человек-«оркестр». Он должен быть и пародонтологом, и терапевтом, и детским врачом, и ортопедом, и тут же хирургом. Кроме того, пациент, хочет лечиться и получать все услуги и консультации в одном месте. Сектор частных клиник сегодня динамично развивается.

Для того что бы понимать целесообразность, где и в каком районе открывать клиники необходимо понимать насыщенность рынка. Для этого был проведен анализ стоматологий приходящихся на каждый район города Красноярска. На рис. 1 представлены данные проведенного анализа.

В результате проведенного анализа, удалось выяснить, что в городе официально функционирует 221 стоматология, которые расположены в разных районах города. Для города численность жителей, в котором достигла 1 000 000 это, безусловно, недостаточно. На основании данных приведенных в диаграмме можно сделать вывод о том, что в каждом районе города, за исключением центрального существует недостаток стоматологий.

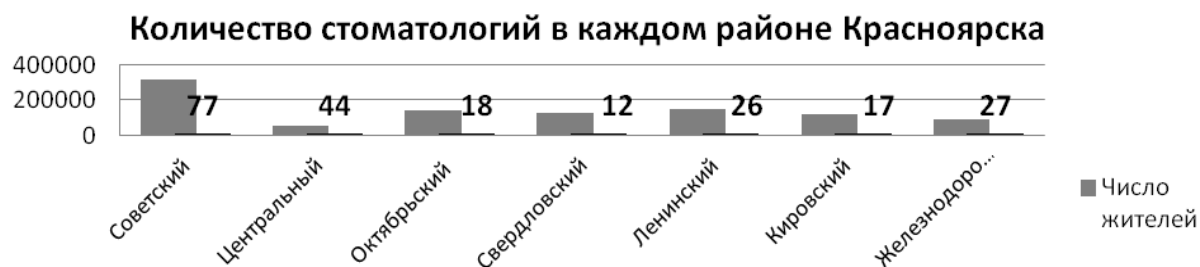


Рис. 1. Количество стоматологий в районах города Красноярска



Рис. 2. Новостройки Красноярска

В Красноярске активно развивается такой вид стоматологий, как частная клиника. Существуют различные направления развития стоматологий, по качеству, по новизне услуг, но особое внимание необходимо уделить направлению места расположения. Так как активными потребителями стоматологических услуг являются в основном молодые и люди среднего возраста, то необходимо открывать стоматологии в новых микрорайонах жителями которых они являются. Это имеет ряд преимуществ: во-первых, при строительстве микрорайонов квадратный метр площади стоит дешевле, чем в застроенном микрорайоне; во-вторых, существует возможность наработать широкий круг постоянных клиентов, это будет сделать проще, не имея пока конкурентов; в-третьих, в новых микрорайонах живут в основном молодые и люди среднего возраста, у которых существует спрос на данные услуги.

Сейчас в Красноярске идет активное строительство новых домов. Прошедший год стал рекордным по вводу муниципального жилья в рамках федеральных, краевых и городских программ. Идет активное строительство в микрорайонах «Солнечный», «Метро-строитель», «Зеленый городок», «Покровский» и по ул. Тимошенкова, а также в Советском, Свердловском и Октябрьском районах. На рис. 2 представим застройку домов в районах города.

На основании диаграммы можно сделать вывод о том, что в городе идет активное строительство новых жилых домов, новых микрорайонов в которых не достаточно развита, а порой и вообще не развита инфраструктура.

При выборе помещения под клинику, как уже было отмечено ранее нужно, уделять внимание, его месторасположению, желательно, чтобы это было место с хорошей транспортной доступностью. Поэтому при вопросе, где открывать новую клинику в первую очередь нужно рассматривать именно такие микрорайоны, где идет активная застройка.

Таким образом, в городе Красноярск существует недостаток стоматологий. Так как это миллионный город, с хорошо развитой промышленностью, следствием чего является плохая экология, проблемы со здоровьем. Стоматология это фрагментарный бизнес, поэтому правильное месторасположение клиники является ключевым фактором успеха. При помощи проведенного анализа, выявлены наиболее приоритетные направления развития стоматологического бизнеса в Красноярске. Информация, полученная в ходе проведенного анализа, позволяет планировать развитие сети формата стоматологических клиник.

© Сученкова В. С., 2013

Ю. Н. Таначева
Научный руководитель – Л. Ф. Ладыгина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМА ОБРАЗОВАНИЯ В АЭРОКОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Рассмотрена наиболее значимая проблема, имеющая место в аэрокосмической отрасли страны – проблема аэрокосмического образования. Рассмотрены источники данной проблемы, а также возможные пути ее решения, предлагаемые специалистами данной отрасли.

Аэрокосмическая отрасль традиционно считается одной из наиболее наукоемких, высокотехнологичных и системообразующих отраслей отечественной промышленности. Она занимает ведущее место среди оборонных отраслей промышленности по объему производства и реализации продукции, стоимости основных фондов предприятий, численности высококвалифицированных кадров. Однако замедление процессов разработки, производства и сбыта авиационной техники, а во многих случаях и их практическая остановка привели к неизбежному в таких условиях падению технологического уровня производства и проектирования, устареванию основных производственных фондов и большим кадровым потерям – как в количественном отношении, так и в отношении владения современными конструкторскими и производственными навыками [4].

В настоящее время большинство предприятий авиационной и ракетно-космической промышленности в целях обеспечения конкурентоспособности и активного расширения своего участия в международном разделении труда интенсивно работают по внедрению современных информационных технологий, базирующихся на принципах корпоративного управления жизненным циклом производимой продукции, что должно позволить сократить сроки и стоимостные показатели, а так же обеспечить современный уровень качества [2]. Успешная реализация поставленных целей возможна только в случае создания системы непрерывной подготовки кадров в данной области, то есть кадров не только готовых к квалифицированному использованию прогрессивных информационных и организационных технологий, но и к их развитию и совершенствованию.

Однако сегодня в аэрокосмической промышленности продолжается процесс сокращения численности работников. Сокращается доля работников, имеющих высшее образование (30,32 %). И в тоже время состав работников со средним и средним специальным образованием увеличивается (58,31 %). При росте доли специалистов и руководителей в общей численности работников снижение удельного веса работников с высшим образованием свидетельствует о снижении «качества кадров». При этом средний возраст работников предприятий авиационной и ракетно-космической промышленности существенно превышает данный показатель по промышленности России (39,3 лет), продолжает возрастать количество работников пенсионного возраста и не уменьшается отток молодых работников (до 30 лет) [1]. Причиной этому

является использование непродуктивных мотивационных факторов в управлении, отношение к наемным работникам, управление, оторванное от реалий отрасли и бесчисленное множество последствий дезинтеграции, большинство которых тесно переплетаются друг с другом и должны рассматриваться в совокупности. В результате чего некоторые наиболее талантливые и опытные инженеры, административные руководители и производственные специалисты покидают большие компании отрасли либо в поисках нового вида деятельности, либо чтобы начать работу в небольших компаниях.

В этих условиях целевой прием работников из высших учебных заведений, особенно по оборонным специальностям, явно недостаточен. Количество принимаемых работников из вузов должно как минимум втрое превышать текущие показатели (около 2 % от общей численности работников). Для этого необходимо объединить усилия аэрокосмических вузов и предприятий Росавиакосмоса по организации целевой подготовки квалифицированных специалистов на конкретные рабочие места. Подготовка инженеров по проектированию и разработке высокосложной, наукоемкой и высокотехнологичной техники исключительно сложная задача, имеющая свои весьма существенные особенности: высокая сложность объектов техники и решаемых ею задач, специфичность используемых технологий, изучение большого объема дополнительных по отношению к изучаемому объекту техники знаний. Это требует дифференцированного подхода при формировании системы подготовки специалистов для аэрокосмической отрасли. Однако в последние годы наметилась определенная стабилизация кадрового потенциала аэрокосмического комплекса страны. В аэрокосмических вузах имеется достаточная организационная и методическая инфраструктура для подготовки кадров в широком спектре информационных технологий. На этой базе необходимо развитие целенаправленной деятельности аэрокосмических вузов и предприятий авиационной и ракетно-космической промышленности по информатизации системы подготовки кадров, системы дополнительного образования и переподготовки научных и педагогических кадров аэрокосмических вузов. Что позволит подготовить на высоком уровне преподавательский контингент, необходимый для подготовки кадров аэрокосмических предприятий и обеспечить решение организационных проблем выпуска в аэрокосмических вузах специалистов, готовых решать профессиональные задачи проектирования, подготовки

производства, изготовления и эксплуатации изделий с помощью прикладных информационных технологий. Помимо этого разрабатываются открытые образовательные программы, в которых участвуют представители НИИ, вузов, других научных и общественных организаций. Примерами этого являются открытая образовательно-исследовательская программа «Космический патруль» и Московский открытый проект «Здравствуй, Галактика!» – примеры реализации открытой Программы «Человек во Вселенной».

Еще одним шагом на пути решения данной проблемы аэрокосмической отрасли является открытие аэрокосмических классов на базе общеобразовательных учебных заведений. Примером является открытие таких классов в г. Благовещенске, так как строящемуся вблизи города космодрому «Восточный», запуск первого ракетносителя с которого запланирован на конец 2015 года, потребуются высококлассные специалисты.

Благодаря применению на практике предложенных решений, в последнее время ситуация в данном вопросе постепенно стабилизируется. Однако по-прежнему проблема образования в аэрокосмической

отрасли остается актуальной, поэтому для ее разрешения необходимо рассматривать все возможные варианты, принимая во внимание и те факторы, которые являются ее источниками.

Библиографические ссылки

1. Семенов В. В., Малахов Ю. М., Севрюков Ю. И. Развитие кадрового потенциала авиационной и ракетно-космической промышленности России [Электронный ресурс]. URL: <http://ihst.ru/~akm/14t28.htm>.
2. Алифанов О. М., Падалко С. Н., Хошулин В. С. Особенности развития информатизации аэрокосмического образования на современном этапе [Электронный ресурс]. URL: <http://ihst.ru/~akm/14t28.htm>.
3. Изучение премудростей ракетостроения в школе [Электронный ресурс]. URL: <http://www.1tv.ru/news/other/221778>.
4. Аэрокосмическая промышленность: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. URL: http://novostispb.ru/news/industrial_gazette/981.

© Таначева Ю. Н., 2013

УДК 338.2

К. В. Терещенко, М. В. Мельников
Научный руководитель – И. В. Зеньков
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ ВЕНЧУРНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Сегодня понятие «человеческий капитал» уже прочно вошло в корпоративную лексику. Во многих компаниях начинают придавать серьезное значение нематериальным характеристикам сотрудников, таким как лояльность, способность устанавливать взаимоотношения с потребителями и готовность идти на риск.

Человеческий капитал – оценка воплощенной в индивидууме потенциальной способности приносить доход. Включает врожденные способности и таланты, а также образование и приобретенную квалификацию [1].

Можно услышать мнение, что, поскольку точно «измерить» человеческий капитал невозможно, то и определить его влияние на рост прибыли, доходов, капитализации нельзя. Но, с другой стороны, подбирая сотрудника на ту или иную должность, любая компания выдвигает определенный набор требований, таких как креативность, работоспособность, мобильность. Что это, если не попытка оценить человеческий капитал?! Компании, финансируемые венчурным капиталом, являются здесь, пожалуй, наиболее ярким примером, так как в них человеческий капитал приобретает особое значение. Что важнее при принятии решения о финансировании: квалификация команды или предлагаемая идея, навыки предпринимательства или перспективность рынка? Некоторые инвесторы скажут: «Рынок важнее, команду можно поменять». Другие возразят «Подобрать команду, способную реализовать этот проект на таком рынке, сложно и невыгодно. Проще отказаться от этого проекта». Как и во многих спорах, истина лежит где-то посередине.

Качествами, наиболее часто идентифицируемыми как «очень важные» для руководителей компаний, финансируемых венчурным капиталом являются особенности, которые универсально считаются желательными для любого лидера: этическое поведение/честность, лидерские навыки и способность к привлечению наиболее талантливых сотрудников. В то же время умение создавать концепцию развития компании и навыки мобилизации капитала были признаны более важными, чем десятилетие назад. Умение создавать концепцию, например, занимает четвертое место среди важных навыков CEO (Chief Executive Officer) в 2010 году, но только седьмое – в 2001 году.

Вне всякого сомнения, сейчас компаниям труднее мобилизовать капитал, чем десять лет назад. По результатам недавнего отчета Pricewaterhouse Coopers/NVCA Money Tree™, созданного на основе данных Thomson Reuters, сумма венчурного капитала, инвестированного в компании в 2001 году, превосходила 7 млрд долл., что более чем вдвое превышало сумму около 3,3 млрд долл., инвестированных в 2009 году. В некоторых случаях такие условия привели к тому, что инвестиционные фирмы с меньшим желанием стали выбирать CEO, чьим основным достоин-

ством являлось умение заинтересовывать и продавать, предпочитая руководителей, у которых не только был надежный послужной список в области мобилизации частного капитала, но также присутствовало понимание значения эффективности капитальных вложений. Несмотря на эти факты, находить высококачественных руководителей до сих пор непросто, частично по той причине, что сегодняшним CEO КФВК приходится брать на себя более долгосрочные обязательства. «Сегодня нас окружает больше опытных людей, но тем не менее – раньше было, в общем-то, легче нанять хорошего CEO, благодаря тому, какие были тогда выходы и как быстро можно было достичь этих выходов, – сказал Камра. – Теперь мы ищем людей, способных терпеливо дожидаться ожидаемого результата, – не стоит брать в расчет ребят, которые хотят осуществить выход за два года». В некоторых отраслях, таких как биотехнологии и медицинское оборудование, существенно возросли регуляторные препятствия, мешающие CEO КФВК достигнуть стадии выхода, – и это является фактором, затрудняющим привлечение способных руководителей. Однако этот факт уравнивается усилиями крупнейших фармацевтических компаний, создающими большой пул доступных талантливых специалистов. «Стало труднее находить людей на должность CEO, но всегда есть возможность взять человека непосредственно из большой компании в малую, – говорит Томас. – Для нас это больший риск, однако крупные компании увольняют массу работников, и для них это является альтернативой». Тем временем, растущие сектора – объекты венчурного финансирования, такие как экологически чистые технологии – намного активнее, чем раньше, привлекают высококлассных специалистов. «Десять лет назад чистые технологии получали менее 1 % от всего объема венчурных инвестиций, а ключевые CEO и другие руководители часто являлись крупными учеными, не имевшими никакого опыта в управлении, – заявил Айра Эренпрейс, генеральный партнер Technology Partners. – Сегодня же чистые технологии представляют собой крупнейшую глобальную возможность нашего времени, и, как результат, наш сектор стал магнитом, притягивающим самых лучших и ярких».

В некоторых отраслях, таких как биотехнологии и медицинское оборудование, существенно возросли регуляторные препятствия, мешающие CEO КФВК достигнуть стадии выхода, и это является фактором, затрудняющим привлечение способных руководителей. Однако этот факт уравнивается усилиями крупнейших фармацевтических компаний, создающими большой пул доступных талантливых специалистов.

Как утверждают респонденты, в поисках талантливых руководителей для работы в развивающихся секторах, где пул кандидатов в CEO невелик, они отдают большее предпочтение CEO из иных секторов, которые обладают доказанным опытом в получении венчурных инвестиций, по сравнению с предпринимателями из нужного сектора, но не обладающими опытом работы в качестве CEO, или отраслевыми лидерами из крупных компаний, у которых нет опыта работы в предпринимательской среде.

Входя в новое десятилетие, индустрия прямого и венчурного инвестирования занимается переоценкой своих стратегических подходов. Среди развивающихся отраслей наибольшего внимания удостоились чистые технологии – 36 % респондентов 2010 года ответили, что их фирмы инвестируют в эту область. Однако инвестиции в отрасли, традиционные для этой индустрии, также остаются на высоком уровне: 57 % респондентов инвестируют в науки о жизни и 67 % – в информационные технологии [2].

В качестве заключения к нашей работе, хотелось бы привести следующие слова: «Сегодня на смену практике назначения на посты по знакомству приходят назначения более подходящих, эффективно работающих независимых членов совета директоров, которых нанимают из частных соображений»

Библиографические ссылки

1. Лопатников Л. И. *Экономико-математический словарь: словарь современной экономической науки.*
2. Беляков С. А. и др. (2011). *Экспорт образовательных услуг: анализ управленческих решений.* М.: Дело, 2011.

© Терещенко К. В., Мельников М. В., 2013

УДК 658.075

Д. Е. Хралович

Научный руководитель – О. В. Гостева

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

ФУНКЦИИ РУКОВОДИТЕЛЯ В УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Изучены причины изменения основных функций руководителя в управлении предприятием, определено значение масштаба власти руководителя. На основе концепций Честера Барнарда обозначены наиболее важные функции руководителя и обоснована актуальность их применения при управлении инновационным предприятием.

Россия, относительно давно совершившая переход от плановой экономики к рыночной (более 20 лет назад), в данный момент находится на этапе инноваци-

онного развития – последней стадии постиндустриального общества. Однако, в предпринимательской практике до сих пор присутствуют некие «традиции

прошлого», тормозящие развитие предприятия, и, наоборот, исчезли такие функции, которые обеспечивают наиболее эффективное функционирование организации. В первом случае речь идет о многоуровневой иерархии, о планах производства, не соответствующих спросу и т. д.; во втором – о функциях руководителя, масштабе его власти, о преобладании нематериальной мотивации персонала, о соответствии формальной организационной культуры неформальной.

Данный факт легко поддается объяснению. При плановой экономике как формальная, так и неформальная организационная культура формировалась под воздействием наиболее общей системы – государства в целом. Соответственно применение нематериальных мотивов было наиболее действенным способом мотивации персонала, а руководитель являлся беспрекословным авторитетом, власть которого была общепризнанной как в формальных, так и неформальных кругах [1].

В связи со сменой политического режима изменилась и экономическая ситуация в стране в целом, а значит, и на каждом конкретном предприятии в частности. Изменился масштаб власти руководителя.

Честер Барнард в своей книге «Функции руководителя» определяет власть как свойство сообщения (приказа) в формальной организации, благодаря которому оно (сообщение) принимается участником или «членом» организации в качестве руководства к выполнению тех или иных действий в сфере его внутриорганизационных полномочий [1]. Согласно данному определению власть с одной стороны выражается в согласии подчиняться указаниям, а с другой – представляет собой суть указания. То есть организационная власть определяется не теми, кто отдает приказы, а теми, кто либо принимает, либо отвергает их.

В отличие от формальной организации, являющейся по сути абстрактным отображением системы разнообразных отношений, неформальная организация динамична и включает в себя все сети коммуникации. Успех неформальной системы коммуникации определяется общностью взглядов и целей ее участников.

Поэтому роль руководителя заключается не столько в координации работ, сколько в обеспечении функционирования системы в целом.

Ч. Барнард разделил все функции руководителя на три обширных зоны:

1. Разработка и поддержание системы коммуникации и техники контроля, направленной на повышение эффективности, такие как повышение, понижение и увольнение, и, наконец, постепенное создание неформальной организации.

2. Управление человеческими ресурсами, включая привлечение в организацию нужных работников и их эффективную мотивацию в ходе последующей карьеры.

3. Определение целей и задач организации и ознакомление представителей низших уровней с общими задачами и основными решениями с целью повышения их сплоченности и обучения их принятию скоординированных решений [1].

Руководитель, прежде всего, должен формировать позитивные ценности, и только потом быть управляющим [2].

Власть руководителя всегда ограничивается тем, до какой степени лица, получающие от него приказы, согласны выполнять их. Каждый руководитель должен осознавать пределы своей власти. Организация, достигая свою цель, должна отчасти удовлетворить желания тех, кто обеспечивает достижение цели. Организация, неспособная удовлетворить собственных членов, неэффективна, и, следовательно, недолговечна.

На поведение работников так же влияют внешние факторы, такие как: круг общения, роль и статус индивида. В целом выделяют три типа поведения людей в организации: независимый (ориентация на руководство или лидерство), нейтральный и зависимый (предполагающий подчинение) [3].

В соответствии с этим, можно выделить следующие механизмы управления: социально-психологические (опираются на убеждение, морально стимулирование, сознательность, держатся на обычаях и традиционных ценностях общества), экономические (основаны на использовании материальных интересов, комплекс взаимосвязанных экономических мер, направленных на достижение конкретного результата), организационно-административные методы (основаны на приказах, распоряжениях, законах и других нормативно-правовых документах и опираются на возможность применения силы).

Не смотря на то, что данное определение функций руководителя было сформулировано еще в довоенное время, эффективность их применения не вызывает сомнений и в наши дни. Особенно сейчас, в условиях российских реалий, в связи с наращиванием научного и технического потенциала страны необходимо создавать устойчивые системы, способные успешно функционировать в долгосрочной перспективе.

Библиографические ссылки

1. Барнард Ч. *Функции руководителя. Власть стимулы и ценности в организации*. М. : Социум, 2012. С. 336
2. Иванова Т. *Теория организации : учебник для вузов*. М. : КноРус, 2012. С. 462.
3. Кнорринг В. И. *Теория, практика и искусство управления : учебник для вузов*. М. : Экономика и управление, 2008.

© Хралович Д. Е., 2013

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

ИНСТРУМЕНТЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Рассматривается современное понимание антикризисного управления, изучаются его подсистемы: превентивное, реактивное и антиципативное антикризисное управление. Анализируются подходы к антикризисному управлению на примере компаний «Аэрофлот» и «Sony».

Присущие современной экономике неопределенность, динамика, риски и многофакторность усиливают вероятность несоответствия финансово-хозяйственных характеристик деятельности предприятия параметрам окружающей среды, что приводит к возникновению на предприятии кризисных ситуаций. Это усиливает требования к системе управления предприятием, требуя новых подходов к её организации, методам и инструментам.

На практике параллельно используются две системы: обычного менеджмента (управления в устойчивых условиях) и антикризисного управления. Под последним в одних случаях понимают управление в условиях общего кризиса экономики, в других – управление в преддверии банкротства. В современных условиях точное понимание должно отражать системный подход, базирующийся на представлении о предприятии как об открытой социально-экономической среде, учитывающей неразрывность внешней и внутренней среды.

Антикризисное управление включает три подсистемы:

- реактивный антикризисный менеджмент – тактические (оперативные) мероприятия, проводимые когда кризис уже возник, для восстановления докризисного уровня;
- антиципативный (опережающий) антикризисный менеджмент – стратегические мероприятия, направленные на избежание кризисных ситуаций в будущем;
- предупреждающий (превентивный) антикризисный менеджмент – реализуется постоянно с целью своевременного выявления возникающих негативных тенденций и активации мер по предотвращению их развития [1].

На практике применение антикризисных инструментов можно рассмотреть на примере известной отечественной авиакомпании. Сейчас трудно поверить, что в конце 1980-х годов «Аэрофлот» был самой большой авиакомпанией в мире, перевозившая более 100 млн пассажиров в год в 105 стран. В 1990-е от былой мощи не осталось и следа: перевозчик распался на 300 авиакомпаний. Сейчас компания летает в 115 аэропортов 53 стран мира. С развалом СССР «Аэрофлот» потерял не маршруты, а пассажиропотоки, а вместе с ними исчезла и экономика. Для исправления ситуации было принято решение нанять антикризисного управляющего.

Впервые Виталий Савельев появился в «Аэрофлоте» в апреле 2009 года, и был назначен на пост гене-

рального директора авиакомпании. Савельев немедленно сменил весь топ-менеджмент и за год сократил запланированные прежним руководством расходы на \$958 млн. Самая большая статья затрат компании (около 30 %) – закупки топлива. Сначала «Аэрофлот» начал покупать топливо на конкурсной основе, и экономия составила \$26 млн в год, а потом – напрямую у нефтяных компаний по формуле, привязанной к мировым биржевым ценам, что принесло экономии \$50 млн в год.

После аудита информационных систем управления 180 программных комплексов заменили на четыре базовые платформы, автоматизировали бухгалтерский и налоговый учет, бюджетирование, управление закупками и запасами и т. д. В ходе замены выяснилось, например, что по 2 500 договорам компания платила за услуги по два раза. Также в 2009 году «Аэрофлот» запустил программу повышения качества сервиса: изменили меню, сменили форму, так же провели повышение квалификации обслуживающего персонала.

Опрос консультантов из Bain & Company показал, что в 2011 году 52 % пассажиров рекомендуют компанию родным и знакомым (в 2010 году – 44 %). По оценке Савельева, прирост лояльности на один процентный пункт обеспечивает увеличение выручки на \$15 млн. За год только за счет качества сервиса они прибавили \$120 млн. В 2011 году прибыль компании составила \$491 млн (10-е место среди авиакомпаний мира) [2].

Компания «Аэрофлот» показывает положительный пример, основанный на внимательном изучении нужд корпорации и всей отрасли, а так же на профессиональном взгляде на положение вещей. Были использованы различные инструменты оперативного антикризисного управления, а так же разработан стратегический план мероприятий.

Но не всегда все идет так же гладко. Японская компания «Sony», известная на весь мир своими инновационными технологиями, уже 4 года как не приносит прибыль своим владельцам. Дело в том, что с приходом западной индустриальной стратегии, компании пришлось пересмотреть свои принципы. Если раньше в компании топ-менеджментом до 85 % времени уделялось инновациям, а остальное время – финансовым и кадровым вопросам, то теперь тактика индустриальной эпохи использовалась для снижения издержек.

К 2005 году Sony достигла кульминационной точки этой стратегии, поставив во главе компании не японца. Говард Стрингер заработал свою репутацию

как начальник американского филиала Sony, который, в согласии с индустриальной стратегией, сократил свой штат рабочих на треть. Стрингер решил сосредоточиться на конкретном ограниченном ассортименте продукции, чтобы нарастить объемы выпуска, стараться избегать затратного развития технологических новинок в пользу массового производства чужих работ и постоянно искать способы сокращения затрат. Именно поэтому во время пребывания Стрингера во главе компании Sony не создала ни одного громкого нового продукта [3].

Компании Sony следует провести не только ряд тактических мероприятий, таких как маркетинговые исследования и модернизация управления, так и разработать новый план антиципативного антикризисного управления, рассмотреть возможность и необходимость возвращения к её историческим принципам – инновациям и технологиям. Это должно помочь вернуть компании звание новатора и улучшить финансовое состояние.

Таким образом, стоит понимать, что не для каждой компании подходят в одинаковой степени одни и те же инструменты антикризисного управления. Одних

они могут вывести из кризиса, а другие с помощью тех же мер могут оказаться на грани банкротства. В связи с этим возникает потребность в разработке методик и принципов использования различных инструментов антикризисного управления, которые будут учитывать различия не только в сферах применения, но и в производственных процессах.

Библиографические ссылки

1. Айвазян З., Кириченко В. Антикризисное управление: принятие решений на краю пропасти // *Проблемы теории и практики управления*. 2008. № 56. С. 48.
2. Попов И. Как реформировали «Аэрофлот»: от спасения в кризис до возвращения монополии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.forbes.ru/sobytiya/kompanii/231006-kak-reformirovali-aeroflot-ot-spase-niya-v-krizis-do-vozvrashcheniya-monopol>.
3. Харпунг А. Как умирала компания Sony [Электронный ресурс]. URL: <http://www.forbes.ru/tehnologii/81907-kak-umirala-kompaniya-sony>.

© Чекаловец М. А., 2013

УДК 338.2

Я. Ш. Шарифуллина

Научный руководитель – М. А. Рагозина

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

РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРА ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЗАТО ЖЕЛЕЗНОГОРСК КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Железногорск был создан как эффективная инновационная территория в рамках «старой» индустриальной модели. Сегодня доминирующей становится территориальная кластерная модель, именно в этом формате происходит конкуренция территорий за кадры и капиталы.

Реализация проектов инновационного развития компаний в рамках направлений деятельности рабочих групп Комиссии Президента РФ по модернизации и развитию экономики России размещены в ограниченном числе регионов и городов России. Для повышения эффективности инновационной деятельности в мировой практике используется механизм формирования кластеров.

Инновационный кластер – совокупность размещенных на ограниченной территории предприятий и организаций (участников кластера), которая характеризуется наличием:

- объединяющей участников кластера научно-производственной цепочки в одной или нескольких отраслях (ключевых видах экономической деятельности);
- механизма координации деятельности и кооперации участников кластера;
- синергетического эффекта, выраженного в повышении экономической эффективности и результативности деятельности каждого предприятия или организации за счет высокой степени их концентрации и кооперации [3].

Инструмент кластерной политики – комплекс взаимоувязанных мероприятий, направленных на создание дополнительных условий для повышения конкурентоспособности и эффективного взаимодействия участников кластера, реализуемых федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления совместно с участниками кластера [2].

Ключевые предпосылки создания инновационного кластера в ЗАТО Железногорск: наличие высокотехнологического ядра с сильными конкурентными позициями, возможность достройки производственных и технологических цепочек, наличие или возможность привлечения образовательного центра. Цель кластера – создание инновационных бизнесов «вокруг» ядер кластера Железногорска (постоянное производство новых инновационных бизнесов). Задачи кластера: оптимизация и повышение эффективности, выстраивание производственно-технологических цепочек; сохранение и развитие кадрового потенциала; расширение и развитие исследовательского ядра; доступность инвестиций; маркетинговое продвижение [5].

Инструментом реализации открывающихся возможностей является кластерное строительство. В настоящий момент глобально значимых инновационных территорий в России фактически нет.

Железногорск был создан как эффективная инновационная территория в рамках «старой» индустриальной модели. Сегодня доминирующей становится территориальная кластерная модель, именно в этом формате происходит конкуренция территорий за кадры и капиталы. Главными проблемами, возникающими при формировании кластеров являются: отсутствие территориальных проекций программ инновационного развития и модернизации ключевых государственных компаний, отсутствие системы взаимодействия потенциальных глобальных игроков; наличие кластера не является значимым критерием при рассмотрении вопроса на федеральном уровне о целесообразности финансирования инфраструктурных проектов, необходимых для развития кластера; не определен правовой статус системы (органов) управления кластером, источники ее обеспечения ресурсами; законодательные ограничения доступа и деятельности граждан и организаций на территории ЗАТО (невозможно создание компаний с иностранными учредителями, приватизация земли, ограничения на создание совместных предприятий с участием иностранных инвесторов); отсутствие механизмов стимулирования прихода инвесторов на территории формирования кластеров (в первую очередь экономические преференции). Отсутствует механизм управления проектами территориального развития [1].

Для того, чтобы реализовать возможности в изменяющихся рынках, необходимо модернизировать «старые» технологические центры в соответствии с современными требованиями к инновационным территориям.

Во-первых, оказывать содействие росту эффективности и технологической конкурентоспособности производств и оптимизации производственно-технологических цепочек. Во-вторых, сохранить и развить кадровый потенциал. В-третьих, значительно расширить исследовательские компоненты кластера. Это будет возможным при взаимодействии предприятий кластерной группы с вузами и различными институтами развития. В-четвертых, обеспечить доступность государственных и частных инвестиций [4].

С учетом особенностей кластера инновационных технологий ЗАТО г. Железногорск предлагается предусмотреть возможность приоритетного финансирования проектов с помощью механизмов федеральных программ, реализуемых в рамках развития кластеров.

Кроме того, предлагается внести изменения в процедуру отбора субъектов Российской Федерации, создающих промышленные парки, являющиеся элементами создаваемых кластеров. Развитие кооперации особенно в части трансфера высоких технологий может предполагать альянсы с крупными иностранными и российскими компаниями. Предлагается предусмотреть возможность размещения в промышленных парках якорных резидентов, не относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, но выступающих потенциальными центрами кооперации, создающих спрос на инновации от малого и среднего бизнеса или обладающих высокими технологиями, которые могут стать доступными для других резидентов промышленного парка.

В заключение хотелось бы добавить, что при рассмотрении вопросов о поддержке проектов создания промышленных парков в Минэкономразвития России необходимо принимать решения о софинансировании соответствующих проектов не только в рамках текущего финансового года, а на весь срок реализации проекта [1].

Библиографические ссылки

1. Ковалевич Д. А. ГК «Росатом». 17.05.2011.
2. Развитие кластеров: сущность, актуальные подходы, зарубежный опыт / авт.-сост. С. Ф. Пятинкин, Т. П. Быкова. Минск : Тесей, 2008. 72 с.
3. Сташевская Г. Н. Формирование инновационного кластера на базе профильного технопарка как механизм регионального развития // Инновации. СПб., 2009. № 4 (126). С. 82–87.
4. Фияксель Э. А., Назаров М. Г. Роль инновационного кластера в формировании РИС (региональной инновационной системы) // Инновации. СПб., 2009. № 6 (128). С. 86–88.
5. Шерешева М. Ю. Инновационные кластеры // Региональные аспекты формирования национальной инновационной системы. М. : Статут, 2007.

© Шарифуллина Я. Ш., 2013

УДК 339.3:001.895

Е. С. Штанговец, Е. Г. Зальцман
Научный руководитель – Ю. А. Анищенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗВИТИЕ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ

Авторы рассматривают перспективы развития малых инновационных предприятий и основные проблемы их функционирования в России, а также способы поддержки малого инновационного предпринимательства.

Экономика, которая выбирает инновационный путь развития, не сможет обойтись без основных проводников новых технологий и инноваций, которыми являются малые инновационные предприятия. Многие новейшие направления НТП в частном секторе развиваются именно за счет малого бизнеса [1].

Малое инновационное предприятие (МИП) – это предприятие, у которого доля продукции старше трех лет в общем объеме выпускаемой продукции составляет не более 10%. В России МИП начали появляться в начале 90-х годов. Постепенно их количество сокращалось из-за низкого спроса и сложностей выхода на рынок с новой продукцией. Однако с конца 90-х годов стали появляться новые МИП, которые создавались как предприятия, ведущие исследовательские разработки для крупных компаний (Газпром, ЛУКОЙЛ).

МИП является небольшим мобильным коллективом профессионалов, действующих самостоятельно или в составе крупной компании в таких сферах, где происходят постоянные изменения. Основателями малого инновационного бизнеса являются ученые, инженеры, изобретатели, стремящиеся с расчетом на материальную выгоду воплотить в жизнь новейшие достижения науки и техники. Первоначальным капиталом таких предприятий могут служить личные сбережения учредителей, но их обычно не хватает для реализации имеющихся идей. В таких ситуациях приходится обращаться в специализированные финансовые организации, готовые предоставить рискованный капитал.

МИП в России действуют в сфере разработки программных продуктов, лазерной техники, маркетинговых исследований, в области «улучшающих» нововведений, т. е. в основном заняты модернизацией продукции, производимой крупными предприятиями и имеющей хорошие рыночные перспективы [1].

На сегодняшний день существуют следующие организации, финансирующие и способствующие развитию малых инновационных предприятий: Российский фонд фундаментальных исследований, Российский фонд технологического развития (РФТР), Фонд содействия развития малых форм предприятий в научно-технической сфере (Фонд содействия), Венчурный инновационный фонд (ВИФ).

Так, например, Российский фонд технологического развития в основном поддерживает проекты в области прикладных исследований и разработок; главными получателями его средств являются научно-исследовательские организации и малые предприятия. Фонд содействия занимается поддержкой малых

предприятий, а также финансированием начинающих инновационных компаний (start-ups) через программу «СТАРТ», в рамках реализации которой осуществляется так называемое «посевное» финансирование инновационных проектов, находящихся на ранней стадии развития [3].

Масштабы помощи российским МИП сегодня явно не достаточны. Так, РФТР за десять лет поддержал 840 межотраслевых научно-технических проектов. Фонд содействия за этот же срок профинансировал более 2 тысяч малых предприятий, (для сравнения: в рамках американской программы SBIR «Инновационные исследования малого бизнеса» за аналогичный временной интервал было поддержано более 35 тысяч малых фирм).

Согласно закону «О создании малых предприятий при вузах и научных учреждениях» от 24 июля 2009 года, государственные вузы также могут сами создавать предприятия, деятельность которых заключается в практическом применении результатов интеллектуальной деятельности, исключительные права на которые принадлежат данным образовательным учреждениям. Данный закон стимулирует активизацию инновационной деятельности. Существование при НИИ малого инновационного предприятия дает им ряд преимуществ: позволяет отсрочивать платежи за аренду и коммунальные услуги; пользоваться опытно-экспериментальной базой, наработанными связями института с партнерами и заказчиками, его научным потенциалом, брендом и, наконец, получать через материнскую организацию часть госзаказа. Каждое из этих предприятий, так или иначе, использует инновации и способствует развитию инновационной деятельности в стране.

Однако малый инновационный бизнес в настоящее время сталкивается с рядом трудностей, например: отсутствие эффективной правовой базы; кадровая проблема; финансовые механизмы поддержки инновационной деятельности находятся в стадии формирования; нестабильная экономическая ситуация; проблема информационного обеспечения и пр. Например, принятие важнейших решений, касающихся производства и сбыта, в зарубежных фирмах происходит только после экономической конкурентной разведки, проводимой с использованием патентной информации. Однако в России весь накопленный в патентном ведомстве опыт по определению наиболее перспективных технологий, их правовой охраны и возможностей использования даже без приобретения лицензий пока остается невостребованным [2].

Сегодня для информационного обеспечения малых предприятий деятельность Роспатента может оказаться достаточно полезной. На основе уже сложившейся в Роспатенте системы оказания услуг информационного характера, специально для малых предприятий инновационной сферы могут проводиться мероприятия, ориентированные на повышение уровня, качества и конкурентоспособности отечественных инновационных идей и разработок. Помощь Роспатента может оказаться чрезвычайно полезной в части анализа и отбора для реализации инвестиционных проектов и программ, а также при создании новых инновационных предприятий и производств [2].

В заключение хотелось бы отметить, что инновационный бизнес одновременно является уникальным и сложным, перспективным и высоко рискованным. Конечно создание технопарков, бизнес-инкубаторов и прочих элементов инновационной инфраструктуры решает часть проблем, с которым сталкивается малый инновационный бизнес в своей деятельности, особенно в период становления. Но дальнейшее развитие МИП невозможно без совершенной системы государ-

ственной поддержки и стимулирования инновационной деятельности малого предпринимательства. С учетом положительного опыта развития малого инновационного бизнеса за рубежом, с уверенностью можно сказать, что процветание этого сектора малого предпринимательства будет способствовать эффективному и стабильному экономическому развитию нашей страны в будущем.

Библиографические ссылки

1. *Инновации. Источники инновационных возможностей* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.projects.innovbusiness.ru/content/>.
2. Жуков А. Стимулирование инновационной деятельности малого и среднего бизнеса // *Проблемы теории и практики управления*. 2007. № 4. С. 9–14.
3. [Электронный ресурс]. URL: http://chelt.ru/2005/3-05/dezgina_3-05.html.

© Штанговец Е. С., Зальцман Е. Г., 2013

УДК 669.713.7

Ю. В. Аверина
Научный руководитель – А. Г. Бревнова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОПЫТ РАЗВИТИЯ ПРОЕКТОВ МАЛОЭТАЖНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РОССИИ И КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

В числе наиболее перспективных направлений жилищного строительства особую актуальность во многих регионах приобретают программы развития малоэтажного домостроения. Помимо удовлетворения запросов средне- и высокообеспеченных категорий населения на жилье повышенной категории эти программы также направлены на ликвидацию серьезных упущений в обеспечении жильем переселенцев из районов Крайнего Севера, ближнего зарубежья, районов с неблагоприятными социально-экологическими жилищными условиями, а также военнослужащих и сотрудников органов внутренних дел и других категорий граждан России, остро нуждающихся в улучшении своих жилищных условий.

Еще 10 лет назад малоэтажное строительство (в основном – коттеджей и пентхаусов) занимало всего 6 % от общего ввода жилья в России. В последние годы ситуация резко изменилась: объемы строительства малоэтажек приблизились к 50 процентному рубежу, загородное жилье перестало быть доступным только состоятельным гражданам, а само малоэтажное строительство явилось значимой антикризисной мерой.

Прослеживая тенденции развития сферы частного малоэтажного домостроения в Красноярском крае, можно заметить, что ещё пять – семь лет назад на ранке практически не существовало профильных строительных компаний. «Одиноким частник» покупал землю, привлекал для строительства дома малоквалифицированных мигрантов и, либо оставался жить в нем, либо продавал его, затем повторяя всю процедуру вновь. Теперь в Красноярском крае насыщенный рынок с жесткой конкуренцией, где представлены все передовые строительные технологии и материалы. Появились компании, которые занимаются только малоэтажным строительством, имея в своем штате профессионалов, которые берут на себя обязательства по качественному сооружению объекта «под ключ».

В настоящее время методы и механизмы проектного подхода получают все более широкое применение в практике подготовки и реализации различных и, в

первую очередь, крупномасштабных проектов. Все больше ученых, специалистов, организаций и компаний проявляют устойчивый интерес к теории проектного управления и начинают применять ее методы на практике. Такие элементы проектного подхода, как проектный анализ, мастербюджет и мастер-план составляют устойчивую структуру подготовки и осуществления инвестиционных проектов и целевых программ.

Как показывает практика, освоение крупных проектов в жилищном строительстве и, особенно в таком новом сегменте рынка как малоэтажное домостроение, требует привлечения значительных инвестиций, в которых сегодня ощущается большая нехватка. Рациональное управление инвестиционными процессами может быть достигнуто при всестороннем применении методов проектного подхода.

На сегодняшний день известно, что в Красноярском крае, малоэтажному строительству уделяется огромное внимание как со стороны краевых, городских властей, так и со стороны федеральной власти. Малоэтажное строительство для Красноярского края – это наибольший резерв увеличения объемов жилищного строительства.

На данный момент в черте Красноярска и его пригородах (в радиусе 30 км) реализуется более 20 проектов малоэтажного строительства разного масштаба и еще 8 дачных массивов с точечной коттеджной застройкой.

В ходе выполнения проектов компании сталкиваются с рядом проблем, такими как: обеспеченность инженерной инфраструктурой, задержки финансирования, низкое качество организации поставок строительных материалов, сложности в организации взаимодействия с подрядчиками, изменение потребностей заказчиков, и как следствие значительное количество рекламаций. Существенные резервы повышения эффективности осуществления строительных проектов в малоэтажном строительстве сегодня скрыты в совершенствовании построения рациональных организационных структур управления и непосредственно в самих системах руководства проектами.

Наиболее крупные проекты строительства малоэтажных поселков

№	Местоположение	Удаленность от города	Стоимость 1 кв.м.	Стоимость земли, руб./сотку	Описание	Инженерные коммуникации
1	р-н п. Удачного, северозападное направление	В черте города	30 000–40 000	80 000–150 000	Наиболее престижный район, удачное расположение относительно розы ветров, хорошая транспортная доступность, охрана	Городские сети
2	микрорайон «Горный»	В черте города	30 000–40 000	80 000–150 001	Наиболее престижный район, удачное расположение относительно розы ветров, хорошая транспортная доступность, охрана	Электричество - централизованное; водоснабжение, отопление, канализация - автономные
3	р-н. Плодовая годной стнации	В черте города	30 000–40 000	80 000–120 000	Отличная транспортная доступность, разнородная застройка, не везде асфальтированные дороги	Охрана
4	Микрорайон «Кравовский»	10	25 000–35 000	70 000–100 000	Хорошая транспортная доступность	Электричество - централизованное; водоснабжение, отопление, канализация - автономные
5	Северо-западное направление (Емельяново, Минино, Дрокино, Элита	10–40	25 000–40 000	35 000–60 000	Развитая инфраструктура, отличная транспортная доступность (наличие развитого транспортного сообщения), красивый пейзаж	Централизованные, автономные
6	Южное направление (Базаиха, Устьмана, Дивногорск)	5–30	20 000–40 000	50 000–150 000	Популярность направления увеличивают горнолыжные комплексы – Фанпарк «Бобровый лог» и ГК «Дивный»	Централизованные, автономные
7	Восточное направление (Березовка, Есаулово, Ермолаево, Бархтово)	5–15	25 000–35 000	25 000–50 000	Инженерные сети – городские	Централизованные, автономные

Библиографические ссылки

1. Костецкий Н. Ф. Зарубежный опыт государственного регулирования воспроизводства жилищного фонда, его сохранения и модернизации 2008. С. 139.
2. Каракозова И. В., Павлов А. С., Сеницына А. Л. Экономика строительства : учебное пособие / под ред. А. С. Павлова. М. : ИПК госслужбы, 2009. 200 с.

3. Петрова О. В. Перспективы развития малоэтажного строительства // РБК-Недвижимость. 02.10.2008 [Электронный ресурс]. URL: <http://realty.rbc.ru/regions/article.shtml?url=2008/10/02/15533361>.

© Аверина Ю. В., 2013

УДК 669.713.7

А. К. Бурыкин
 Научный руководитель – П. С. Зеленский
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ДВА СПОСОБА ОЦЕНКИ РИСКОВ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Данная статья посвящена детальному описанию специфики применения кумулятивного и комплексного подхода к оценке рисков строительных проектов.

Большая часть инвестиционных проектов – это строительные проекты, для которых характерны как общие инвестиционные риски, так и специфические. Среди рисков, характерных для сферы строительства, можно выделить такие, как риск консервации проекта, риск снижения стоимости объекта строительства, риск незавершения строительства, риск изменения

проектно-сметной документации. Соответственно задачами анализа рисков является получение достоверных критериев эффективности инвестиционного проекта и повышение обоснованности инвестиционного решения.

Результаты инвестиционной деятельности по строительному проекту во многом зависят от того,

насколько полно и объективно учитываются риски на прединвестиционной стадии, еще до принятия решения о запуске проекта. Чтобы понять, целесообразно ли осуществлять вложения, имеет смысл запланировать определенные меры реакции на возможные риски строительно-монтажного проекта в ставку дисконтирования, если речь идет о небольших проектах, или провести комплексное исследование рисков, если проект крупный.

Кумулятивный метод. Наиболее распространенный среди сибирских компаний способ учета рисков по строительно-монтажному проекту – отражение их уровня в ставке дисконтирования, которая применяется в расчетах показателей экономической эффективности проекта (NPV, IRR, PI, PP). Такой метод расчета называется кумулятивным или, как его не редко называют, build-up approach. Он позволяет выявить различные факторы риска экспертным путем.

Работая в рамках данного метода компания обычно в качестве безрисковой ставки дисконтирования использует среднегодовое значение доходности ценных бумаг, соответствующих инвестиционному проекту по срокам и валюте. Например, если предполагается валюта инвестиций доллары, то во внимание принимается ставка доходности казначейских облигаций США, срочность которых примерно соответствует сроку инвестиций. Что касается корректировки с учетом рисков, то здесь строительные компании как правило применяют разные подходы. Например, опираются на Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (утв. Минэкономики, Минфином, Госстроем России 21.06.99 № ВК 477). Однако среди всех более точным является способ, при котором выделяются индивидуальные факторы риска, влияющие на реализацию данного проекта. Их можно объединить в группы: макроэкономические, политические, социальные, региональные и отраслевые риски, а также условия строительства (т. е. осуществления конкретного проекта).

Опыт работы строительных компаний за последние 5 лет показывает, что для оценки факторов риска просто необходимо создавать экспертную группу. В ее состав могут входить руководители функциональных департаментов компании, других строительных проектов, например, финансовый и коммерческий директора, а также внешние консультанты-эксперты (особенно если проект планируется реализовать в незнакомом регионе). Оптимально, если в экспертную группу входят примерно пять участников. Практика строительных конференций показывает, что меньшее количество экспертов не обеспечивает должной объективности оценок, большее – затрудняет обработку

собранных мнений и вынесение согласованного решения. Очевидно, что число участников экспертной группы должно варьироваться в зависимости от сложности и масштабности проекта.

Прежде чем производить оценку факторов рисков, необходимо решить, в каком диапазоне она будет осуществляться (см. таблицу). Как правило, величина диапазона возможных поправок на риск определяется каждым экспертом в зависимости от квалификации и опыта, количества рассматриваемых факторов, а также достоверности и актуальности имеющейся информации о рисках. В примере приведенном в таблице наиболее вероятному рисковому событию соответствует поправка 7 %, наименее возможному – 1 %.

На основе предложенного диапазона поправок на риски эксперты оценили значимость того или иного фактора риска для реализации проекта.

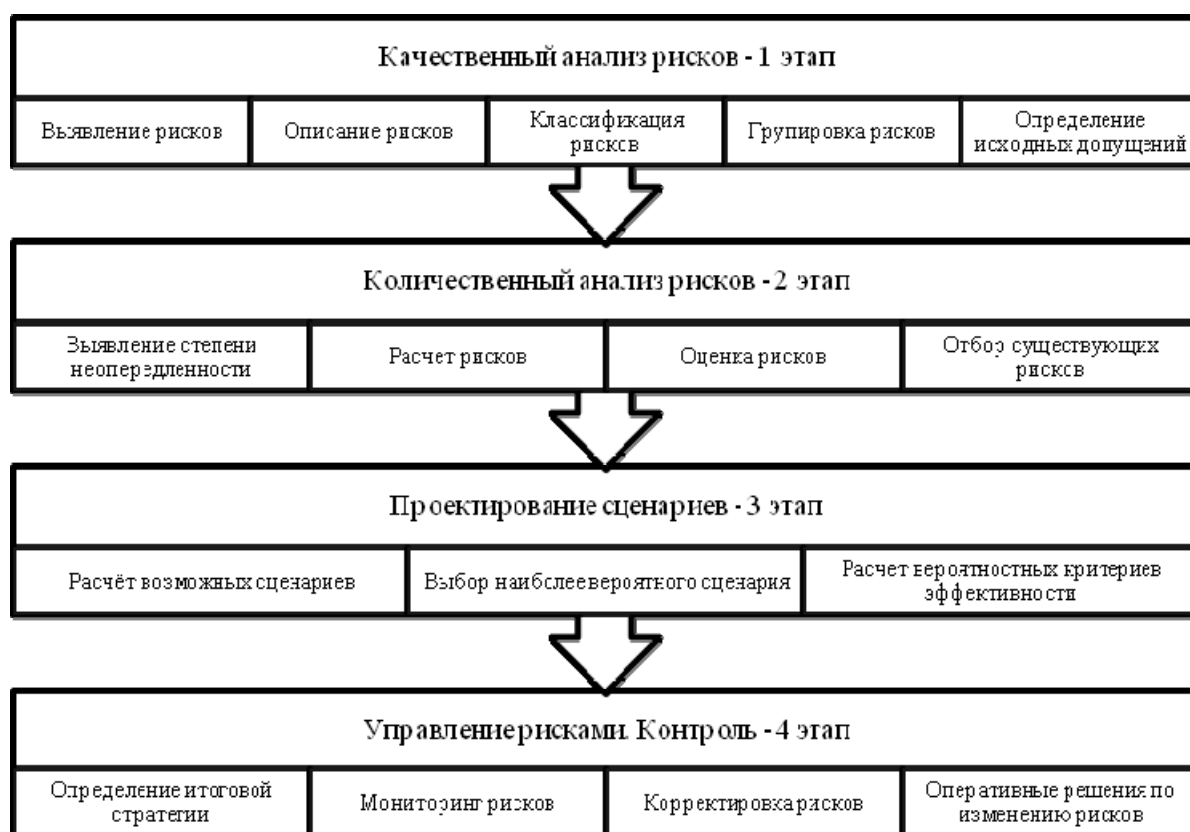
Средняя арифметическая общих поправок на риски от каждого эксперта считается итоговой поправкой на риск, наиболее вероятной для данного строительно-монтажного проекта. Суммируя данную величину и безрисковую ставку доходности, компании определяют ставку дисконтирования для расчета потока денежных средств и показателей эффективности по проекту.

Подобная методика оценки рисков проекта широко применяется на практике, поскольку достаточно проста и позволяет учесть риски строительства еще на этапе проектирования. Однако данный подход обладает существенным недостатком – он дает лишь приближенное представление об уровне рискованности проекта, не позволяя принять в расчет индивидуальные факторы каждого отдельного строительно-монтажного проекта. Поэтому компаниям, для которых реализация таких проектов является основной деятельностью, а также тем, кто финансирует эти проекты, особенно преимущественно за счет заемных средств, имеет смысл провести комплексный анализ рисков.

Комплексный подход. Комплексное исследование рисков строительно-монтажных проектов позволяет строительным компаниям выделить и изучить наиболее существенные и приоритетные риски, рассчитать вероятные значения показателей экономической эффективности (с учетом возможных потерь) и в итоге принять взвешенное решение. Полноценный анализ строительных рисков включает их выявление, качественное описание, измерение и оценку влияния на показатели экономической эффективности, проектирование сценариев развития событий. Если, дополнить описанную систему еще одним компонентом – управлением строительными рисками, а также контроль над ними, – то модель будет выглядеть уже как система риск-менеджмента строительной деятельности (см. рис.).

Диапазон ставок на риски по фактору уникальности объекта

Ставка с учетом риска, %	1	2–3	4	5–6	7
Уровень фактора	Низкий	Ниже среднего	Средний	Выше среднего	Высокий
Уникальность объекта строительства	Не уникален	Имеет незначительные отличия от аналогичных объектов	Имеет схожий по некоторым характеристикам аналог	Имеет схожий по некоторым характеристикам аналог с большими допущениями	Объект уникален аналога не существует



Комплексный подход к рискам проекта

Проектирование сценариев. Крайне важным процессом в системе комплексной оценки рисков строительно-монтажных проектов является анализ сценариев развития строительства. Проектирование сценариев позволяет компании оценить влияние на проект строительства капитального объекта возможного одновременного изменения нескольких факторов. Анализ сценариев в строительстве может выполняться как с помощью электронных таблиц (например, MS Excel), так и с применением специальных компьютерных программ (например Project Expert).

Сценарный анализ подразумевает расчет таких показателей, как дисперсия, стандартное отклонение и коэффициент вариации по массиву значений NPV строительно-монтажного проекта, полученному в ходе анализа чувствительности. Стандартное отклонение отражает возможный разброс значений NPV от среднего (наиболее вероятного) значения. В контексте строительства коэффициент вариации является мерой строительного риска на единицу доходности, поэтому может служить для сравнения разных строительно-монтажных проектов с точки зрения их рисков.

На основании результатов проектирования сценариев делается вывод, насколько рискован проект строительства или монтажа и какова ожидаемая потеря доходности в случае негативного развития событий. К примеру, если предположить, что показатель

NPV по проекту монтажа очистных сооружений на участке спекания глинозема Ачинского глиноземного комбината составляет \$1 764 тыс., и это значение почти соответствует ожидаемому уровню в \$1 704 тыс., величина возможного разброса в среднем достигает \$1 014. Проект можно охарактеризовать как крайне рискованный, поскольку коэффициент вариации будет равен 57,4 % при величине стандартного отклонения в \$1 014 тыс. Это означает, что с вероятностью 68 % компания может понести потери в размере 57,4 % (\$1 012 тыс.) от среднего NPV. Причем основным фактором риска выступит сдвиг срока реализации проекта (наибольший разброс значений NPV). Итоговое решение принимается из расчета, готов ли инвестор с вероятностью 68 % получить доход в размере \$752 тыс. (\$1 764 тыс. - \$1 012 тыс.) вместо запланированных \$1 704 тыс.

Хотелось бы отметить что при работе со строительно-монтажными проектами следует помнить, что ни одна методика не позволяет со 100%-ной гарантией отобрать проекты, которые будут успешны и прибыльны. Многое зависит и от достоверности экспертной оценки, поэтому нужно очень тщательно подходить к отбору экспертов и проверке аналитических данных.

© Бурыкин А. К., 2013

УДК 338.46.5

М. В. Лихачев, Е. А. Шангина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Проекты космической отрасли не отличаются от проектов в других отраслях, но они имеют ряд особенностей, определяющих специфику организации управления.

В настоящее время космическая отрасль стремительно развивается. Растут потребности в космических аппаратах различного назначения: телекоммуникационных, навигационных, геодезических и дистанционного зондирования Земли [3].

В развитие отрасли большие объемы финансовых средств вкладывает как государство в виде Федеральных целевых программ, так и зарубежные инвесторы. Перед предприятиями стоит задача в сжатые сроки (2–3 года), с ограниченным бюджетом изготовить качественное изделие – космический аппарат, срок службы которого должен составить не менее 15 лет.

Можно выделить ряд особенностей проектов в космической отрасли:

- сложность (техническая, большое число участников);
- масштабность;
- освоение новых технологий (стремление к облегчению конструкции КА);
- большая длительность технологического цикла;
- затратность;

- большое количество задействованных смежных предприятий (одновременное участие зарубежных и российских фирм);

- сжатые сроки (ограничение окончания проекта сроком запуска);

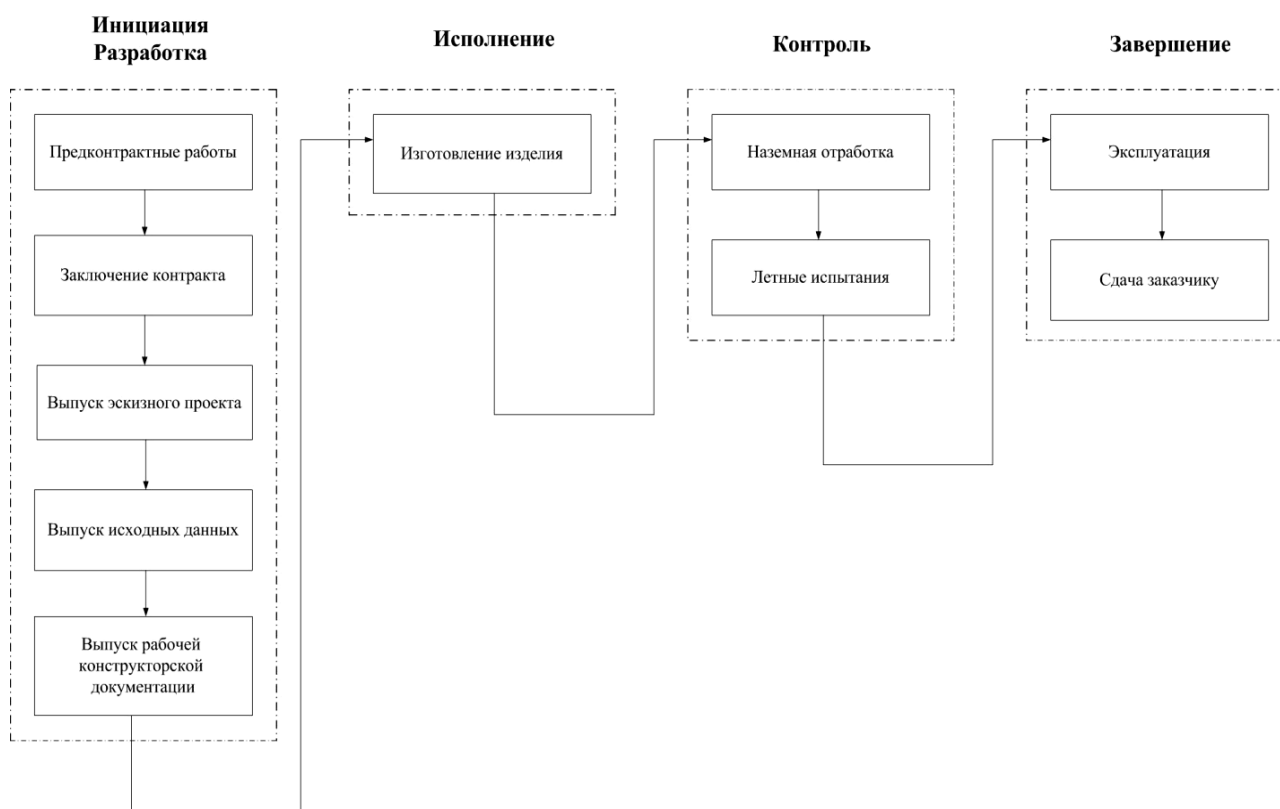
- наличие международных проектов;

- применение сложных методик для управления;

- технологичность (унификация космических платформ).

В силу сложности и комплексности проектов космической отрасли, очевидно, что полномасштабное внедрение технологии управления проектами позволит получить значительный экономический эффект. Однако та же сложность налагает серьезные требования на глубину внедрения корпоративной системы управления проектами, поскольку необходимо управлять большим количеством взаимосвязанных задач.

Поскольку все проекты предприятия разделяют одни и те же ресурсы, более правильно говорить о системе управления портфелями проектов, чем о системе управления проектами. По той же причине, и поэтапное внедрение системы управления портфелями проектов затруднено [2].



Жизненный цикл космического аппарата

Одним из подходов к внедрению системы управления проектами на предприятии является ее разработка на базе корпоративной информационной системы управления жизненным циклом изделия (см. рисунок). В подобной системе уже содержится информация о структуре изделия, на основе которой может быть построена структура декомпозиции работ, как верхнего уровня, так и уровня подразделения [1].

Как правило, через систему управления жизненным циклом изделия обычно организован электронный оборот проектной и конструкторской документации, а также, управления ее статусом. Это делает систему управления жизненным циклом изделия удобным инструментом для отслеживания выполнения задач в реальном времени.

Некоторые особенности реализации системы управления проектами, применительно к конкретным системам управления жизненным циклом изделия представлены в работе опубликованной в сборнике трудов Решетневских чтений 2012 года [3].

Одной из особенностей проектов в космической отрасли является сложный цикл согласования доку-

ментов. Его реализация средствами традиционного электронного документооборота не всегда приводит к сокращению срока выпуска документов. В этой связи видится целесообразным переход к пакетному согласованию технических решений, по методологии «ворот качества», который может быть реализован только в рамках методологии управления проектами [1].

Библиографические ссылки

1. Прилуцкий Д. М. Управление жизненным циклом изделия с помощью ENOVIA V6 // САПР и графика. № 1 (53). 2010. 5–9 с.
2. Зильбербург Л. И. Молочник В. И. Яблочников Е. И. Информационные технологии в проектировании и производстве. СПб. : Политехника, 2008.
3. Решетневские чтения : материалы IX Международ. науч. конф. (10–12 ноября 2012 г., Красноярск) / Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. Красноярск, 2012. 392 с.

© Лихачев М. В., Шангина Е. А., 2013

УДК 005.8

А. М. Мартоян

Научный руководитель – П. С. Зеленский

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

ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ

Отрасль энергетики как объект инвестирования обладает существенной спецификой из-за необходимости выполнения ею социальных и инфраструктурных функций. В силу этого целью инвестиционных проектов в сфере энергетики не может быть исключительно максимизация прибыли, а доступ инвесторов к участию в таких проектах, как правило, ограничен, что ведет к снижению привлекательности энергетических компаний как объектов инвестирования.

Современное развитие энергетики требует больших плановых вложений и инвестиций. Распространенная на сегодня практика потребления средств эксплуатирующими организациями, на текущий ремонт и устранение аварийных ситуаций, убыточна и не решает главных задач, таких как обновление основных средств и получение прибыли. Инвестиционные проекты в энергетических компаниях связаны, прежде всего, со строительством новых объектов (энергообъектов, станций и подстанций, линий электро- и теплопередачи и др.), реконструкцией и техническим перевооружением существующих объектов. Особенности инвестиционных проектов являются: большое количество организаций, участвующих в проекте, длительность проектов и, наконец, проблемы, связанные с реформированием отрасли. Кроме того, требуется внедрение типовых процессов управления, единых для всех филиалов новой компании [4].

Ключевой задачей российской энергетики является создание условий для привлечения в нее инвесто-

ров по причине высокого уровня износа основных фондов и недостаточности собственных средств для их замены, для реализации заявленных целей энергетической реформы.

Главная причина недостаточной привлекательности проектов предприятий электроэнергетики для инвесторов состоит в том, что не все проекты в данной отрасли могут быть направлены исключительно на получение прибыли. Функционирование самой отрасли формирует качество жизни населения, задает условия развития экономики, позволяет удовлетворять социальные потребности общества и сильно влияет на конкурентоспособность национальной экономики. По этой причине предприятия электроэнергетики не имеют возможности максимизировать свои тарифы и вынуждены учитывать требования отраслевых ценовых регуляторов. Это замедляет возврат капиталовложений и делает электроэнергетику менее привлекательным объектом инвестиций по сравнению с предприятиями других отраслей [1].

Финансовая, организационная и техническая сложность реализации инвестиционных проектов (связанная с высокой стоимостью используемого оборудования, необходимостью прохождения большого числа предварительных согласований, длительностью подготовительных работ и т. д.) требует для их выполнения привлечения крупного объема финансирования (например, стоимость строительства Адлерской ТЭС мощностью 378 МВт составила около 20 млрд руб., инвестором данного проекта выступил ООО «Газпром инвестпроект», а инвестиции в проект достройки Богучанской ГЭС составят порядка 70 млрд руб.). Величина соответствующих затрат делает их невозможными для отдельных компаний. По сути, субъектом экономической деятельности, которому под силу выполнение инвестиционных проектов в сфере энергетики, является либо государство, либо национальная энергетическая монополия. Привлечение частных инвесторов возможно, как правило, только по программам государственно-частного партнерства [3].

Электроэнергетика является стратегической отраслью, и от нее напрямую зависит безопасность государства. По этой причине существуют неформальные правила отсека нежелательных инвесторов, особенно иностранных (из государств, не являющихся стратегическими союзниками данной страны). Такое поведение не является признаком закрытости страны или отказа ее от цивилизованных правил ведения бизнеса – речь идет лишь о защите национальной безопасности. По этой же причине иностранные инвесторы, допущенные к реализации внутригосударственных энергетических инвестиционных проектов, относятся к наиболее уязвимой категории инвесторов [2].

Вопрос ценообразования и тарификации играет определяющую роль при рассмотрении вопроса инвестиционной привлекательности электроэнергетики. С одной стороны, при установлении тарифа нужно учитывать потребность генерирующих компаний в привлечении средств в модернизацию основных фондов и технологическое оборудование, с другой – высокую энергоемкость российского производства и, как следствие, высокую долю затрат на энергию в конечном продукте. Тарифы на электроэнергию регулярно пересматриваются, что осложняет прогнозирование выручки и планирование возврата инвестированных средств.

Перечисленные выше характерные отличительные черты электроэнергетики как сферы инвестирования

приводят к тому, что капиталовложения должны носить весьма долгосрочный характер (не менее 10 лет), при этом инвестор должен быть готов к более низкой норме дохода, по сравнению со среднерыночной, и не имеет права формировать тариф на электроэнергию по своему усмотрению с целью скорейшего возврата своих вложений. Это снижает инвестиционную привлекательность энергетической отрасли. Одной из первоочередных целей реформы российской энергетики было не только формирование в ней рыночных отношений, но также создание условий для привлечения в нее инвесторов. К сожалению, в настоящее время эта проблема далека от решения [5].

Таким образом, первоочередной задачей, решение которой необходимо для стимулирования привлечения средств инвесторов в российскую электроэнергетику, является разработка механизма инвестирования, включающего совместное тарифообразование на основе государственно-частного партнерства, позволяющего согласовать противоречивые интересы инвесторов (скорейший и гарантированный возврат средств) и государства (выполнение социальных обязательств и создание условий для роста экономики).

Исходя из вышеизложенного, на предприятиях энергетического комплекса необходимо грамотное, четкое планирование инвестиционной деятельности, которое в конечном счете позволит привлечь инвесторов, существенно уменьшить затраты на проект и дальнейшую эксплуатацию энергообъектов [6].

Библиографические ссылки

1. Акопов А. С. *Проблемы управления субъектом ТЭК в современных условиях : монография*. М. : ЦЭМИ РАН, 2004.
2. Данилов С. В. *Государственное регулирование инвестиционной деятельности магистральных электросетевых организаций в России и Франции // Международная экономика*. 2008. № 11.
3. Колтынюк Б. А. *Инвестиционные проекты : учебник*. 2-е изд., перераб. и доп. СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002.
4. Сорокин А. Н. *Специфика предприятий энергетической отрасли как объекта инвестиций // Российское предпринимательство*. 2011. № 11. Вып. 1 (195).
5. URL: <http://kotel-stm.ru/investici-i-proekty-poyenergetike>.
6. URL: http://esco.co.ua/journal/2008_11/art066.htm.

© Мартыян А. М., 2013

Е. А. Шангина

Научный руководитель – А. Г. Бревнова

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

ПРОБЛЕМЫ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ В КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

В космической отрасли существуют различные проблемы в процессе реализации проектов, которые, в основном, «закладываются» на проектном уровне.

Проект в космической отрасли – это уникальный процесс, состоящий из совокупности скоординированных и управляемых видов деятельности с начальной и конечной датами, предпринятый для достижения цели, соответствующей конкретным требованиям, включающий ограничения по срокам, стоимости и ресурсам.

Проект реализуется по следующим этапам: заключение контракта, выпуск исходных данных, выпуск рабочей конструкторской документации, производство космического аппарата, испытания КА.

Выполнение космических проектов регламентируются рядом стандартов, учитывающих специфику отрасли.

Российские космические предприятия выполняют как государственные заказы, так и коммерческие. В зависимости от типа заказчика и целевого назначения аппарата, предъявляемым к нему требованиям выбирается стандарт, по которому будет выпускаться документация, выбор этапов проекта.

Для государственного заказа проект состоит из следующих этапов: заключение контракта, выпуск исходных данных, выпуск рабочей конструкторской документации, производство космического аппарата, испытания КА.

Коммерческие заказы реализуются по несколько иной схеме: все требования и этапы оговорены в кон-

тракте, но как таковых стандартов и общепринятых регламентирующих производство и выпуск документации на КА нет. По каждому этапу производства КА проходит рассмотрение с участием представителя заказчика, субподрядчика, если это необходимо, и предприятия – исполнителя в лице менеджера по контракту и менеджеров, ответственных за выполнение работ по определенному направлению. По результатам рассмотрения («реперная точка» проекта) выявляются замечания по выполнению контракта, и определяется возможность дальнейшей работы.

Во всех проектах выявляется одна из самых важных проблем в процессе реализации – ошибки проектного уровня связанные с рядом причин:

- недостаточность исходных данных;
- неточность исходных данных;
- сжатые сроки и т. д.

Для более качественного выполнения проекта требуется увеличение количества времени для проектных проработок, детальное уточнение исходных данных в процессе проектных проработок и совершенствование процесса начального проектирования.

© Шангина Е. А., 2013

УДК 629.78

Д. В. Артеменко, М. В. Гудков
Научный руководитель – Л. А. Семенова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

**КОСМИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ: ИНЖЕНЕРНАЯ МЫСЛЬ XX ВЕКА –
КАЧЕСТВО ЖИЗНИ В XXI ВЕКЕ**

Представлена история развития космических технологий и влияние их применения в быту на качество жизни человечества.

Насколько сильно освоение космоса и развитие способов его исследования повлияло на жизнь людей в современном обществе? Ответ на этот вопрос на первый взгляд кажется простым, но большинство людей даже не задумываются о том, что многие вещи, используемые в быту, были сделаны с использованием космических технологий. В 60-х годах XX века, особенно во времена лунной гонки, освоение космического пространства считалось приоритетной задачей двух государств: США и СССР. Большие финансовые вливания в развитие космических технологий тогда не предусматривали экономической эффективности и увеличения ВВП страны.

Наибольшую отдачу от освоения космического пространства человечество ощутило с развитием связи и навигации. Одной из самых востребованных космических технологий сейчас являются системы глобального позиционирования GPS и ГЛОНАСС. Спутниковая навигация помогает ориентироваться на незнакомых дорогах, а также заблаговременно предсказывать наводнения и выявлять значительные загрязнения окружающей среды.

В медицине применяются костюмы, позволяющие учиться ходить детям с церебральным параличом, которые используются космонавтами на орбите для поддержания в тонусе мышц, чтобы они не атрофировались от бездеятельности в невесомости. Костюм действует по принципу эспандера и успешно применяется на орбите более 20 лет. Во время операций по лазерной коррекции зрения хирурги применяют технологию LIDAR, основанную на принципе стыковки космических кораблей, позволяющей с точностью до миллиметра определять расстояние до объекта. Во время офтальмологической операции глаз совершает тысячи микроперемещений, но лазер, используя технологию LIDAR, успевает за этими движениями. Помогают спасать человеческие жизни и пьезоэлементы, разработанные для неизменной работы оптических систем на спутниках, – на их основе были разработаны браслеты для диабетиков, оснащенные встроенным насосом для инсулиновых инъекций [1].

Скафандр для выхода в открытый космос стал прототипом нового поколения защитных костюмов со встроенной системой охлаждения, разработанных итальянской компанией D'Appolonia для пожарных и

автогонщиков. Термобелье, в которое облачаются любители зимних видов спорта, первоначально было разработано как элемент гардероба астронавтов. Благодаря особым технологиям пряжи оно способствует испарению избытка влаги, выделяемой телом при нагрузках, и сохранению тепла. Технологии изготовления лунных ботинок, разработанных для лунной миссии Apollo, нашли применение при производстве беговых кроссовок. В кроссовках применяется трехмерная ткань с полиуретановой пеной: она правильно распределяет нагрузку по ноге во время движения и обеспечивает вентиляцию.

Для работы в космическом пространстве требовались беспроводные портативные инструменты. Некоторые из таких инструментов были разработаны для лунной миссии корабля Apollo. В процессе работы над ними были решены не только вопросы «беспроводности», но и эргономичного расхода энергии. Портативные беспроводные пылесосы, идеально подходящие для уборки автомобиля, сделаны по принципу магнитно-бурильного аппарата, разработанного NASA для забора лунного грунта.

Космические разработки подарили человечеству также и некоторые продукты питания. Например, биопродукты – йогурты, соки и сыры, обогащенные бифидобактериями, – появились в магазинах в 1990-е гг. XX века. Однако еще в 1963 году микробиологи обнаружили бактерии, подавлявшие развитие гнилостных и болезнетворных микробов, и продукты, с их добавлением стали необходимой частью трапезы космонавта.

Итак, применение космических технологий в быту значительно улучшило качество жизни человечества и внедрение их в медицине и в быту будет и дальше продолжаться. Задачи освоения дальнего космоса зависят от развития нанотехнологий и нанoeлектроники, и доступность этих технологий позволит найти им применение на Земле.

Библиографическая ссылка

1. С небес на Землю: вторая жизнь космических изобретений [Электронный ресурс]. URL: <http://top.rbc.ru/society/10/05/2011/589364.shtml>. 10.05.2012 (дата обращения: 21.03.2013).

© Артеменко Д. В., Гудков М. В., 2013

УДК 629.78

М. Г. Голубкина
 Научный руководитель – Л. А. Семенова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЧАСТНЫХ КОМПАНИЙ НА МИРОВОМ КОСМИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Представлен обзор затрат NASA на развитие частных компаний в освоении рынка космических услуг и их результативность.

Национальное управление по воздухоплаванию и исследованию космического пространства (NASA) обладает самым большим бюджетом среди всех космических агентств мира (рис. 1 – затраты NASA с 2005 года). С 1958 по 2008 годы NASA истратила на космические программы (с учётом инфляции) около \$810,5 млрд. В законе о деятельности NASA, подписанном 11.10.2010 года президентом Обамой, предусмотрено, что пилотируемые полёты на околоземную орбиту, в частности доставка экипажей на Международную космическую станцию (МКС), будут осуществляться коммерческими компаниями. В настоящее время основные направления частного бизнеса в освоении космического пространства – это ракеты космического назначения и космодромы; космические аппараты (КА), космические корабли (КК); космический туризм.

В 2012 году NASA предоставило \$270 млн четырем компаниям, ведущим разработку частных КА и ракет-носителей для полетов астронавтов к МКС. Так же NASA выделило \$1,1 млрд на частные пилотируемые аппараты. Государственные средства получили Boeing, SpaceX и Sierra Nevada. Компания Boeing и корпорация Space Exploration Technologies выиграли государственный конкурс на \$900 млн – это самая значительная сумма денег, предоставленная правительством на разработку и тестовые запуски коммерческого пилотируемого КА: \$460 млн. выделено компании Boeing и \$440 млн – Space Exploration Technologies (SpaceX). Компании работают над созда-

нием коммерческих космических аппаратов, причем работа идет без участия космического агентства или наблюдателей от него. NASA также выделило \$212,5 млн корпорации Sierra Nevada, которая разрабатывает собственный космический самолет (рис. 2). Финансирование NASA покрывает только часть многомиллиардной суммы, которую придется вложить в космические аппараты до того, как они смогут подняться в воздух. Специалисты полагают, что это произойдет не раньше 2017 года.

Коммерческий корабль Dragon доставил 3 марта 2013 года на МКС 544 кг полезного груза. Обратно на Землю корабль увез более 1 тонны экспериментальных образцов и оборудования. Первый официальный коммерческий полет Dragon состоялся в октябре 2012 года, а ранее в мае корабль стал первым в истории частным КА, пристыковавшимся к МКС. Всего так называемый CRS-контракт (Commercial Resupply Services) между SpaceX и НАСА предусматривает 12 коммерческих рейсов по доставке грузов.

Бюджет NASA на 2013 год урезал финансирование марсианских миссий и увеличил расходы на пилотируемые полеты. Администрация Обамы запрашивает \$17,7 млрд для NASA на 2013 финансовый год – немного меньше, чем в 2012 году [1]. Бюджетная заявка представляет собой первый раунд ежегодных переговоров о федеральных расходах между Администрацией и Конгрессом, и если общая сумма для NASA останется относительно постоянной, то расстановка акцентов на различных программах – и соответственно

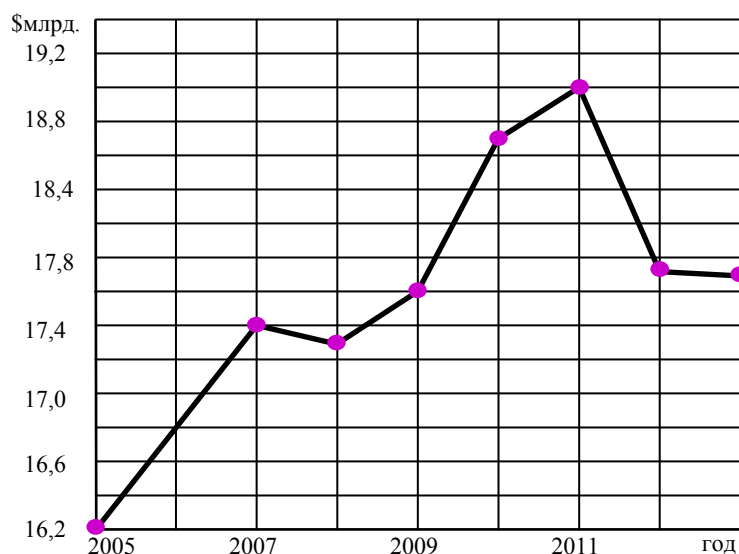


Рис. 1. Затраты NASA на космические программы

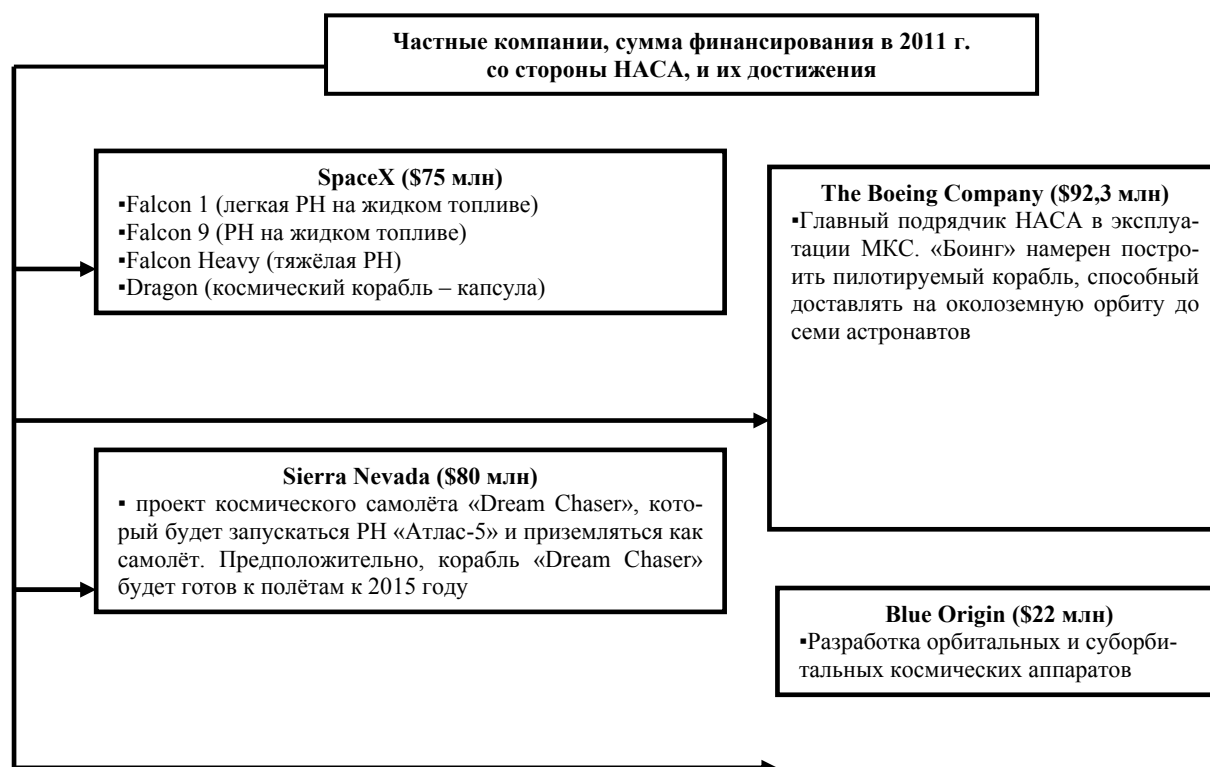


Рис. 2. Направления работы частных компаний

размер их финансирования – изменится в ближайшие месяцы. По плану МКС получит почти \$3 млрд, включая \$1,3 млрд на грузовые и пилотируемые миссии с учетом запуска американских астронавтов на российских аппаратах «Союз». Около \$830 млн. предполагается на создание КА для доставки экипажей на МКС и избавления от «русской зависимости». В 2012 году Администрация Обамы просила столько же, но во время переговоров Конгресс сократил эту сумму вдвое до \$406 млн.

Бюджет NASA на 2013 год включает \$1,88 млрд на разработку нового тяжелого носителя и наземных систем, а также \$1 млрд для продолжения работ с пилотируемым кораблем Orion для исследований дальнего космоса – полеты на астероиды в 2020-х годах и на Марс в 2030-х годах [2].

Итак: Освоение околоземного космического пространства частными компаниями успешно продолжается и наиболее результативными являются частные компании США.

Библиографические ссылки

1. Новый бюджет NASA сокращает вложения в марсианскую программу. [Электронный ресурс]. 16.02.2012. URL: <http://www.3dnews.ru/news/624563> (дата обращения: 21.03.2013).
2. Зарубежные новости. [электронный ресурс]. 14.02.2012. URL: http://www.tsenki.com/news/foreign_news/ELEMENT_ID=90164 (дата обращения: 21.03.2013).

© Голубкина М. Г., 2013

УДК 629.788

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

ДВИГАТЕЛИ ЛУННОЙ ПРОГРАММЫ НК-33

Представлена история создания двигателя НК-33 и перспективы его использования в современных условиях.

Двигатель НК-33 разрабатывался в 60-х годах XX-го века и предназначался для советского лунного пилотируемого комплекса «Н1-Л3». Проект Н-1 был официально закрыт в 1976 году после того как американские астронавты высадились на Луну. Несмотря на

приказ уничтожить все двигатели и технологическую базу самарские двигателестроители законсервировали оставшиеся изделия. Полные затраты по программе Н1-Л3 к январю 1973 года составили 3,6 млрд руб., из них на создание Н-1 – 2,4 млрд руб. (в ценах тех лет).

Проектом «лунника» в 1991 году заинтересовались зарубежные ракетостроители, и после стольких лет забвения он получил второй шанс. В 1995 году были проведены огневые испытания двигателя, которые подтвердили эксплуатационные параметры НК-33 изготовления 1972 г. после длительного (сверхнормативного) хранения. Двигатель, выполненный по замкнутой схеме, работающий на компонентах кислород-керосин, отлично проявил себя на огневых и стендовых испытаниях даже с превышением своей номинальной мощности. Испытания подтвердили работоспособность двигателя без переборки, что позволяет снизить затраты по его дальнейшей эксплуатации.

Американские партнеры планируют использовать его на первой ступени ракеты-носителя «Антарес», ранее известной как «Taigus II» [1]. Первые запуски ракеты «Антарес» с двигателем НК-33 будут произведены уже в этом году, которые покажут как поведет себя двигатель с сорокалетней историей. Российские конструкторы используют модификацию двигателя НК-33 для ракеты-носителя «Союз 2.1В», предназначенной для вывода космических аппаратов массой до 2,5 тонн на околоземную орбиту.

В настоящее время ведутся переговоры на покупку американскими партнерами 50 двигателей НК-33 [2]. Государством поставлена задача восстановить производство двигателей НК-33 и его модификаций к 2016 году.

Сложность поставленной задачи заключается в том, что производственная база была частично уничтожена. Зато сохранилось КБ имени Н. Д. Кузнецова, где разрабатывался двигатель. Кроме того, самарские ракетостроители ощущают большую нехватку кадров для восстановления технологического процесса производства НК-33 и его модификаций.

Итак, актуальность восстановления производства двигателей лунной программы подтверждается его высокими показателями среди двигателей данного класса, востребованностью применения в отечественных и зарубежных ракетах-носителях и позволит России сохранять свои позиции на мировом рынке космических услуг.

Библиографические ссылки

1. Спустя полвека лунные двигатели из Самары отправятся в космос [Электронный ресурс]. 20.10.2012. URL: <http://news.mail.ru/inregions/volga/region/63/society/11006625/?frommail=1> (дата обращения: 21.03.2013).
2. ОАО «Кузнецов» может поставить двигатели НК-33 американцам. [Электронный ресурс]. 17.01.2013. URL: <http://www.i-mash.ru>. (дата обращения: 21.03.2013).

© Мацкив А. А., 2013

УДК 658

С. И. Албычаков, И. И. Албычакова
Научный руководитель – Д. Б. Дугаржапова
Хакасский государственный университет имени Н. Ф. Катанова, Абакан

МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Мерчендайзинг рассматривается как инструмент влияния на поведение потребителей. В первой части работы дается понятие мерчендайзинга, раскрываются его цели и задачи. Далее рассказывается об основных этапах его развития. Особое внимание уделено приёмам и правилам мерчендайзинга на предприятиях розничной торговли. Третья часть освещает применение мерчендайзинга на розничном предприятии.

В современном мире существует огромное количество производителей, продавцов, дистрибьюторов товаров и услуг. При этом любое предприятие, представляющее и реализующее продукцию, заинтересовано в развиготой и стабильно функционирующей системе сбыта, способствующей формированию влияния на поведение потребителя.

Вышеизложенное обуславливает использование мерчендайзинга как метода, который позволяет за счет лучшего учета психологии поведения покупателей значительно увеличить продажи, как отдельных товаров, так и товарооборот в целом [1].

В целом мерчендайзинг представляет собой комплексный подход к формированию атмосферы магазина, который используется не только для временного повышения объемов продаж, но и для формирования маркетинга отношений на длительную перспективу. Атмосфера магазина непременно улучшится, если при ее формировании будут решены вопросы оптимизации маршрутов движения для покупателей, планировки торгового зала, отвечающей поведению посетителей, классификации товаров в соответствии с покупательским мотивом, адекватности ассортимента покупательским потребностям, сокращения времени на поиск товаров и осуществление привычных покупок.

В результате применения такого инструмента как мерчендайзинг, предприятие повысит объемы продаж товарооборота и отдельных товаров.

Объектом исследования является мерчендайзинг в розничной торговле, а предметом – организационные формы и инструменты мерчендайзинга, влияющие на поведение потребителей.

В ходе исследования была проанализирована планировка торгового зала торгового объекта, а также рассмотрена расстановка оборудования и расположение товарных групп. В результате чего были выделены «горячие» и «холодные» зоны в торговом зале.

«Горячие» зоны зала размещаются, в основном, по периметру торгового зала. В них размещаются товары, которые пользуются у покупателей наибольшим спросом и занимают большой удельный вес в товарообороте магазина. К «холодной» зоне торгового зала относятся средние ряды, а также полки, находящиеся с левой стороны в направлении движения покупателей [2].

Большинству людей комфортнее двигаться по залу против часовой стрелки, поэтому покупателю нужно предоставить такую возможность. В связи с этим, была продумана так называемая «актуальная дорожка» – обход по периметру.

Товары на полках располагаются на уровне глаз, выше уровня глаз, на уровне рук и над уровнем пола. Первым делом, покупатель обращает внимание на товары, располагающиеся на уровне глаз. В связи с этим 40 % товаров нужно располагать на уровне глаз, 20 % – выше уровня глаз, 30 % – на уровне рук, и 10 % – над уровнем пола. Такого оптимального размещения. На уровне глаз рекомендуется располагать наиболее ходовой товар, который меняется, в зависимости от контингента покупателей.

Заходя в магазин, покупатель направляется к секции с нужным ему товаром, потом поворачивает к кассе и получается движение по треугольной траектории. Зону, образованную этими векторами, мерчендайзеры назвали золотым треугольником. Нужно добиться того, чтобы покупатель провел в этом золотом треугольнике наибольшее время.

Оптимальная доля торгового оборудования в пространстве магазина – 40 %. Остальная часть его площади предназначена для движения покупателей [3].

Удачная планировка и правильное распределение зала на торговые зоны, выбор отвечающего потребностям покупателей ассортимента и назначение соответствующих отделов и секций, закрепление за ними участков в соответствии с поведением покупателей, атмосфера магазина и ряд других факторов непременно должны быть ориентированы на сокращение времени, затрачиваемого на поиски запланированных товаров, чтобы высвободить его для осуществления незапланированных покупок и неторопливого изучения товаров предварительного выбора.

Таким образом, знание основ мерчендайзинга позволяет улучшить розничный торговый бизнес и систему обслуживания покупателей на качественно новый культурный и деловой уровень. Его задача в маркетинге – это не только увеличение объема продаж, прибыли или совершенствование торгово-технологического процесса, создание обдуманных комбинаций и сочетаний товаров и товарных групп, которые представляли бы собой истинную ценность в глазах кли-

ента, но и создание мотива для покупки, удовлетворение потребности в полном объеме и создание условий для взаимовыгодного сотрудничества между покупателями, специалистами торгового зала и товарами.

Библиографические ссылки

1. Винникова Л. Мерчендайзинг: всякому товару – свое время, место и атмосфера // Город N. 2002. № 45. С. 14–15.

2. Гузелевич Н. Ю. Мерчендайзинг: практика эффективных продаж. Минск : Изд-во Гревцова, 2008. 192 с.

3. Канаян К., Канаян Р. Мерчендайзинг. М. : РИП-холдинг, 2001.

© Албычаков С. И., Албычакова И. И., 2013

УДК 378.338

К. В. Бирюкова

Научный руководитель – Н. В. Федорова

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

МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ КМОУ «БМСОШ № 2»

Рассматривается маркетинг в образовании и его применение на конкретном примере.

В последние десятилетия выявились в области образования две противоположные и вместе с тем связанные друг с другом тенденции. С одной стороны, образование в нашей жизни занимает высокое значение, так как в нём наше будущее. А с другой стороны, мы все наблюдаем его кризис. Системы образования не поспевают за научно-техническим прогрессом и актуальность приобретает самообразование.

Так или иначе, но образование все больше становится сферой общественных интересов. И мы говорим о необходимости вовлечения не только детей, но и их родителей в образовательный процесс. Способом такого вовлечения является «приобретение» у школы образовательных услуг.

Маркетинг образовательных услуг, как и маркетинг любого другого товара, имеет свои особенности только в сфере приложения, а все основные теоретические выкладки в нем ничем не отличаются от маркетинга на любом другом товарном рынке.

Для сферы образования применение маркетинга представляется актуальным, научно обоснованным способом обеспечения успешной деятельности образовательного учреждения, который вызывает огромный интерес, так как внедрение маркетинга в область образования способно оказать благотворное воздействие.

Маркетинг образования – это принципиально новая поисковая сфера маркетинга, направлена на изучение образовательного рынка, ведущая к наиболее эффективному удовлетворению потребностей личности в образовании; образовательного учреждения – в развитии; фирм и других организаций-заказчиков – в росте кадрового потенциала; общества – в расширенном воспроизводстве совокупного личностного и интеллектуального потенциала [1].

Маркетинг образовательных услуг на уровне школы позволяет решать две наиболее важные в ее финансово-экономической деятельности задачи:

– организация внебюджетной деятельности через реализацию платных дополнительных услуг;

– повышение качества условий и результатов традиционных услуг, оплачиваемых за счет государства.

Маркетинг помогает, взятому мной учреждению правильно и эффективно предложить свои услуги. Какие же услуги она предоставляет?

В учреждении реализуются следующие виды предоставляемых услуг:

- дополнительное образование;
- дошкольное образование;
- общее среднее образование.

Учреждения вправе оказывать населению не только бесплатные дополнительные услуги, но и платные, а именно:

- получение начального образования в области юридического делопроизводства;
- репетиторство, занятия с обучающимися углубленным изучением предметов.

Исходя из потребительских свойств нашей услуги, потенциальными потребителями муниципальной услуги являются граждане с 6 с половиной до 18 лет, проживающие на территории п. г. т. Большая Мурта и имеющие право на получение среднего общего образования. Также нашими потребителями являются дети 5–6 лет, для дошкольного обучения по заявлению родителей. И по дополнительному образованию потребителями считаются все желающие получить его, без всяких возрастных и иных ограничений [2].

Сегодня на рынке образования большое количество конкурентов. Основными конкурентами взятого мной учреждения являются 2 школы: КМОУ БМСОШ № 1 и МОУ БМСОШ №3. Изучив преимущества и недостатки своих конкурентов, можно сделать следующий вывод, что наиболее сильным конкурентом является БМСОШ № 1, так как она предоставляет значительно широкий спектр дополнительных услуг, также как и мы оснащена различной техникой и оборудованием и находится в удобном месторасположении. И чтобы нам оставаться на высоте, нужно не сдавать свои позиции, а постоянно совершенствоваться.

Проработав материал, я выделила сильные и слабые стороны образовательного учреждения.

Сильные стороны:

- предоставление дополнительного образования;
- проводятся наборы в дошкольные группы;
- большие возможности в проведение занятий;
- качественное обучение;
- преподавательский состав высшей категории, из них несколько заслуженных преподавателей страны;
- участие детей в интенсивных школах.

Слабые стороны:

- школа несет большие затраты на оснащение кабинетов и прочего, при этом ухудшаются другие элементы, на которые просто не хватает средств – это такие как: починка крыши, отопления и др.

Также маркетинг в образовании проявляется в рекламе образовательного учреждения.

Реклама школы помогает родителям дошкольников определиться с выбором школы, поэтому в рекламе необходимо сделать акценты на преимуществах школы: качестве образования, квалификации учителей, оснащенности учебных классов и т. д. Чаще всего

реклама КМОУ «БМСОШ № 2» может наблюдаться в рекламных объявлениях, газетах и через прямое предложение лично (делают открытые уроки), размещение необходимой информации на сайте школы.

В завершении можно сказать, что маркетинг образования развивается очень интенсивно. Он представляется явлением весьма перспективным и уникальным. Если еще в недавнем времени маркетинг образовательных услуг в нашей стране было словом иностранным. Сейчас ситуация на рынке образования стала совершенно другой. Уже не стоит вопрос «Необходим ли маркетинг образования?». Сегодня речь идет о том, что организовать эффективный образовательный маркетинг.

Библиографические ссылки

1. Панкрухин А. П. *Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом*, 2007.
2. *Устав КМОУ «БМСОШ № 2»*, 2013.

© Бирюкова К. В., 2013

УДК 139.13

А. В. Бутрина

Научный руководитель – Н. В. Федорова

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

ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ

Рассматривается сущность партизанского маркетинга, его особенности и приведены некоторые примеры данного вида маркетинга.

Термин «*партизанский маркетинг*» придумал Джей Конрад Левинсон, известный маркетолог и создатель знаменитого на весь мир образа ковбоя Мальборо. Его книга «Партизанский маркетинг», вышедшая в 1983 году, очень быстро приобрела бешеную популярность среди маркетологов всего мира. В книге автор отвечал на актуальный вопрос: как привлечь клиентов с минимумом затрат, используя экспериментальный подход к рекламе.

В своей книге о партизанском маркетинге Дж. К. Левинсон описал 100 методов продвижения марки, половина из которых – бесплатные, а другая половина – недорогие. Вот некоторые из них.

– Устная молва – это то, что люди говорят о вас и вашей компании. Очень важно держать её под контролем.

– Участие в повседневной жизни местного населения. Не стесняйтесь вилять хвостом перед местной публикой. Делайте всё возможное, чтобы вас считали своим. Это поможет вам в делах.

– Членство в клубах и ассоциациях вашего региона. Активно участвуйте в общественной жизни, чтобы ваше имя и ваша фирма приобрели большую известность.

– Популярное издание. Выпустите в свет бесплатную поваренную или какую-нибудь иную полезную книгу, и люди запомнят ваше имя.

– Контакты с нужными людьми. 76 % новостей либо создаются на заказ, либо «подбрасываются». Установите контакты с людьми, которые могут обеспечить известность вашей фирме.

– Специальные мероприятия помогают привлечь много новых клиентов и возобновить контакты со старыми.

– Благодарные отзывы довольных клиентов привлекают новых потребителей больше, чем ваши собственные хвалебные слова о себе [1].

С каждым годом, стоимость обычной рекламы увеличивается, а ее эффективность наоборот, стремительно падает. Обычный житель большого города в среднем видит и слышит 1,5–2 тыс. рекламных сообщений в день. В такой среде, использование партизанского маркетинга становится очень весомым аргументом.

Для многих компаний, не обладающих большими бюджетами на рекламу и продвижение, использование именно этого вида маркетинга является шансом всё-таки достучаться до клиентов. В основе партизанского маркетинга лежит простой принцип: если у вас нет кучи денег на рекламу, используйте нестандартные рекламные носители и необычные идеи.

Например, в 2002 г. компания «Евросеть» проводила акцию, в рамках которой любой желающий мог получить мобильный телефон, если придет в один из

салонной сети и разденется догола. Желающих нашлось предостаточно, зевак оказалось гораздо больше. Действо документировалось на фото и видео, и, естественно, во всех кадрах отлично были видны логотипы «Евросети». В итоге акция «Разденься и получи мобильник» обошлась в \$ 1300, фотографии с этого мероприятия привлекли на сайт «Евросети» примерно 30 000 человек, следовательно, и продажи у Евросети возросли в 5 раз [2].

А вот еще интересный пример партизанского маркетинга, на изначально пустом плакате размером 1 000 квадратных метров художник Оливер в течение нескольких дней создавал плакат Audi A7 Sportback. Данное мероприятие активно освещалось в СМИ. А также вызвало большой интерес как со стороны поклонников Audi, так и горожан, ставших свидетелями процесса создания необычного баннера [2].

Nestle начала революционную промо кампанию для корма Purina. Гигант пищевой индустрии наделил запахом плакаты, демонстрирующие корм для собак. Пробегающих мимо собак привлекает запах, они тянут к нему владельцев. Владельцы неосознанно начинают читать текст рекламы [2].

В Аргентине 20 июля празднуют День дружбы, в связи с этим, Coca-Cola придумала устройство, воспользоваться которым смогут только настоящие друзья. Проверить друзей поможет гигантский аппарат у которого отверстие для монеты находится на высоте 2m. Стимулирует активное использование аппарата акция 2 бутылочки по цене 1 [2].

По заказу Lipton разработали дизайн пакета. Новые пакеты прекрасно привлекают внимание, ведь невозможно не взглянуть на гигантский чайный пакетик [2].

Весьма креативный промо-мобиль выехал на улицы австрийской столицы для продвижения услуг автосервиса: Торчащие из-под днища пластиковые ноги создавали иллюзию, словно автомобиль ремонтируют буквально на ходу [2].

Не так давно группа красноярских студентов каталась на лодке. Правда, не по Енисею, а по снегу, точнее – по снежному склону. Лодка была резиновая, скорость сумасшедшая, а по ветру развевался большой белый флаг с надписью «Чо каво». Так проходила кампания по продвижению информационного сайта «Чо каво». Эпатажное, зрелищное событие пришлось по вкусу многим СМИ, и, таким образом, затратив минимум средств, компания громко заявила о себе на весь Красноярск.

Партизанский маркетинг застает потребителя врасплох, производит неизгладимое впечатление, он не оставляет шансов остаться равнодушным и безучастным. И он настигает потребителя именно там и в то время, когда созданы все шансы для того чтобы человек стал клиентом.

Главная задача партизанского маркетинга – запомниться потенциальному покупателю, побудить его сделать определенное действие. Причем сделать это нужно, желательно, с минимальными денежными затратами, в необычном и позитивном контексте. Главным объектом для инвестирования здесь являются время и нестандартное мышление.

Библиографические ссылки

1. Левинсон Дж. Партизанский маркетинг. М. : Манн, 2012. С. 432.
2. URL: <http://www.m-pm.ru/>.

© Бутрина А. В., 2013

УДК 338.5

Д. В. Бушватюк, Я. А. Тимошкина
Научный руководитель – Ю. В. Данильченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ

Ценообразование является важным аспектом в продвижении товара, но порой с ним возникают трудности, особенно при намерении поставить на рынок товар уникальный, не распространенный, даже инновационный.

Потребитель, который раньше не сталкивался с подобным предложением, может просто не понять ценности товара и не согласиться с ценой, поскольку это является новшеством для него. Стоит заметить, что успешное продвижение нового товара напрямую зависит от грамотного маркетинга, причем, надо отдавать себе отчет, что цена товара и его конкурентоспособность являются залогом процветания любой компании. Широко применяемым является ценообразование, называемое иногда «зонтичным ценообразованием». Ниже опишем технику данного метода.

• Сначала, при освоении нового продукта, следует продавать его по низкой цене, которая не покрывает

не только повышенных издержек осваиваемого производства инновационного товара, но и проектной себестоимости товара.

• Затем необходимо установить цену реализации нового продукта, которая будет обеспечивать нужную рентабельность операций.

• После чего, на протяжении длительного периода времени предполагается удержание стабильной цены новшества.

• После этого ожидается появление конкурентов на рынке сбыта, и тогда, следует снизить цену нового товара, который был выведен на рынок [1].

Существует еще один вариант ценовой политики

для выведения на рынок сбыта инновации и основывается он на жесткой патентной защите «угадавшего» платежеспособный спрос новшества.

- Данный вариант предполагает выведение на рынок актуального нового товара по изначально завышенной цене, а затем цена медленно снижается.

И рассмотрим еще один вариант который предусматривает использование инновационной монополии отнюдь, не для получения монопольной сверхприбыли, для того чтобы удержать покупателя и сформировать, в последствии, важнейший нематериальный актив фирмы, выраженный постоянной клиентурой [2].

Актуально будет рассмотреть ценовую политику для инновационного товара на примере ООО «Эвалар», эта фирма является одной из крупнейших в России фармацевтических компаний, абсолютного лидера в стране по объему выпуска натуральных препаратов для сохранения и укрепления здоровья.

Их новый продукт «Тройчатка Эвалар» – БАД, способствующая избавлению от паразитов.

При определении возможной цены на него в условиях рынка предприятием применяется метод установления цены, опираясь на неповторимость выпускаемого товара. Компания отталкивается как из издержек производства, так и ценности товара для потребителей. Также при установлении цены учитывалась реакция на нее со стороны конкурентов.

Фундаментом затратного ценообразования является составление цены как суммы трех элементов: переменных затрат на производство единицы товара; средних накладных затрат; удельной прибыли.

На предприятии ООО «Эвалар» используется рыночный метод ценообразования, в частности метод на основе воспринимаемой ценности товара. Компания также допускает отклонение от политики ценообразования в виде запланированных скидок с цен как средства стимулирования сбыта.

Существуют различные подходы к формированию цен, в частности компания ООО «Эвалар» применяет активный подход – установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыльности операций. Это наиболее разумный подход.

В наши дни, в современном мире, технический прогресс становится все дороже и дороже, и настаивает на создании и применении все более и более дорогостоящих станков, линий, роботов, средств компьютерного управления; повышенных расходов на экологическую защиту, НИОКР. Все это отражается на увеличении доли затрат на амортизацию и обслуживание применяемых основных фондов в себестоимости продукции.

Библиографические ссылки

1. Перцовский Н. И., Сентюрева Н. А. Маркетинг. М.: МГОУ, 2001. 140 с.
2. Салимжанов И. К. Ценовая политика организаций // Финансы. 2006. № 8. С. 45.

© Бушватюк Д. В., Тимошкина Я. А., 2013

УДК 338.13

Т. Г. Горбунова, В. В. Савельева
Научный руководитель – Н. В. Федорова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КОСМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

Рассматривается космический туризм как вид коммерциализации космической деятельности, его современное состояние и проблемы. В качестве пути решения проблемы дороговизны предложены суборбитальные полеты и обоснованы их преимущества над орбитальными.

Космической деятельности уделяется огромное внимание во всех развитых странах, и в большей степени она базируется на государственной поддержке, в том числе и финансовой. Однако следует заметить, что на сегодняшний день четко выражается тенденция появления частных компаний на мировом рынке космической техники и услуг. Одним из направлений коммерциализации космической деятельности, которое на сегодняшний день активно развивается, является космический туризм. Космический туризм – это полеты в космос на коммерческой основе, то есть оплаченные частным лицом или группой лиц. Данное направление является перспективным, и причина не только в том, что на сегодняшний день есть возможность воплотить в жизнь большинство разработок и идей, но и в том, что люди хотят лететь в космос и готовы платить за это [1].

Космический туризм – это одно из направлений коммерциализации космической деятельности, которое на сегодняшний день активно развивается и является актуальным.

Первые попытки коммерциализации космоса были предприняты еще в 1967 году. Однако в то время люди не были готовы принять космос как объект туризма, и от этих идей пришлось отказаться. В настоящее время полеты в космос не являются редкостью и очень часто осуществляются в научных целях. На основании этого свое развитие получил космический туризм. Первым туристическим полетом можно считать полет Дениса Тито в 2001 году. Он стал первым человеком, отправившимся в космос за свой счет. С того времени в космосе побывало восемь туристов.

На сегодняшний день, можно выделить две наиболее крупных компании, которые организуют туристические

полеты в космос – американская компания Virgin Galactic и американско-российская Space Adventures, которая активно сотрудничает с Роскосмосом. Полеты осуществляются на корабле Союз ТМ с космодрома Байконур, конечной точкой является российский сегмент МКС. Длительность полета составляет от семи до десяти дней. К 2020 году Space Adventures планирует организовывать туристические полеты вокруг Луны стоимостью около 100 млн долларов [2].

Главной проблемой космического туризма – недоступность и высокая цена услуги. Стоимость программы – от 30 млн долларов. Она включает в себя медицинское освидетельствование, подготовку и обучение в Звездном городке, и осуществление самого полета. Выход в открытый космос обойдется туристу еще в 15 млн долларов. Такая высокая стоимость объясняется тем, что для отправки человека в космос требуются более дорогие носители, нежели для запуска спутника. Немаловажным фактором, влияющим на цену полета, являются риски, как компании, так и участников полета.

Одним из вариантов решения этой проблемы является использование пилотируемых суборбитальных летательных аппаратов. Данный аппарат представляет собой высокоскоростной самолет, который поднимается на высоту около ста пятидесяти километров. С его борта человек сможет увидеть Землю из космоса, а так же почувствовать себя в невесомости.

Одним из разработчиков таких аппаратов является компания Virgin Galactic. Они создали космолет SpaceShipTwo. Разгон аппарата происходит при помощи самолета WhiteKnightTwo, максимальное число пассажиров составит 6 человек, а длительность полета от 2,5 часов. Стоимость полета до границ космоса составит 200 тыс. долларов, что значительно ниже стоимости орбитального полета. Кроме того, условия полета значительно мягче и комфортнее. Не смотря на то, что аппарат находится в стадии разработки и тестирования, билеты на первый полет уже раскуплены.

Отправной точкой для суборбитального полета является первый в мире частный космопорт «Америка», который построен в результате сотрудничества компании Virgin Galactic и правительства штата Нью-Мексико [3].

Другая американская компания – RocketShip Tours предлагает космический полет на двухместном корабле Lynx. Длительность полета будет значительно

ниже, а высота полета составит всего 61 км. Однако пассажиру будет разрешено принять участие в управлении аппаратом и почувствовать невесомость всего за 95 тысяч долларов.

Российские разработчики также заинтересованы в развитии суборбитального туризма. Роскосмос, ЭМЗ им. Мясищева, МГТУ им. Баумана проводят исследования в этой области и предлагают проекты по созданию суборбитальных кораблей. Одним из таких проектов является авиационно-космическая система (АКС) М-91, которая представляет собой самолет-носитель ЗМ-3 и 16-местный космический модуль КМ-91, который поднимется на высоту около ста метров и позволит пассажирам ощутить невесомость [4].

Еще один российский проект – «Aerospace Rally System», который разрабатывается специалистами из Московского авиационного института (МАИ), МГТУ им. Баумана, ЦАГИ, Институтом военной медицины, а также Центром полезных нагрузок ракетно-космической корпорации «Энергия». Он представляет собой суборбитальный ракетоплан, рассчитанный на двух пассажиров и пилота, который поднимется в воздух при помощи сверхзвукового самолета МиГ-31. Со слов разработчиков, стоимость туристического полета на российском корабле составит 50–60 тыс. долларов, это значительно ниже цен, предложенных Virgin Galactic.

В современном мире космос рассматривается не только как объект научных исследований, но и как средство получения прибыли. Современные технологии не стоят на месте, в скором времени планируется сделать туры в космос доступными для всех желающих. И суборбитальные полеты – это первый шаг в данном направлении.

Библиографические ссылки

1. Афанасьев И., Воронцов Д. Суборбитальный туризм. Проблемы и прорывы // *Аэрокосмическое обозрение*. 2011. № 6. С. 74–76.
2. Афанасьев И., Воронцов Д. Космический туризм // *Аэрокосмическое обозрение*. 2011. № 4. с. 244–248.
3. Черный И. Новости суборбитального туризма // *Новости космонавтики*. 2011. № 11. С. 52–53.
4. Четоркина О. Рыночная орбита космического туризма // *Российский космос*. 2009. № 9. С. 34–36.

© Горбунова Т. Г., Савельева В. В., 2013

УДК 338.45.01

М. А. Грунина

Научный руководитель – Ю. В. Данильченко

Сибирский государственный аэрокосмический университет

имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ЗАО «ФИРМА «КУЛЬТБЫТСТРОЙ»

Дана стратегическая характеристика ЗАО «Фирма «Культбытстрой», проведен анализ макро- и микро-среды маркетинговой деятельности компании. Проанализирована внутренняя среда предприятия и рассмотрен анализ конкурентов, выявлены возможности предприятия с помощью маркетинг-микса.

В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации фирмы должны не только

концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и вырабатывать долгосрочную стратегию

поведения, которая позволяла бы им поспевать за изменениями, происходящими в их окружении. Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых запросов, изменение позиции потребителя, возрастание конкуренции за ресурсы, появление новых неожиданных возможностей для бизнеса, открываемых достижениями науки и техники, развитие информационных сетей, широкая доступность современных технологий, а также ряд других причин привели к резкому возрастанию значения стратегического управления.

Объект исследования – ЗАО «Фирма «Кульбтыстрой» – представляет собой динамично развивающееся предприятие и является флагманом строительства в г. Красноярске. В состав фирмы входит завод по производству сборного железобетона, строительное управление, проектный институт, участок по производству и укладки искусственного камня («брусчатка»). За время своего существования, предприятие освоило производство полного ассортимента стеновых панелей для крупнопанельного домостроения, а также сборных железобетонных изделий (свай, многопустотных плит перекрытия, лестничных маршей, фундаментных блоков, перемычек, плит заборов и малых архитектурных форм) [1].

На данный момент предприятие имеет более 23 конкурентов. Среди них основными являются: на рынке сбыта сборного железобетона – ОАО «КЖБМК», ОАО «Сибиряк», ООО «Стройтехника», ООО «Железобетон», ОАО «Крид М», ОАО «Бетон». Доля рынка занимаемая фирмой на этом сегменте составляет 31 %; на рынке первичного жилья – ООО «Монолитстрой», при этом фирмы имеют совместные проекты по строительству жилья в г. Красноярске (общая доля на рынке 75 %), ООО УСК «Сибиряк» при этом мощности «Сибиряка» сопоставимы с «Кульбтыстроем» и он также имеет собственные предприятия по производству сборного железобетона для домостроения.

Степень влияния силы конкуренции на рынке равна 2,44, что говорит о высоком уровне конкуренции. Прогноз развития уровня силы конкуренции равен +0,78, это означает, что уровень конкуренции будет только расти.

Основным потребителем предприятия является население города, а так же другие строительные организации. Структура потребителей ЖБИ выглядит следующим образом:

87 % – СУ ЗАО «Фирма «КБС»; 13 % – ПСК «Союз», ООО «Монолитстрой», ПСК «Красноярскстрой», ЖСФ «МонтажСтрой» г. Сосновоборск, а так же из них 3–5 % – частные лица [3].

Оценка внешней среды организации была проведена с помощью PEST-анализа, где основными сферами были выбраны: экономическая, технологическая, политическая и социальная. Каждая сфера в свою очередь была детализирована пятью факторами. PEST-анализ в полной мере отразил возможности и угрозы основных факторов макроокружения. Было выявлено, что наибольшая нестабильность наблюдается в технологической компоненте. Стратегический анализ внутренней маркетинговой среды организации

был выполнен с помощью маркетинг-микса, включающего в себя четыре направления: продукт, цена, продвижение, место.

На сегодняшний день продукция компании является весьма востребованной. В последнее время «Кульбтыстрой» «ведет активное наступление по всем направлениям»: компания строит все больше, на данный момент более 60 % Красноярского жилья и возводимые «Кульбтыстроем» здания становятся все привлекательнее. В основном это первичный жилье класса «комфорт». Также фирмой построены многие социально-значимые объекты города Красноярска.

ЗАО Фирма «Кульбтыстрой» в политике ценообразования придерживается стратегии «среднерыночных цен». Стратегия «среднерыночных цен» – выпуск новых товаров по среднотраслевой цене. Маркетинговая цель – использование и удержание существующего положения на рынке. Формирование стоимости на квартиры происходит по каждому объекту отдельно, учитывая спрос, предложение и его местоположение. Рост стоимости, скорее всего, будет на уровне инфляции – примерно 6–7 %. В рублях это примерно 3–4 тыс. руб. на квадратный метр. Сейчас цена за квадратный метр жилой площади на объектах «Кульбтыстроя» варьируется от 45 до 48 тыс. руб.

Фирма повышает и понижает цены за 1 м² в зависимости от изменений от рыночной ситуации. Происходит постоянный мониторинг цен на рынке, как жилой, так и коммерческой недвижимости и на основе этих данных составляются недельные отчеты по изменению цен на рынке. В соответствии с этими отчетами и происходит изменение цены квадратного метра [2].

При выборе канала сбыта промышленное предприятие должно учитывать также и то, какие каналы сбыта используют конкуренты, доступность рынка, периодичность совершения покупок потребителями, стоимость хранения запасов и многие другие критерии оценки.

Компания ЗАО «Кульбтыстрой2» использует преимущественно прямой канал сбыта квартир, но иногда прибегает и к косвенному (одноуровневому каналу). Когда речь идет о прямом канале сбыта, имеется в виду, что реализацией квартир занимается отдел продаж компании. ЗАО «Кульбтыстрой» по вопросам реализации жилой недвижимости сотрудничает с риелторскими агентствами такими как «Альянс-Т», «Арбис», «Аревера», «Барма», «Акрополь», «Акцент», «Алмакс», «Альта недвижимость», «Кром» и другими. Роль данных агентств сводится к привлечению покупателей, так же они помогают им связаться с отделом продаж компании.

Компания ЗАО «Кульбтыстрой» использует следующие способы продвижения (коммуникации): телевизионная реклама; сюжеты в новостях и на телеканалах; наружная реклама (баннеры); промо-точки в торговых центрах (раздача рекламной продукции, в основном листовок); организация торжественных мероприятий городского масштаба; интернет реклама (собственный сайт); печатные СМИ; участие в выставках и различных конференциях.

Из SWOT-анализа компании, можно сделать вывод, что ЗАО «Кульбтыстрой» занимает стабильную

позицию на рынке недвижимости г. Красноярск. Компания имеет определенные возможности, за счет которых может ликвидировать угрозы, а также необходимы определенные финансовые вложения и усилия для превращения слабых сторон в сильные. В целом деятельность компании ЗАО «Кульбтыстрой» является успешной.

Библиографические ссылки

1. Официальный сайт компании ЗАО «Фирма «Кульбтыстрой». URL: <http://www.firma-kbs.ru/>.
2. Официальный сайт ООО «Монолитхолдинг». URL: <http://www.monolit-holding.ru/>.
3. Официальный сайт ОАО УСК «Сибиряк». URL: <http://www.usk-sibiryak.ru/>.

© Грунина М. А., 2013

УДК 339.13:665.6

А. В. Исаева

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

МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЫНКА НЕФТЕПРОДУКТОВ РОССИИ

Анализируются проблемы нефтепродуктов на российском рынке. Отмечаются причины возникновения этих проблем. Предлагаются пути решения.

В условиях российской экономики необходимо тщательно исследовать товарный рынок для принятия эффективных управленческих решений, обуславливающий такие важные причины, как активизация попыток отечественных предприятий целеустремленно и последовательно использовать маркетинг в качестве философии современного бизнеса.

Нефтеперерабатывающая промышленность в России в большой степени консолидирована. Около 90 % мощностей по переработке нефти находится под контролем 10 вертикально интегрированных нефтегазовых компаний, таких как: Роснефть, Лукойл, Сургутнефтегаз, Газпром и т. д. Продажа нефтепродуктов осуществляется нефтетрейдерскими и вертикально-интегрированными компаниями, розничными сетями АЗС. Биржи нефтепродуктов являются посредниками в продаже и покупке нефтепродуктов. Биржа нефтепродуктов обеспечивает возможность выбора наиболее удобного варианта продажи и покупки нефтепродуктов, расчет стоимости и поставки нефтепродуктов.

Российский рынок нефтепродуктов вызывает опасения своим негативным влиянием на функционирование экономики, в частности, на темпы потребительской инфляции в стране. Рост цен на нефтепродукты в 2013 году связан с несколькими факторами, основным из которых является низкий уровень переработки нефти на российских НПЗ.

Модернизация сохраняющихся активов в нефтепереработке идет очень медленно, в результате средняя глубина переработки нефти в России не превышает 73 %, а средний выход светлых нефтепродуктов – 55 % (современные НПЗ в западных странах нормальными показателями считаются 92 % и 75 % соответственно). Большая часть российских НПЗ работают больше 40 лет. В этом случае остается надежда на самый крупный в России НПЗ в конечной точке нефтепровода Восточная Сибирь. Планируется объем переработки на этом предприятии равным глубине 93 %.

Качество нефтепродуктов должно улучшиться в разы и соответствовать мировым стандартам. Рас-

сматриваемый объем производства основных нефтепродуктов, потребляемых транспортом в России, по-прежнему ничтожно мал – авиабензинов производится не более 30 млн тонн в год, а авиакеросинов – менее 12 млн тонн. Ясно, что при таком небольшом объеме производства автобензинов и отсутствии системы коммерческого резервирования нефтепродуктов даже небольшой отток нефтепродуктов с рынка в состоянии его существенно поколебать. Выход из этого положения, увеличение объемов выпуска, путем создания модернизации старых предприятий и создания новых. Рассмотрев все выше перечисленное, нельзя не сделать вывод, что нефтепродукты российского производства по качеству не выдерживают никакой критики, с низкой конкурентоспособностью, а продолжение их массового потребления на внутреннем рынке обусловлено низкими требованиями к качеству автомобильных двигателей, предъявляемыми властями.

Модернизация российской нефтепереработки, таким образом, в состоянии существенно повлиять на структуру предложения на рынке светлых нефтепродуктов и снять напряжение на рынке, связанное с отсутствием возможности быстрого удовлетворения растущего спроса на нефтепродукты. Для того чтобы создать экономические стимулы для модернизации российской нефтепереработки, российским властям необходимо отменить или сделать более низкими экспортные. При практическом отсутствии качественного роста внутреннего рынка компаниям невыгодно модернизировать НПЗ и увеличивать выход бензинов – они не смогут их продать на внутреннем рынке, а экспорт приносит либо нулевую прибыль, либо убытки. Дестимулирует развитие нефтепереработки и структура акцизов на нефтепродукты. Например, ставки акциза на качественные автобензины с высоким октановым числом традиционно на 40 % выше ставок акциза на прямогонный бензин с октановым числом ниже 80 %. Таким образом, модернизация НПЗ с увеличением выхода качественных авто-

бензинов попросту невыгодна нефтяным компаниям – увеличение выхода качественного бензина будет сопровождаться ростом налоговой нагрузки.

Еще одним мощным фактором стимулирования расширения спроса на качественные нефтепродукты в России могло бы стать ужесточение требований к автомобильным двигателям до уровня стандартов EURO-3 и EURO-4. Автовладельцы стали бы предпочитать более качественный бензин, следовательно,

улучшилось бы и производство отечественных нефтепродуктов, и оно стало бы более конкурентоспособным.

Серьезное увеличение предложения качественных нефтепродуктов на внутреннем рынке в состоянии существенно повлиять на цены и даже привести к их снижению.

© Исаева А. В., 2013

УДК 339.138

Д. С. Камышова, А. С. Спрыжкова
Научный руководитель – Л. В. Юшкова
Сибирский федеральный университет, Красноярск

МАРКЕТИНГОВОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ РАЗРАБОТКИ НОВОГО ТОВАРА НА РЫНКЕ КИНОУСЛУГ Г. КРАСНОЯРСКА

Изложено маркетинговое сопровождение проекта нового кинокомплекса, который предлагает уникальные для рынка киноуслуг сервис и обслуживание.

Целью данной работы является разработка инструментов маркетингового сопровождения выхода на рынок киноуслуг г. Красноярска нового уникального развлекательного кино-комплекса «SOFT cinema», который представляет собой кинокомплекс с двумя залами, оборудованными уникальной техникой (автоматический разносчик заказов), а также диваном площадью 168 кв.м.

Исходя из поставленной цели, мы можем выделить следующие задачи:

- краткая характеристика кино-комплекса «SOFT cinema»;
- описание услуг кино-комплекса;
- стратегия продвижения бренда «SOFT cinema»;
- стратегия взаимодействия с потребителями;
- анализ рынка киноуслуг г. Красноярска;
- экономическое обоснование предложенного мероприятия.

При разработке проекта был проанализирован рынок потребителей киноуслуг г. Красноярска, а также изучена конкурентная среда разрабатываемого предприятия с целью прогнозирования его доли рынка среди кинокомплексов г. Красноярска и анализа его конкурентоспособности.

В результате исследования был разработан, непосредственно, проект кинокомплекса «SOFT cinema», его эмблема, слоган и фирменный стиль, а так же рекламная кампания и модель продвижения кинокомплекса на рынке г. Красноярска.

В кинокомплексе располагаются:

- большой зал, оборудованный портативными экранами для заказа еды и напитков «не отвлекаясь от просмотра» с автоматической раздачей;
- уникальный «SOFT goom» (мягкий зал), оснащенный общим диваном и подушками для комфортабельного просмотра кино. Помимо этого в зале предоставляется услуга раздачи еды и возможность бронирования;
- новейшие игровые автоматы и симуляторы;

- детская площадка;
- кафе-бар с собственным производством.

Предварительный анализ деятельности компании на рынке и её внешней среды, а именно, потребителей, конкурентов партнёров, позволил определить сильные стороны презентуемого бренда. Таким образом, к преимуществам представляемого кинокомплекса можно отнести уникальность как само проекта, так и услуг, например:

- доставка заказов во время сеанса без помех со стороны человеческого фактора;
- бронирование зала с возможностью выбора репертуара;
- наличие игровой детской площадки и др.

Однако, несмотря на плюсы, продвижение кинокомплекса столкнется также и с недостатками. Уникальность данного продукта может также подвергнуть продвижение продукта сложностям. Учитывая тот факт, что данный проект ранее не встречался на рынке г. Красноярска, можно предположить, что население будет скептически относиться к предоставляемым им услугам. Еще одним отрицательным моментом служит наличие серьезных конкурентов, таких как РКК «Луч», «Киномакс» или «Квадро-фильм».

Стратегия продвижения должна привести в конечном итоге к максимальной прибыли и высокой конкурентоспособности предприятия. Для того, чтобы вывести новый товар на уже существующий рынок необходимо, для начала, прибегнуть к стимулирующему и развивающему маркетингу.

Главный упор при продвижении продукта необходимо делать на широкое освещение в СМИ и проведение разнообразных event-мероприятий (событийный маркетинг). Как, например, то, что открытие кинокомплекса должно стать ожидаемым и сопровождаться ярким праздником со всевозможными акциями и подарками.

Так как слоган презентуемого комплекса гласит «Главное в кино – это удобство», то и акцент при

продвижении должен быть сделан на удобство, например, месторасположения, просмотра, бронирования билетов, времяпрепровождения и т. д. иными словами, все мероприятия предприятия должны нести в себе комфорт и благоприятное отношение к потребителям.

Нами была предусмотрена так же гибкая система скидок и бонусов на услуги кинокомплекса. Одним из ключевых моментов в продвижении будет являться бесплатная раздача карт посетителям в первые две недели работы кинотеатра.

Проведение различных праздников в самом кинокомплексе и участие в общественной жизни города – также немаловажный факт при формировании положительного отношения потребителей к проекту. Рекламная кампания будет акцентирована на преимуществах и уникальности кинокомплекса, что позволит не только выделить его среди конкурентов, но и, в следствие, прочно закрепить лидерские позиции на рынке.

© Камышова Д. С., Спрыжкова А. С., 2013

УДК 331.108

А. А. Константинова

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

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «КРАСНАЯ ЗАРЯ»

Произведен анализ внешней и внутренней среды, а также анализ конкурентов, выявлены сильные и слабые стороны, рассмотрены возможности и угрозы, предложены стратегии развития ООО «Красная Заря».

Рыночная среда и усиливающаяся конкуренция вынуждает каждое предприятие искать новые, более эффективные стратегии предприятия, которые должны гарантировать положительный результат как для собственников предприятия и возможных инвесторов, обеспечивающих достаточность финансовых и материальных ресурсов, так и для руководителей всех уровней.

Целью курсовой работы является разработка стратегии развития предприятия.

Объектом в курсовой работе является Общество с ограниченной ответственностью ООО «Красная Заря» г. Иваново.

Предметом исследования являются методы, приемы и способы, применяемые для анализа и разработки стратегии организации.

Ивановская фабрика «Красная Заря» – одно из старейших предприятий Ивановской области. Свою производственную деятельность предприятие начало с 1905 г.

Кондитерская фабрика «Красная Заря» относится к пищевой промышленности и производит кондитерские изделия. Предприятие является крупнейшим в области производителем кондитерских изделий.

По результату PEST-анализа наибольшая нестабильность наблюдается в технологической сфере, в связи с этим необходимо уделять особое внимание подробному исследованию изменению появления новых технологий, появление новых продуктов, государственная политика в области НТП. Появление нового продукта в данной отрасли является одним из основных конкурентных преимуществ фабрик.

Анализ конкурентов ООО «Красная Заря» показал, что из выбранных предприятий лидером является «Кондитерский концерн Бабаевский», ООО «Красная Заря» же занимает самую нижнюю позицию. Стоит отметить, что существует много фабрик с долей рын-

ка меньше чем у ООО «Красная Заря», которые не рассматривались в данном анализе конкурентов. Наиболее близким конкурентом является «Фабрика «Рот Фронт». Потенциальными конкурентами являются местные производители в регионах и европейские производители.

Проанализировав конкурентную среду, можно сделать выводы о том, что, большое количество предприятий, функционирует в данной сфере, поэтому уровень конкуренции является весьма высоким, следовательно, данный фактор обусловлен высокой прибыльностью отрасли, ее привлекательностью, преимуществами производимой продукции по сравнению с товарами-заменителями, а также наличие весьма большого количества каналов сбыта. На основе сделанных прогнозов, можно судить о том, что конкуренция в данной отрасли будет только усиливаться.

Стратегическое видение и миссия ООО «Красная Заря»:

1. Стратегическое видение фирмы – Увеличение доли до 5 % в производстве шоколадной и вафельной продукции на российском рынке, сегментирование рынка с последующим созданием определенной продукции для каждого сегмента, поддержание имиджа и репутации компании, увеличение объемов реализации созданной и произведенной продукции, высококвалифицированный персонал.

2. Миссия (окончательная формулировка) – производство и расширение ассортимента продукции путем использования современного оборудования с соблюдением строгого контроля качества с целью завоевания лояльности новых потребителей, сохраняя вековые традиции качества выпускаемой продукции и гарантируя своим именем высокие стандарты.

При рассмотрении параметра по статусу клиента перспективными параметрами являются постоянные клиенты, за счет которых будет происходить перерас-

пределение доли рынка.

Для ООО «Красная Заря» более приемлема стратегия более глубокого проникновения на рынок, так как ООО «Красная Заря» действует на прежнем рынке с теми же изделиями, но перед ним стоит задачи завоевать дополнительную долю рынка.

На основе анализа альтернатив предприятия были выделены для реализации следующие стратегии:

- запустить рекламную кампанию в поддержку новых видов продукции к апрелю 2013 года;
- создать сеть специализированных отделов в крупных торговых центрах Ивановской области к сентябрю 2013 г. с целью усиления сбыта;
- загрузить производственные мощности на 15 % к июлю 2013 г. с целью увеличения объема продаж;
- поиск и набор в организацию квалифицированных производственных специалистов к июню 2013 года;
- разработать систему мотивации для сотрудников с целью уменьшения текучести кадров к июню 2013 года.

Для ООО «Красная Заря» наиболее приемлемыми будет стратегия концентрированного роста и частичная реализация интегрированной стратегии. В соответствии с наиболее явными угрозами (усиление давления со стороны конкурентов, высокая концентрация производства и уровень конкуренции, влияние поставщиков и потребителей) и возможностями (возможность выхода на новые рынки, широкая известность в регионе, ускорение темпов роста рынка кондитерской продукции).

Предприятию необходимо использовать комбинацию стратегий: стратегию усиления позиций на рынке (используемая возможность – широкая известность в регионе, устраняемая угроза – усиление давления со стороны конкурентов), стратегию развития рынка (используемая возможность – выход на новые рынки, устраняемая угроза – высокая концентрация производства и уровень конкуренции). Также возможно использование стратегии обратной вертикальной интеграции, при помощи которой устанавливается контроль над поставщиками. Но первостепенной стратегией, на реализацию которой необходимо прежде всего направить усилия будет стратегия усиления позиций на рынке, так как её успешная реализация позволит сформировать необходимую устойчивую базу для дальнейшего развития предприятия.

Для ООО «Красная Заря» более приемлема стратегия более глубокого проникновения на рынок, так как общество с ограниченной ответственностью действует на прежнем рынке с теми же изделиями, но перед ним стоит задачи завоевать дополнительную долю рынка.

Для достижения этой цели можно пойти двумя путями:

- повышение качества продукции;
- снижение цены на изделие.

Правильная политика ценообразования, последовательность ее реализации составляют условие успешной деятельности предприятия.

© Константинова А. А., 2013

УДК 338.5

Я. А. Кончев

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

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОГО ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО ХОЛДИНГА «ЭР-ТЕЛЕКОМ» НА РЫНКЕ г. КРАСНОЯРСКА

Ценообразование является важным аспектом комплекса маркетинга, требующее учета различных факторов. Особенно актуальной проблема ценообразования является для предприятий сферы услуг.

Цена продукта – это то, что потребители должны и готовы платить за приобретение товара. Цена, важнейший элемент комплекса маркетинга с помощью политики ценообразования, компания может активно воздействовать на схемы продаж, соответственно на величину получаемой прибыли. Однако нельзя продавать продукт, по максимально высокой цене руководствуясь только получением сиюминутной выгоды. Ценовая политика должна быть гибкой, например, предлагая рынку новый продукт, компании, как правило, устанавливают низкие цены, чтобы заинтересовать потребителей и стимулировать, таким образом, увеличение объема продаж. С этой же целью используется система всевозможных скидок и бонусных программ.

При формировании ценовой стратегии фирмы необходимо иметь в виду, что цена наряду с другими

параметрами продукта (качество, дизайн, упаковка и т. п.) создает определенный «образ», имидж продукта в глазах потребителей. Не столько более высокое качество, сколько более высокий имидж торговой марки фирмы обеспечивает более высокую цену продукта. Сегодня потребитель (особенно с уровнем доходов выше среднего) платит не столько за качество, сколько за престиж, а значит за имидж фирмы.

Процесс формирования ценовой политики фирмы включает наряду с анализом механизма ценообразования также следующие элементы:

- определение факторов чувствительности потребителей к уровню цен;
- определение размеров и условий предоставления скидок на изделия и услуги;

- выбор ценовой стратегии, обеспечивающей с учетом всех компонентов ценовой политики, наиболее успешное продвижение продукта на рынке.

Для рассмотрения возьмем красноярский филиал российского телекоммуникационного холдинга «ЭР-Телеком» - оператора услуг tripleplay. Услуги связи - широкополосный доступ в интернет, кабельное и HD-телевидение, фиксированная телефонная связь – предоставляются под брендом «Дом.гу», для корпоративных клиентов – под брендом «Дом.гу Бизнес».

Базовые направления деятельности реализуются на базе собственных Городских Универсальных Телекоммуникационных Сетей, построенных с нуля и по единым стандартам в каждом городе присутствия по технологии «оптика до дома».

Цель компании – создание компании-лидера на рынке интернета и кабельного телевидения с долей не менее 20 % по выручке к концу 2014 году.

Стратегические задачи в рамках реализации цели:

- создание федеральной компании, состоящей из группы региональных лидеров рынка телекоммуникаций, предоставляющих полный спектр базовых услуг связи.

- достижение стабильных лидирующих позиций в каждом городе присутствия в течение 3 лет с начала деятельности за счет лучшего клиентского сервиса и максимально достижимой операционной эффективности.

Этапы реализации стратегии:

2010-2012 гг. – расширение географии деятельности компании, строительство сетей.

2013 г. – выход на операционную безубыточность.

2014 г. – достижение лидерства на рынке.

Основное конкурентное преимущество:

Освоение городов присутствия осуществляется за счет строительства собственной телекоммуникационной сети с нуля, что обеспечивает минимизацию инвестиционных затрат, сохранение единообразия применяемых решений и соблюдения выбранной технологии, а также высокое качество предоставляемых услуг. Разработанная и успешно реализуемая технология запуска новых городов и дальнейшего ведения бизнеса позволяет быстро и эффективно разворачивать деятельность в каждом городе проекта.

Факторы успеха в достижении цели:

- оптимальное техническое решение;
- ценовая политика;
- мировые стандарты сервиса/клиентоориентированность;
- технология быстрого захвата лидерских позиций на рынке;
- стандартизация бизнес-процессов;
- простота масштабирования бизнеса;
- высококвалифицированная команда менеджеров.

В заключение необходимо отметить, что для принятия своевременных и адекватных решений в области ценообразования нужно обладать точной информацией о ходе реализации услуг компании и ее основных конкурентов. Данные, необходимые для контроля цен:

1. Динамика объема продаж в натуральных и стоимостных измерителях: в сравнении с предыдущим годом; в сравнении с различными сегментами рынка и каналами распределения.

2. Изменения цен конкурентов по различным группам товаров.

3. Объем продаж по сниженным ценам: измеренный как процент от общей продажи; измеренный как процент от продажи по полным ценам.

4. Сегмент потребителей, получающих наибольший выигрыш от снижения цен.

5. Динамика затрат на маркетинг.

6. Мнения потенциальных покупателей по поводу продаваемых услуг.

7. Недовольство предлагаемой ценой: со стороны потребителей; со стороны торгового персонала.

8. Изменение позиции потребителей относительно предприятия-конкурента и его цен.

9. Количество потерянных потребителей в сравнении с предыдущим периодом.

Главным результатом анализа информации о ценах, получаемой из независимых источников и обрабатываемой с помощью различного инструментария, должно быть повышение эффективности ценовой политики предприятия за счет сокращения потерь, вызываемых ценовыми факторами.

© Кончев Я. А., 2013

УДК 331.108

А. А. Косякова

Научный руководитель – Ю. В. Данильченко

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

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «ПК «БАЛТИКА»

Представлена разработка стратегии развития предприятия ООО «Балтика», определены возможные видение и миссия предприятия, а также разработан перечень мероприятий для реализации стратегии развития компании и график их проведения.

Предприятие без ясной и эффективной стратегии развития – это не бизнес, а набор активов, отягощенных обязательствами. Для того чтобы не только вы-

жить, но и усилить свои конкурентные позиции на рынке, необходимо заниматься стратегическим планированием на профессиональном уровне.

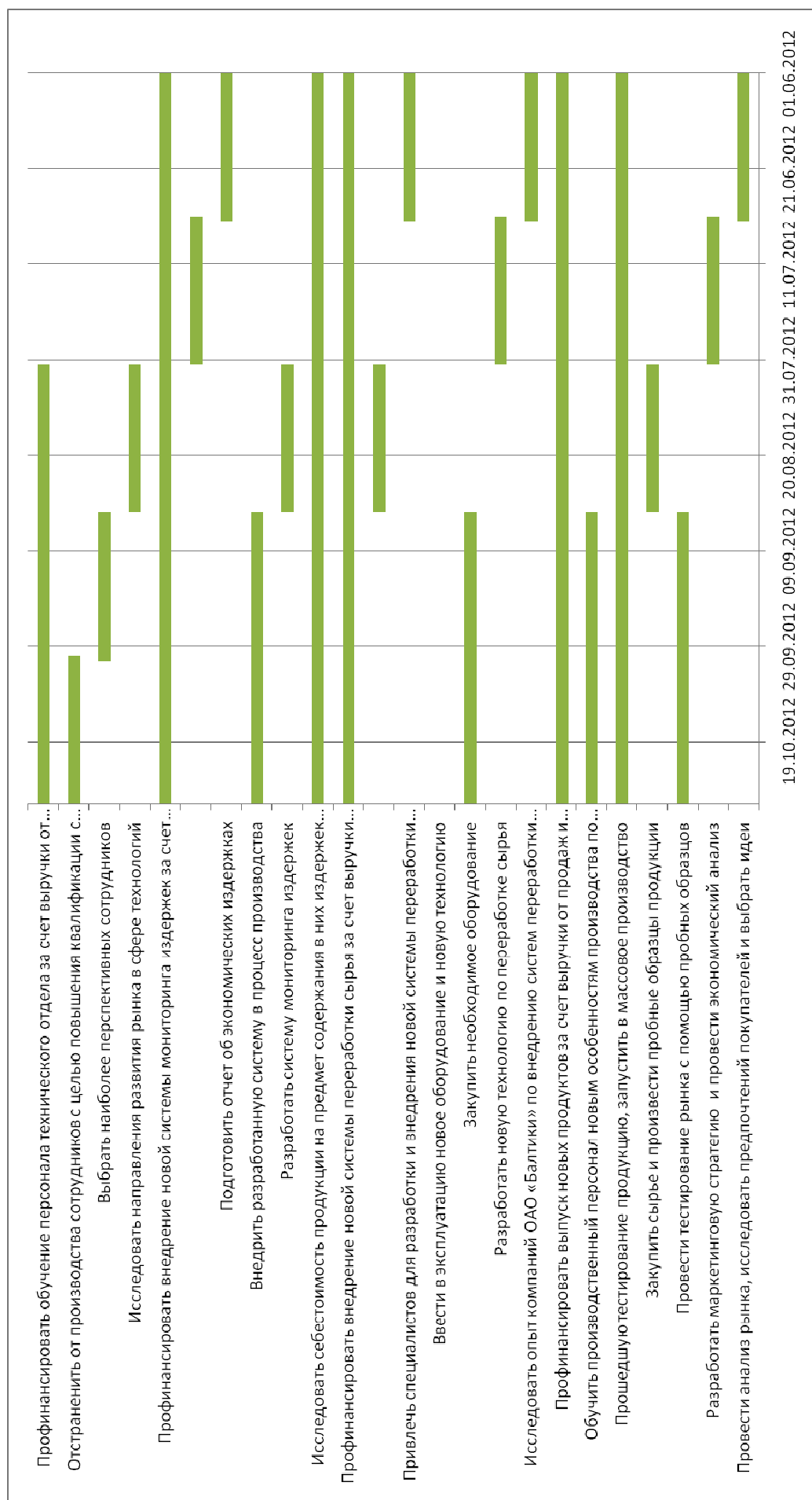


График реализации стратегии развития предприятия

Разработка стратегии развития предприятия – процедура разработки желаемого состояния организации: видения, миссии, целей и конкретных мероприятий по использованию сильных и слабых сторон для достижения возможностей (нивелирования угроз). Целью разработки данной стратегии является повышение управляемости бизнеса за счет вовлечения и обучения персонала в принятие управленческих решений.

В данной работе была проведена разработка стратегии развития предприятия на примере пивоваренной компании, лидера российского рынка производства пива – ОАО «Балтики».

В ходе разработки стратегии развития предприятия, были предложены видение и миссия для анализируемого предприятия.

Стратегическим видением предприятия является – увеличение доли на рынке, обеспечение лидирующих позиций, расширение географии продаж, насыщение региональных рынков, наращение производственных мощностей, увеличение объема продаж. В связи со стратегическим видением предприятия была предложена следующая формулировка миссии – развитие культуры потребления пива, путем производства высококачественной пивной продукции, способной удовлетворить потребности покупателей в разных ценовых сегментах.

Для разработки стратегии развития предприятия был проведен анализ внешней и внутренней среды функционирования ОАО «Балтика». На основании SWOT анализа были предложены стратегии для реализации, в связи с их большим количеством, был проведен их предварительный отбор.

Сформировав стратегические альтернативы, к мероприятиям для реализации были отнесены следующие стратегические альтернативы:

- расширить ассортимент безалкогольной продукции к февралю 2013 года;
- усовершенствовать систему переработки сырья к февралю 2013 года;
- ввести систему мониторинга издержек к декабрю 2012 года;
- провести обучение персонала технологического отдела в ноябре 2012 года.

В соответствии с предложенными стратегиями развития предприятия, были сформулированы мероприятия, позволяющие достичь поставленных целей. Перечень необходимых мероприятий и график их проведения представлен на рисунке.

© Косякова А. А., 2013

УДК 139.13

Н. А. Крымова

Научный руководитель – Н. В. Федорова

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

РАЗРАБОТКА ПЛАНА МАРКЕТИНГА ПРОЕКТА «ЭЛИТНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ» ООО «НОВЫЙ ГОРОД» НА РЫНКЕ Г. КРАСНОЯРСКА

Рассматриваются основные этапы разработки плана маркетинга предприятия.

Планирование – одна из важнейших предпосылок оптимального управления производством на предприятии. Планирование – это построение плана, способа будущих действий, определение экономического содержания и последовательных шагов, ведущих к намеченной цели.

В условиях жесткой рыночной конкуренции маркетинг является основной функцией предприятия, которая способствует выживанию и эффективному функционированию, то и план маркетинга над другими планами доминирует и разрабатывается в первую очередь потому что:

- приоритетными являются решения в области маркетинга, так как определяют, что предприятие будет производить, как рекламировать, где продавать и по какой цене;
- от содержания маркетингового плана зависят содержание и показатели других планов (решение о разработке и выпуске новой продукции окажет влияние на производственный план, вопросы ценообразования, влияют на финансовые показатели).

Сущность плана маркетинга заключается в приве-

дении предприятия в соответствие с ситуацией на рынке, в конкретизации покупателя, а также в возможном определении его потребностей и способов их удовлетворения. Конкретное содержание плана маркетинга зависит от особенностей производимой продукции, характера деятельности предприятия, масштабов производства конкретных товаров и других факторов.

План маркетинга – документ, являющийся важнейшей составной частью годового плана развития предприятия (наряду с финансовым, производственным и другими планами), в котором устанавливаются рыночные цели предприятия и предлагаются методы их достижения.

Объектом исследования является строительная компания ООО «Новый Город», которая входит в девелоперскую группу компаний ОАО «СМ.СИТИ». Компания ООО «Новый Город» строит и реализует недвижимость класса «комфорт». В данный момент времени занимается строительством и реализацией проекта «Южный берег», который включает в себя жилой комплекс Южный берег, второй очередью застройки которого являются Малые кварталы.

Оценка эффективности вариантов продажи квартир

Показатели	1 вариант (до реализации плана маркетинга)	2 вариант (после реализации плана маркетинга)
1. Общая площадь квартир	167,1	83,55
2. Количество квартир	1	2
3. Цена 1 м ² , тыс. руб.	45	52
4. Продажная цена, тыс. руб.	7 519,5	8 689,2
5. Затраты (55%), тыс. руб.	4 135,7	4 135,7
6. Затраты дополнительные, тыс. руб.:		
6. 1 на рекламные компании	1030	134
6. 2 на перепланировку	–	175
7. Прибыль, тыс. руб.	2 353,8	4 244,5
8. Налог на прибыль (20 %), тыс. руб.	470,8	848,9
9. Чистая прибыль, тыс. руб.	1 883	3 395,6
10. Рентабельность продаж, %	25	39
11. Рентабельность затрат, %	36,5	76,4

Проведен анализ внешней маркетинговой среды и маркетинговой деятельности (анализ внешней и внутренней среды) компании ООО «Новый Город», проанализировав все составляющие внутренней и внешней среды, полученные результаты сведены воедино и проведен SWOT-анализ.

Из проведенного SWOT-анализа видно, что компания ООО «Новый Город» занимает хорошее место на рынке недвижимости г. Красноярска. Компания имеет определенные возможности, за счет которых может ликвидировать угрозы, а также необходимы определенные финансовые вложения и усилия для превращения слабых сторон в сильные. В целом, можно было бы сделать вывод о том, что первая очередь ЖК «Южный берег» удачно реализована, но сейчас остро стоит проблема реализации больших по площади двухуровневых квартир, их средняя площадь 190 м². Таких квартир у компании пять.

Для решения имеющейся проблемы разработан план маркетинга для проекта «Элитная недвижимость» ООО «Новый Город» по авторскому алгоритму, который в качестве эксперимента предлагает разделить одну крупногабаритную двухуровневую трехкомнатную квартиру на две равноценные и включает в себя следующие мероприятия по реализации двухуровневой крупногабаритной квартиры жилого комплекса «Южный берег»:

- маркетинговое исследование рынка жилой недвижимости г. Красноярска;
- реализация рабочей программы и составление сметы по разделению крупногабаритной двухуровневой квартир на две равноценные;

- подготовка и проведение рекламной кампании;
- оценка эффективности плана маркетинга.

Затраты на реализацию плана маркетинга составляют 308 905 руб.

Оценка эффективности вариантов реализации (продажи) квартир представлена в таблице.

При реализации второго варианта доля чистой прибыли в выручке от продаж составляет 39 %, т. е. на 1 рубль выручки от продаж приходится 39 копеек чистой прибыли. С каждого вложенного рубля получаем 76 копеек чистой прибыли, т. е. на 1 рубль затрат приходится 76 копеек чистой прибыли.

Реализация первого варианта мало вероятна, так как уже на протяжении двух лет не могут реализовать данную двухуровневую крупногабаритную квартиру, да и потенциальные покупатели не готовы приобретать квартиры стоимостью более 7,5 млн руб. При реализации первого варианта доля чистой прибыли в выручке от продаж составляет 25 %, т. е. на 1 рубль выручки от продаж приходится 25 копеек чистой прибыли. С каждого вложенного рубля получаем 36,5 копеек чистой прибыли, т. е. на 1 рубль затрат приходится 36,5 копеек чистой прибыли.

При продаже квартир с учетом реализации плана маркетинга чистая прибыль компании ООО «Новый Город» будет больше на 1 512,6 тыс. руб.

© Крымова Н. А., 2013

УДК 339.13

И. Ф. Курухова, М. В. Алатырева
 Научный руководитель – Н. В. Федорова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ И МАРКЕТИНГ

Рассмотрено влияние интернет-технологии на общество и бизнес.

По данным статистики, в последнее время, количество пользователей сети Интернет постоянно растет. Люди все больше проводят времени в Интернете. Причем они туда заходят не только из дома (ноутбук, компьютер), но и с всевозможных устройств (смартфоны, планшеты и т. п.).

На наш взгляд, сейчас происходит плавный переход людей из реальной жизни в виртуальную, поэтому предприятиям будет легче реализовывать свою продукцию через интернет. Следовательно, сейчас очень важны интернет – технологии.

Интернет-технологии – это коммуникационные, информационные и иные технологии и сервисы, основываясь на которые осуществляется деятельность в Интернете или с помощью него [1].

Маркетинг – это система внутрифирменного управления, которая позволяет направлять деятельность предприятия на производство и реализацию товаров (услуг) в соответствии с требованиями потребителей.

Электронный бизнес как система, которая оказывает влияние на все бизнес-процессы в экономике. Она характеризуется несколькими свойствами: происходит существенное увеличение скорости бизнес-операций; расстояние теряет свое значение; исчезает не только расстояние, но и фактор времени.

Эти свойства во многом определяют влияние электронного бизнеса на процессы в экономике, степень ее развития в отдельных странах, а также тенденции в развитии самого электронного бизнеса.

В электронном бизнесе принято выделять следующие модели взаимодействия участников рынка: модели B2C (бизнес – потребитель), B2B (бизнес – бизнес), B2G (бизнес – государство), C2C (потребитель – потребитель), C2B (потребитель-бизнес), G2E (государство – бизнес+потребитель) [2].

Такое деление является весьма условным, и делается, с одной стороны, для получения академической полноты картины, а с другой стороны, функционирование большинства этих моделей требует специальных организационных решений. Построение успешно функционирующих систем электронного бизнеса основано на: высокой степени интеграции технологий корпоративного управления, ориентированной на реализацию внутренних бизнес-процессов на предприятиях и в организациях; связях с внешней экономической средой; механизмах взаимодействия хозяйствующих субъектов.

В итоге, по нашему мнению, плюсами влияния интернет-технологии на общество и бизнес являются: доступ к информации; бизнес в Интернете; легкость в общении, быстрая коммуникация; мобилизация Сети. А минусами являются: большая часть жизни в одном помещении; потеря внимания и памяти; понижение ответственности СМИ; отсутствие барьеров (цензура, неформальное общение). Также, на наш взгляд, наблюдаются следующие тенденции: влияние государства на «Рунет» будет усиливаться; политизация «Рунета» будет усиливаться.

Библиографические ссылки

1. Startov.ru: веб студия Startov Company [Электронный ресурс]. URL: <http://startov.ru/internet-tehnologii.html>.
2. Ryzkov.ru : офиц. сайт В. А. Рыжкова [Электронный ресурс]. URL: http://www.ryzkov.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=32812:-2012-2013-&catid=11:2011-12-26-10-30-14&Itemid=6.

© Курухова И. Ф., Алатырева М. В., 2013

УДК 339.138

И. А. Кустов, Ю. А. Шамара
 Научный руководитель – Н. В. Фёдорова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МОДЕЛЬ ВЫБОРА ЯРМОРОЧНО-ВЫСТАВОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВИАКОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПУТНИКОВЫЕ СИСТЕМЫ»

Рассмотрена специфика продвижения продукции авиакосмической отрасли, проведен анализ выставочной деятельности ОАО «ИСС» за 2011–2012 гг., описана последовательность действий при разработке программы участия предприятия в выставочно-ярмарочных мероприятиях.

Ракетно-космическая отрасль сейчас – это одно из наиболее перспективных направлений развития экономики России. Продукция предприятий космической отрасли является специфической и обладает рядом уникальных свойств. Следовательно, реализация комплекса маркетинга и продвижения, как его элемента, ставится в разряд чрезвычайно сложных задач. Это доказывается тем, что несмотря на впечатляющие научно-технические показатели, за последние 5 лет доля России на мировом рынке космических услуг практически не увеличивается и колеблется в районе 10 %.

Особенностью отрасли является то, что количество потребителей на рынке промышленного потребления гораздо меньше, чем на рынке широкого потребления. Промышленная клиентура хорошо осведомлена о товаре, ценах и продавцах на рынке. Участие в тендерах – один из главных способов привлечения внимания к продукции и получения заказов. В космической отрасли, как правило, на решение о покупке существенно влияют экспертные мнения и рекомендации, а реклама используется как вспомогательное средство. Одним из наиболее эффективных инструментов личных продаж является участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях [1]. Правильно выбранная выставка, тщательно организованная работа на ней и использование достигнутых результатов – незаменимый и относительно недорогой комплекс инструментов маркетинга для любого предприятия [2].

ОАО «Информационные спутниковые системы» им. Решетнева в настоящее время активно наращивает сотрудничество с зарубежными партнерами, участвует в международных тендерах и выставках и стремится стать ведущим поставщиком спутниковых систем в мире [3]. Для разработки модели выбора выставочно-ярмарочных мероприятий было проанализировано участие компании в выставках за 2011–2012 годы. Анализ проведен по следующим критериям: статус выставки (всемирная, международная, национальная), степень специализации (универсальная, специализированная, узкоспециализированная), количество посетителей (в том числе профессиональных), суммарные затраты на участие. Учитывая специфику космической отрасли, когда на подготовку и согласование контракта уходит от 6 месяцев, в качестве других показателей для анализа взяты: количество контактов в день, количество перспективных контактов в день (которые влекут переговоры), коэффициент качества контактов (отношение количества перспективных контактов к общему числу контактов), стоимость одного перспективного контакта. В результате анализа сделаны следующие выводы: практически все выставки, в которых компания приняла участие, имеют статус международных, наибольшая доля профессиональных посетителей на узкоспециализированных выставках (более 90%), и, чем выше степень универсальности выставки, тем выше количество контактов в день. Для всех рассмотренных мероприятий характерна прямая зависимость коэффициента качества контактов от доли профессиональных посетителей мероприятия в общем числе посетителей. Высокий коэффициент качества контактов на узкоспециализи-

рованных мероприятиях привел к тому, что стоимость одного перспективного контакта в разы ниже, чем на специализированных и универсальных выставках. Полученные данные наглядно демонстрируют, что именно узкоспециализированные мероприятия имеют наибольшую эффективность.

Таким образом, для создания оптимальной программы продвижения продукции рынки модель выбора выставочных мероприятий должна быть нацелена на охват всех интересующих ОАО «ИСС» рынков и на максимальную эффективность каждого отдельно взятого мероприятия. Кроме этого, она должна ориентироваться на мероприятия, на которых наиболее вероятно установление перспективных контактов.

Модель представляет собой последовательность действий при составлении программы участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях. На первоначальном этапе планирования выставочной деятельности проводится анализ информации о существующих выставочных мероприятиях. Производится их классификация по статусу и степени специализации. Далее рассматриваются только выставки, имеющие международный статус или с международным участием.

Затем необходимо провести анализ портрета посетителей выбранных выставок, чтобы он максимально соответствовал портрету потенциальных заказчиков ОАО «ИСС». Поскольку наиболее эффективными являются узкоспециализированные выставки, приоритетными мероприятиями являются те, которые ориентированы на спутниковые телекоммуникации – именно на них присутствует наибольшее число потенциальных заказчиков ОАО «ИСС». Данные мероприятия анализируются на предмет возможности охватить все регионы интересов ОАО «ИСС». К ним относятся Европа, Азия, Ближний Восток и Африка, Северная и Южная Америка. В случае если в регионе проводится больше двух выставок, необходимо провести анализ данных мероприятий по дополнительным критериям. В качестве таких критериев предлагается ввести следующие: соответствие тематики выставки целям компании, соответствие посетителей выставки целевой аудитории компании, соответствие компании профилю экспонента выставки, количество дополнительно представленных регионов интересов на выставке среди посетителей.

Далее необходимо произвести анализ состава участников выставки, экспонентов и посетителей, а также тематики мероприятия. Если мероприятия значительно отличаются друг от друга, то необходимо принять участие в обеих выставках. Если же их можно считать взаимозаменяемыми, то предпочтение следует отдать мероприятию, сопряженному с меньшим количеством затрат.

Если не во всех регионах интересов проводятся узкоспециализированные мероприятия, необходимо принимать участие в специализированных авиационно-космических салонах.

В случае если в регионе проводится больше двух выставок, необходимо провести анализ состава участников и экспонентов, определить, насколько востребовано это мероприятие представителями отрасли. Для этого необходимо проанализировать состав экс-

понентов за последние годы, количество профессиональных посетителей на прошедших выставках. Соответственно, выбрать те мероприятия, которые наиболее соответствуют интересам компании. В случае если какой-то регион останется неохваченным (то есть в нем не проводят в этом году никаких отраслевых выставочных мероприятий), то необходим поиск альтернативных способов контакта с потенциальными заказчиками ОАО «ИСС».

Таким образом, предлагаемая последовательность действий поможет правильно составить программу участия предприятия в выставочно-ярмарочных мероприятиях. Данная модель способна привести к увеличению числа перспективных контактов при том, что стоимость одного такого контакта будет значи-

тельно ниже, чем в рассмотренном периоде, а значит при сохранении общих затрат компания может наиболее эффективно продвинуть свою продукцию на внешние рынки.

Библиографические ссылки

1. Гусаров Ю. В. *Менеджмент рекламы : учеб. пособие*. М. : Экономика, 2009. 527 с.
2. Ковалев А. И. *Промышленный маркетинг*. М. : Благовест-В, 2004.
3. ОАО «Информационные спутниковые системы» имени академика М. Ф. Решетнёва» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iss-reshetnev.ru/?cid=1>.

© Кустов И. А., Шамара Ю. А., 2013

УДК 339.13

М. С. Могилат

Научный руководитель – Д. Н. Суслов
Сибирский федеральный университет, Красноярск

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И ЧАСТНЫЕ КОСМИЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ. ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ

Затронуты проблемы перспектив развития частного бизнеса в сфере космоса и его конкуренции с государственными компаниями. А также прогнозы относительно того, на чьей основе будет строиться дальнейшее освоение космического пространства и ближайших планет.

8 июля 2011 года, на мысе Канаверал в США, шаттл Atlantis стартовал с космодрома с грузом для Международной космической станции (МКС). Это был последний полет американского государственного космического аппарата. Теперь использование шаттлов Endeavour, Discovery и Atlantis будет прекращено, и их место займут космические аппараты частного производства [1].

Такая «коммерциализация» освоения космоса – общая тенденция во всех сферах, касающихся космической индустрии. До недавнего времени космос был сферой деятельности всего лишь нескольких космических держав: России, США и Китая. Однако эта эра подходит к концу. С 2003 года глобальный космический рынок вырос в 2,5 раза – до \$200 млрд [1] – благодаря тому, что бизнес активно осваивает всевозможные направления этой индустрии. И зачастую, превосходит государственные проекты по качеству и финансовой эффективности.

Space Exploration Technologies Corporation (SpaceX) выиграла тендер NASA в \$1,6 млрд. на перевозку материалов на МКС на своем космическом корабле Dragon. Это первый в истории корабль, разработанный частной компанией. Теперь в течение следующих четырех лет он совершит 12 грузовых перевозок на МКС [2].

Также, по прогнозам американского государственного агентства Federal Aviation Administration, в 2010–2019 годах ежегодно будет осуществляться по 27 коммерческих запусков частных космических кораблей.

Но останавливаться на космической транспортировке грузов бизнес не собирается. Впереди – перевозка людей. SpaceX планирует адаптировать свой

Dragon для перевозки космонавтов и туристов. За 2010–2012 года, в рамках Commercial Crew Development, NASA инвестировало более \$300 млн в проекты по разработке космических кораблей по перевозке людей от пяти частных компаний [3].

Свои предложения есть и у отечественных компаний. например РКК «Энергия», чьей особенностью являются туры на Луну, которые обойдутся в \$100 млн. Или компания «Орбитальные технологии», которая планирует к 2016 году вывести на орбиту, по которой вращается МКС, Коммерческую космическую станцию (ККС). Станция может быть использована как лаборатория, или же гостиница для шести космических туристов.

Здесь, тем не менее, необходим основательный анализ и последующая переработка международных правовых норм с тем, чтобы определить степень распространения норм международного космического права на космических туристов, а также степень распространения международного транспортного права на лиц, осуществляющих суборбитальные путешествия в космосе [4].

Отдавая такие проекты и направления в сферу частного бизнеса, NASA преследует свою цель. Агентство просто рационализирует использование собственных средств. США в этой сфере удалось добиться четкого разделения сфер ответственностей – исследование Солнечной системы, планет и астероидов – остается под ответственностью NASA, тогда как частные компании занимаются освоением околоземного пространства и Луны.

С другой стороны, главный конкурент США в освоении космического пространства, Россия, напротив,

не собирается увеличивать долю частного бизнеса в космической сфере. С одной стороны, государственное финансирование космической отрасли за последние пять лет выросло втрое, и его объемы продолжают расти. С другой, на фоне мировой тенденции к сотрудничеству с частным капиталом в стратегических отраслях, на российском рынке крупные компании практически отсутствуют.

В некоторой степени, проблемы возникают в случаях недостаточной поддержки и финансирования. Надежды здесь возлагаются на фонд «Сколково», а также на ряд других исследовательских организаций – «Российская венчурная компания», «РОСНАНО», «Внешэкономбанк», которые финансировали коммерческие проекты еще до появления фонда.

Отчасти, это компенсируется тем, что в отличие от американского проекта многоразовых шаттлов-носителей, у России есть определенный, устоявшийся набор ракет-носителей, обладающих таким неоспоримым преимуществом, как низкая цена запуска. И даже частные космические аппараты США, вряд ли будут способны конкурировать с российскими по этому параметру.

Тем не менее, в России осознали потенциальную выгоду от взаимодействия с частниками, и, как видно из Стратегии развития космической деятельности России до 2030 года, где уже заложено наращивание сотрудничества с коммерческими компаниями космической отрасли [5].

Если США удалось добиться некоего баланса, которые устраивает как государство, так и частный капитал, то России следует более активно формировать экономические союзы с ведущими мировыми произ-

водителями в этой сфере, а также активнее поддерживать собственный частный бизнес, готовый выйти на рынок космических услуг.

Таким образом, можно сделать вывод, что будущее развитие космической индустрии будет в глубокой степени зависеть от частных космических организаций и их взаимодействия с государственными структурами. На примере многих других сфер промышленности и услуг, можно сказать о том, что такая практика способна приносить хорошие плоды, как для развития частного бизнеса, так и для самого государства.

Библиографические ссылки

1. Снежко Е. // Журнал «Инвестгазета». 2011. № 28. Июль.
2. SpaceX wins NASA cots contract to demonstrate cargo delivery to space station. URL: <http://www.spacex.com/press.php?page=25>.
3. NASA's Commercial Crew Program Progressing for Future of U.S. Human Spaceflight. URL: <http://www.nasa.gov/exploration/commercial/crew/ccicap-announcement.html>.
4. Бундина А. Коммерциализация гражданского космоса России. М. : Центр политической информации, 2010.
5. Государственная программа Стратегии развития космической деятельности России до 2030 года и на перспективу. URL: <http://www.federalspace.ru/main.php?id=402>.
6. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org>.

© Могилат М. С., 2013

УДК 139.13

А. Н. Павленко

Научный руководитель – Н. В. Федорова

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

ВЫБОР ПОРТФЕЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ

Раскрывается понятие портфельных стратегий. Рассматривается БКГ анализ как метод выбора портфельных стратегий на примере туристической фирмы.

Портфельные стратегии – это совокупный портфель, включающий планово-управленческие решения по перераспределению корпоративных ресурсов между структурными подразделениями компании для обоснования выгодных сегментов рынка и потенциальных возможностей для каждой хозяйственной единицы [1].

Портфельные стратегии ориентированы на рыночный спрос, а планово-управленческие решения направлены на перспективу развития компании.

Для разработки портфельных стратегий используется матричный метод с анализом хозяйственного портфеля, который проводится с целью определения состояния спроса и предложения, жизненного цикла товара, возможных резервов снижения совокупных затрат для обеспечения прочного положения на рынке.

В общем виде процедура анализа состоит в перекрестном классифицировании каждого направления деятельности по двум независимым параметрам: привлекательности базового рынка, на котором работает фирма, и способности фирмы использовать возможности, имеющиеся на этом рынке. Разработаны различные модели портфельного анализа; все они реализуются в матричном виде и включают в себя различные индикаторы привлекательности и конкурентоспособности. В данной статье мы остановимся на наиболее привлекательном методе – методе Бостонской консалтинговой группы (БКГ).

Преимущество матрицы БКГ заключено в ее наглядности и количественно измеряемых показателях, которые возможно регулировать [2].

Рыночная привлекательность товара	Высокая	«Звёзды» 1) продажа туров в Китай; 2) продажа туров в ОАЭ; 3) продажа туров в Таиланд;	«Трудные Дети» 1) продажа туров на Гоа
	Низкая	«Дойные коровы» 1) продажа туров в Турцию; 2) продажа туров в Египет; 3) продажа туров в Европу (Скандинавия, Чехия); 4) продажа школьных туров на черноморское побережье, по «Золотому кольцу», Санкт-Петербургу;	«Собаки» 1) продажа путёвок на местные базы отдыха, санатории Урала
		Высокая	Низкая
		Рыночная доля	

Анализ портфеля оказываемых услуг ООО Туристические и санаторно-курортные услуги»

Недостаток данной матрицы – ограниченность круга показателей. К тому же выводы из анализа «портфеля» дают общую ориентацию и требуют дальнейших уточнений, связанных с непредсказуемостью рыночных ситуаций, расходами на маркетинг, влиянием макропоказателей экономики в целом [2].

Проведя анализ портфеля оказываемых услуг, мы пришли к следующим результатам.

Туры в экзотические страны, такие как Китай, ОАЭ, Таиланд находятся в категории «Звезды», так как у них высокая рыночная привлекательность и эти туры занимают лидирующее положение в туристической. По отношению к этим турам фирма применяет стратегию интенсификации маркетинговых усилий для того, чтобы поддержать или увеличить долю рынка.

Туры в Турцию, Египет, Европу, школьные туры по России принадлежат к категории «Дойные коровы», так как клиенты выбирают эти туры достаточно часто и нет необходимости в больших затратах на маркетинг. Туры в данном направлении обладают недостаточно высокой рыночной привлекательностью, но занимают высокую рыночную долю. Таким образом, категория «дойные коровы» обеспечивают фирму большей прибылью, чем необходимо для поддержания её доли на рынке, средства, которые остаются фирма использует для финансирования развития товара – «звезды».

В последнее время прослеживается тенденция, что туры на Гоа завоёвывают всё большую рыночную привлекательность у туристов. Но из-за того, что рыночная доля этих туров достаточно низкая, они относятся к категории «трудные дети». По данным турам ООО «ТиСКУ» использует стратегию интенсификации маркетинговых усилий, поскольку компания считает, что эти туры конкурентоспособны. Инвестирование по этому направлению происходит за счёт средств, полученных от продажи туров, которые принадлежат к категории «Дойная корова».

Дезинвестиционную стратегию ООО «ТиСКУ» применяет к турам на местные базы отдыха и санатории. Эти туры обладают низкой рыночной привлекательностью и низкой долей рынка, поэтому относятся к категории «Собаки».

Библиографические ссылки

1. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. СПб. : Питер, 2010. 240 с.
2. Синяева И. М., Земляк С. В., Синяев В. В. Маркетинг в малом бизнесе : учеб. пособие. М. : Юнити-ДАНА, 2006. 287 с.

© Павленко А. Н., 2013

УДК 331.108

Е. О. Павлова

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

ОТБОР И ОЦЕНКА СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ОАО «КРАСМАШ»

Представлены результаты анализа внешней и внутренней среды, сформированы альтернативные стратегии и предложены стратегические направления развития ООО «Красмаш».

Стратегическое управление – это деятельность, направленная на достижение поставленных основных целей и задач организации, определенных на основе предвидения возможных изменений окружающей среды и организационного потенциала, путем координации и распределения ресурсов [1].

Деятельность предприятий ОПК регулируется государством, в виде Федеральных целевых программ.

Но рентабельность гражданской продукции по-прежнему остается низкой. Поэтому одной из стратегических целей является повышение уровня прибыли от реализации гражданской продукции.

Достижение данной цели требует качественных изменений внутри предприятия, в виде стратегии развития предприятия, как способа достижения стратегической цели.

Процесс генерации альтернативных стратегий будет построен на использовании моделей выбора стратегических альтернатив.

В соответствии с поставленной целью в первую очередь необходимо рассмотреть вероятные источники роста рентабельности производства.

Модель бизнес-стратегий И. Ансоффа располагает четырьмя стратегическими альтернативами:

1. Совершенствование деятельности – в данном случае, ориентированное на снижение издержек.

2. Развитие рынка – ориентированное на рост продаж.

3. Товарная экспансия – вывод на рынок нового продукта, который имеет более высокий уровень прибыли по сравнению с прежним.

4. Диверсификация – создание новой бизнес-единицы, которая либо сама имеет более высокий потенциал прибыли по сравнению с существующим, либо увеличивает общий потенциал [2].

В процессе работы инструментом выбора стратегий развития являлась стратегия вертикальной интеграции – модель сил конкуренции М. Портера. Если придерживаться этой стратегии, то предприятие может сохранить присутствие в существующей нише. Была рассмотрена стратегия диверсификации, которая может стать определенной базой для одного из вариантов стратегии – повышения уровня рентабельности гражданской продукции.

В процессе разработки и выбора стратегических альтернатив была сделана оценка избранных альтернатив и выбор наилучшего варианта. Одной из наиболее приемлемых является стратегия среднесрочного снижения удельных затрат на базе инвестиционного проекта, ее целью является повышение рентабельности гражданской продукции за счет реализации целевых инвестиционных проектов, направленных на максимально возможное снижение и контроль издержек. Стратегия может реализовываться, если инвестиционный проект будет осуществлен в области автоматизации производства и внедрения ИТ – системы, в результате чего ожидается снижение затрат на оплату труда персонала, сокращение потерь сырья, обеспечи-

вая контроль на всех этапах производственного процесса.

Вторая альтернативная стратегия – это стратегия товарной экспансии с освоением выпуска инновационной продукции. Достижение цели происходит за счет выпуска инновационных образцов технологического оборудования, обладающего более высокой стоимостью. Наличие инновационного потенциала предприятия и успешная реализация данной стратегии возможна благодаря преимуществу существующей позиции ОАО «Красмаш», его географическое удачное месторасположение, наукоемкость выпускаемой продукции, поддержку государства, объединение всех технологических процессов на одной промышленной территории.

Каждая из рассмотренных стратегий связана с реализацией развития предприятия, соответствует единым критериям. Необходимо проводить маркетинговые исследования, с учетом мнения экспертов для того, чтобы понять какое потребителю производимого товара существует гражданской продукции.

В заключении необходимо отметить, что реализация любой из представленных стратегий должна сопровождаться мероприятиями по усилению слабых сторон ОАО «Красмаш», связанных с не высокой научно-исследовательской детальностью, поскольку НИОКР в машиностроении относится к числу ключевых факторов успеха. Обе представленные стратегии решают проблему нехватки необходимых компетенций за счет разовых контрактов со сторонними организациями, однако в долгосрочной перспективе заводу предстоит организовать постоянную работу в данном направлении.

Библиографические ссылки

1. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник. 4-е изд., перераб. и доп. М. : Экономист, 2008. 670 с.
2. Кондратьев В. В. 7 нот менеджмента. Настольная книга руководителя ; перераб. и доп. М. : Эксмо, 2009. 976 с.

© Павлова Е. О., 2013

УДК 339.13

А. Б. Пацук, А. С. Лобов

Научный руководитель – Н. В. Федорова

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

ФАБУЛА КОСМОМАРКЕТИНГА

Изменение условий – изменение проблем. Соответствие меняющимся реалиям позволит оставаться лидером в своем деле. Сложность в том, чтобы понять суть новых явлений.

Маркетинг решает все. Не для всех компаний он актуален, но такие в меньшинстве. Для тех же, кто имеет претензию стать лучшим в своем деле, следует изучить не только место маркетинга в деятельности предприятия, но и его отраслевую огранку.

Маркетинг представляет собой разнородную деятельность. Достижение целей предприятием находится в прямой зависимости от эффекта, получаемого отделом маркетинга. Интеграция целей – залог успешного функционирования. То предприятие нахо-

дится в выигрыше, которое системно подходит к организации своей деятельности.

Важность маркетинга зависит от масштабов деятельности и от отраслевой принадлежности предприятия. Но независимо от этого стратегическая цель у нее – это рост прибыли за счет увеличения объема продаж и снижения издержек. Уровень охвата рынка влияет на величину финансового потока, находящегося под риском, а вероятность самого риска зависит от технологической сложности реализуемого товара.

Экономическая интеграция и снятие барьеров на рынках сделали глобальную конкуренцию всеобъемлющей и всепроникающей и превратили ее в свою собственную противоположность: из инструмента воспитания, развития и стимулирования неэффективных экономик она превратилась в орудие их массового уничтожения [1]. Формирование глобального рынка стало причиной процветания не столько тех предприятий, которые обладают значительными научными наработками, а тех, кто обладает наработками в области реализации своего товара.

Рынок наукоемкой продукции представляет собой новый виток развития рыночных отношений. Это высокоинтеллектуальная сфера, которая столкнулась с непредвиденными трудностями, отсутствующими в традиционном маркетинге. Первое ограничение заключается в том, что с начала 90-х годов разрыв между развитыми странами и остальным миром окончательно принял технологический характер: современные технологии слишком сложны и дороги, чтобы их могли не то что создавать, но даже применять относительно неразвитые страны [1]. Второе ограничение связано с инертностью людей, которая сказывается на величине спроса на наукоемкую продукцию.

Среди наукоемких отраслей есть подразделение на отрасли, производящие наукоемкую продукцию и на отрасли, предоставляющие наукоемкие услуги. Причем вторые пользуются большей популярностью в связи с более осязаемыми результатами. Наукоемкое производство является направлением, развивающим общий научно-технический уровень, что иногда приводит к созданию инноваций. Сложность в том, что предугадать результат, полученный в ходе решения очередной задачи невозможно.

Инновацией является тот продукт, который не только реализован, но и приносит полезный эффект, причем на качественно новом уровне. Чтобы реализовать товар нужно не только разобраться где и как его можно применять, но и, в первую очередь, выяснить, кому он может пригодиться. Трудной задачей наукоемких предприятий является подключение в свой

сегмент категории физических лиц, ведь для ее решения придется проявить больше изобретательности в «упаковке» своего товара.

Ракетно-космическая отрасль является очень специфичным направлением, развитие которой идет в процессе выполнения контрактов. В настоящее время контракты поступают в основном от государства, которое основную финансовую часть выплачивает после окончания работ. Чтобы иметь возможность выполнить контракт предприятие может воспользоваться двумя способами: взять кредит или привлечь собственные средства.

Особенность космонавтики проявляется в том, что при каждом заказе производство является уникальным и выполняется в единичном или мелкосерийном экземпляре, а освоение каждый раз новых технологий приводит к огромным издержкам. Единственный выход – увеличить клиентскую базу и продавать продукцию на основе тех технологий, которые были освоены. И сразу встает вопрос: какие технологии в настоящее время актуальны? Решать эту задачу предстоит также отделу маркетинга, но в этом случае предприятие выступает со стороны покупателя. Сложность в том, что при выборе той или иной технологии надо знать не только общую картину научно-технического развития, но и видеть тенденции её развития.

Для установления контактов наукоемких предприятий с потенциальными клиентами надо знать кто нуждается в такой продукции. Успех зависит от уровня информационного обеспечения, как и предприятия о покупателях, так и наоборот. Цель такого обеспечения заключается в сборе, тематическом разделении, обработке и представлении ее в удобном для понимания виде. Реализовать это можно в печатном виде и в электронном. Печатная пресса направлена на информирование узкоспециализированных клиентов, а виртуальное пространство может стать той площадкой, где будет осуществляться диалог не только по поводу рекламы своего товара, но и для проведения опросов, предоставлении консультативных услуг, а в целом – формирование единого тематического информационного пространства.

Библиографическая ссылка

1. URL: <http://www.imperativ.net/iprog/new-world.html> (дата обращения: 10.03.2013).

© Пацук А. Б., Лобов А. С., 2013

УДК 338.48

Е. О. Рожкова, О. О. Рожкова
Научный руководитель – Т. К. Кириллова
Иркутский государственный университет путей сообщения, Иркутск

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО РАЗВИТИЮ И ПРОДВИЖЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ОЛЬХОНСКОГО РАЙОНА ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ)

Проведен анализ состояния рынка туристических услуг в регионе. Произведена оценка предоставляемых услуг на примере одного из приоритетных районов для развития туризма. В результате выявлено, что предоставляемые услуги, как правило, ориентированы на относительно высокий платежеспособный спрос. Предлагается проект по созданию отдыха, ориентированного на услуги эконом класса, рассчитаны экономическая эффективность и окупаемость проекта, предложены маркетинговые инструменты для его продвижения.

Стратегической целью развития туристического вида деятельности в регионе является разработка положений, направленных на создание современного эффективного и конкурентоспособного туристического комплекса. Это позволит сформировать широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в разнообразных туристических услугах [1].

В качестве исходного объекта управляющего воздействия выделяются туристические районы, которые обладают наиболее благоприятными условиями для расширения туристических потоков. Развитие выделенных районов осуществляется с целью получения возрастающих доходов от сферы туризма. На базе этого выделяются приоритетные формы туризма и целевые потребители.

В качестве приоритетных районов развития туризма в Иркутской области выделены территория Иркутск-Листвянка и Ольхонский район [2].

Целевыми потребителями туристических услуг рассматриваются туристы из Центральных регионов РФ, которые отличаются повышенной долей туристов с относительно высоким платежеспособным спросом на качественные услуги. Далее выделяем потоки туристов из близлежащих сибирских регионов, привлеченных относительной доступностью районов для летнего отдыха на Байкале, а также возможностью получения лечебно-оздоровительных услуг.

Основным объектом рассмотрения предлагается взять отдых на о. Ольхон. В настоящее время в Ольхонском районе действуют 33 официально зарегистрированных турбазы (фактически их намного больше). Проведен сравнительный анализ стоимости отдыха на территории о. Ольхон и зарубежом, далее

сделан вывод о том, что только в одном из случаев отдых на Ольхоне уступает по затратам популярному курорту, но в конечном счете проигрывает большинству курортов по уровню и качеству предоставляемых услуг. Выявлено отсутствие предложений для отдыха имеющих характер эконом, т. е. не требующего больших затрат. Вследствие этого, предложен проект который предлагает экономичный вид отдыха, выполнен расчет его стоимости и экономическая эффективность проекта.

Полученные в работе результаты носят методический характер, и обладает практической новизной, об этом свидетельствует короткий срок окупаемости предложенного проекта и готовность его к внедрению, что будет способствовать развитию рынка туристических услуг.

Библиографические ссылки

1. Стратегия социально-экономического развития объединенной Иркутской области на период до 2010 и на перспективу до 2020 года [Электронный ресурс]/ Ин-т региональной политики. URL: <http://www.polit.ru/dossie/2006/05/22/irkstrategy.html>.

2. Кириллова Т. К. Повышение конкурентоспособности туристической отрасли в регионе // Региональная политика России в современных социально-экономических условиях: географические аспекты : материалы IX науч. совещания по приклад. географии (Иркутск, 21–23 апреля 2009 г.). Иркутск : Изд-во Института географии им. В. Б. Сочавы СО РАН, 2009. С. 72.

© Рожкова Е. О., Рожкова О. О., 2013

УДК 339.13

Л. А. Свердюк
Научный руководитель – Н. В. Федорова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

Приведены характеристики производственно-хозяйственных возможностей предприятий и их оценка в системе маркетинга.

Одним из важнейших экономических рычагов не только в системе управления производством в целом, но и в системе внутрихозяйственного планирования, контроля и анализа является повышение эффективности производственно-хозяйственной деятельности.

Одной из главных задач деятельности предприятия является разработка мероприятий по повышению эффективности производственно-хозяйственной деятельности [1].

Совершенствования эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия в настоящее время является важной проблема.

В рамках производственной деятельности работа с внешними и внутренними факторами обеспечивается профессиональными знаниями, средствами и навыками. Условия деятельности и личностные средства специалистов, работающих с внешними факторами, существенно ориентированы на системы личностного взаимодействия, исключительно результативны во внешней деятельности организации.

Последствия влияния внешних факторов на деятельность организации постоянно вынуждают искать и применять особые средства взаимодействия с ними, чтобы и стабилизировать само положение организации и получить преимущества для ее развития. В определенной мере новым явлением в отечественной экономической теории и практике является оценка финансового состояния предприятия [2].

Эта необходимость обусловлена в первую очередь переходом нашей экономики на рыночные отношения. Цель любой коммерческой организации – получение максимальной прибыли, но это «узкое» толкование цели. В более широком понимании основной

целью деятельности коммерческой организации следует понимать обеспечение её устойчивого финансового состояния, а получение максимальной прибыли является основой для достижения этой цели. Прибыль является конечным финансовым результатом предпринимательской деятельности предприятий и общем виде представляет собой разницу между ценой продукции, и ее себестоимостью, а в целом по предприятию представляет разницу между выручкой от реализации продукции и себестоимостью реализованной продукции.

Следует иметь в виду что при определении уровня решаемых вопросов стратегический аспект маркетинга определяется тем, «что делать?» (в каком направлении идти для достижения главной цели фирмы), а маркетинг оперативного уровня (хозяйственный) – «как делать?» (какими идти шагами, в каком темпе). В зависимости от размера компании, вида ее деятельности стратегическими вопросами могут быть и каналы продвижения, и ценообразование, и реклама – все зависит от того, на какую сферу деятельности фирмы влияют принимаемые решения – на стратегическую или хозяйственную.

Библиографические ссылки

1. Беляев В. И. *Маркетинг: основы теории и практики : электронный учебник*. М. : Кнорус, 2009.
2. Григорьев М. Н. *Маркетинг : электронный учебник*. 3-е изд. перераб. и доп. М. : Юрайт, 2011. 448 с.

© Сverdlyuk L. A., 2013

УДК 139.13

А. О. Сёмина, А. А. Давыдова, И. И. Вольных, А. И. Черных
Научный руководитель – О. И. Антамошкина
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск

ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИЧИН ВЫБОРА ВУЗА

Представлены результаты исследования о причинах поступления абитуриентов в вуз и отношении студентов к институту Менеджмента и информатики.

В современном мире ключевыми понятиями при изучении оценки деятельности любой организации является конкуренция и конкурентоспособность. Ситуация на отечественном рынке образовательных услуг становится всё более напряженной. На рынок выходит всё больше и больше коммерческих вузов, которые уступают по престижу государственным вузам, но благодаря своей мобильности постепенно увеличивает свою долю. А с другой стороны, спрос среди абитуриентов снизился в связи с демографическим спадом рождаемости в 1992–1994 годах. В результате этого увеличилась конкуренция среди высших учебных заведений.

В такой ситуации для выживания институту Менеджмента и информатики (ИМИИ) в постоянно усложняющейся конкурентной среде, необходимо раз-

работать план мероприятий для повышения своей конкурентоспособности. В связи с чем, было проведено маркетинговое исследование, с целью выявления факторов, влияющих на принятие решения абитуриентами о поступлении в вуз.

Основным методом данного маркетингового исследования является опрос. Опрос проводился по двум направлениям: опрос студентов и опрос потенциальных абитуриентов.

1) группа студентов (1–5 курс), в эту группу входили студенты, учащиеся на данный момент в ИМИИ. В анкете были представлены вопросы, о мотивах поступления и отношении студентов к ИМИИ. По результатам проведенного опроса, было выявлено, что основой поступления в ИМИИ являлись следующие нижеперечисленные мотивы.

План мероприятий

Мероприятие	Существующие	Предлагаемые	На что направленно
Участие в ярмарках среди вузов. Выезд в школы	Выезд преподавателей	Выдача буклетов. Прокрутка видеофильма о преимуществах специальностей представленных в институте	Перспектива дальнейшего трудоустройства. Акцент сделан на, том что, чем перспективна та или иная специальность на ранке труда в настоящее время
День открытых дверей	Преподаватели, которые смогут хорошо рассказать о самом процессе обучения и о качестве образования	Действующие студенты привлекут абитуриента рассказом об интересной университетской жизни, о мероприятиях и т. д. Выпускник «успокоит» перспективами трудоустройства именно после университета, покажет на собственном примере. Устроить студенческий концерт	Участие в учебном процессе специалистов данной области. Вовлеченность в студенческую жизнь
Организация рекламных кампаний	Баннеры на территории КрасГАУ	Бегущая строка в городском транспорте. Баннеры в интернете	Увеличение информированности абитуриента о вузе

Во-первых, доступная оплата обучения, во-вторых, наличие общежития, в-третьих, наличие привлекательной специальности и в-четвертых, перспектива дальнейшего трудоустройства.

В целом, большинство студентов обучающихся в ИМИИ, положительно отзываются об институте.

2) в группу потенциальных абитуриентов вошли выпускники 11-х классов среднеобразовательных учреждений (школы, гимназии, лицеи), и выпускники средне-профессиональных учреждений проживающих в Железнодорожном и Октябрьском районе г. Красноярска, а так же в районных центрах Красноярского края.

В специально разработанной анкете для этой группы, были представлены вопросы, на ответ которых можно выделить по каким тем или иным причинам, абитуриенты выбирают вузы, которые представлены на рынке образовательных услуг города Красноярска. По результатам опроса данной группы потенциальных абитуриентов было выявлено, что при поступлении в вуз самыми важными критериями являются:

- престижность университета (рейтинг университета на рынке образовательных услуг);
- участие в учебном процессе специалистов данной области (которые могли бы рассказать все плюсы и перспективы данной специальности на рынке труда)
- перспектива дальнейшего трудоустройства;

– наличие общежития, так как основной массой поступающих абитуриентов, являются, прежде всего, иногородние абитуриенты.

По результатам исследования было выявлены причины и мотивы поступления в вузы, на основании чего был разработан план дополнительных мероприятий, по привлечению наибольшего числа абитуриентов в Институт Менеджмента и Информатики (см. таблицу).

В целом можно сделать вывод о том, что для привлечения абитуриентов в Красноярский государственный Аграрный университет, а именно в Институт Менеджмента и Информатики следует совершенствовать ряд мероприятий в следующих направлениях, которые главным образом влияют на принятие решения абитуриента о поступлении в вуз:

- повышение престижности университета (рейтинг университета на рынке образовательных услуг);
- участие в учебном процессе специалистов данной области (которые могли бы рассказать все плюсы и перспективы данной специальности на рынке труда);
- перспектива дальнейшего трудоустройства.

© Сёмина А. О., Давыдова А. А.,
Вольных И. И., Черных А. И., 2013

УДК 338.45.01

Е. С. Старовойт
Научный руководитель – Ю. В. Данильченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СРЕДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОК РУСАЛ (АЛЮМИНИЕВЫЕ ДИВИЗИОНЫ)

Приведена стратегическая характеристика ОК РУСАЛ, выявлена значимость факторов внешнего окружения экспертным методом, проведен отраслевой анализ и анализ конкурентов, проанализированы возможности предприятия с помощью маркетинг-микса.

Стратегическое управление организацией для российской экономики – новое, непривычное направление. Необходимость в нем появилась в ходе осуществ-

ляемых в стране политических и экономических преобразований, результатом которых стал переход от плановой экономики с централизованным стратегиче-

ским управлением целыми отраслями производства к рыночной экономике, в которой организации и предприятия различных форм собственности получили полную хозяйственную самостоятельность.

Объект исследования – алюминиевые дивизионы объединенной компании РУСАЛ (далее – ОК РУСАЛ). ОК РУСАЛ – крупнейший в мире производитель алюминия и один из крупнейших производителей глинозема. Основной структурной единицей ОК РУСАЛ является дивизион – подразделение, имеющее четкую специализацию и обладающее высокой степенью автономности.

Основными конкурентами ОК РУСАЛ являются крупные диверсифицированные зарубежные компании. Chalco или Aluminium Corporation of China Limited – крупнейших производителей алюминия в Китае, австралийско-британско-канадская Rio Tinto Alcan – горнодобывающая компания, американская Alcoa, норвежская Hydro Aluminium, британско-австралийская BHP Billiton – крупнейшая горнодобывающая компания в мире [1].

Для алюминиевой отрасли ключевыми факторами успеха являются: наличие современного технологического оснащения, ресурсно-сырьевой базы, отлаженная система управления, высокая квалификация управленческого персонала.

Степень влияния силы конкуренции на рынке равна 2,16, что говорит о высоком уровне конкуренции. Прогноз развития уровня силы конкуренции равен +0,61, это означает, что уровень конкуренции будет расти.

В стратегическую группу входят конкурентов ОК РУСАЛ попадают Alcoa, Rio Tinto Alcan, Chalco. Проведено ранжирование конкурентов ОК РУСАЛ – 4,76; Alcoa – 4,54; Rio Tinto Alcan – 4,48; Chalco – 3,70. Таким образом, основным конкурентом ОК РУСАЛ является компания Alcoa [2–6].

Оценка внешней среды организации была проведена с помощью PEST-анализа. Так как ОК РУСАЛ является промышленным предприятием для анализа выбираем сферы: экономическую, технологическую, политическую. Каждая сфера детализируется тремя факторами. Экономическая: курсом национальной валюты, ценой на энергоресурсы, налоговыми ставками. Технологическая: появлением новых технологий, значимостью тенденций в области НИОКР, новыми патентами. Политическая: антимонопольным законодательством, природоохранным законодательством, внешнеэкономическим законодательством. Наибольшая нестабильность наблюдается в экономической компоненте.

Потребителей алюминия можно разделить на отечественных и зарубежных. Зарубежные потребители представлены западным рынком (Европа, страны СНГ) и восточным (Индия, Китай, Япония). Отечественных потребителей, в свою очередь, сегментировать на предприятия производящие готовую продукцию (фольга, тара, упаковка) и полуфабрикаты (материалы и конструкции для строительства, детали для машиностроения, сплавы).

Стратегический анализ внутренней маркетинговой среды организации был выполнен с помощью марке-

тинг-микса, включающего в себя четыре направления: продукт, цена, продвижение, место.

На сегодняшний день продукция, выпускаемая отечественными металлургическими заводами имеет низкую добавленную стоимость. В основном это первичный металл и сплавы. Качество данной продукции строго утверждено в ГОСТах и стандартах LME (Лондонской биржи металлов), что не позволяет сделать данное направление основой для разработки конкурентной стратегии. Если продукция не соответствует стандартам, ее просто не будут покупать.

Металлургическая отрасль имеет специфические особенности ценообразования. Цена на металл формируется на Лондонской бирже цветных металлов, где в ходе сессий сопоставляются мнения продавцов и покупателей металлов, в результате чего устанавливается цена на тот или иной металл. Следовательно, спрос является одним из ключевых факторов ценообразования, ставя алюминиевую отрасль в прямую зависимость от положения дел в смежных отраслях, особенно в машиностроении и строительстве.

Кроме того, экспортная ориентированность алюминиевой промышленности заставляет ее реагировать на изменения в конъюнктуре мировой экономики. Снижения темпов строительства в развивающихся странах и сокращение производства в машиностроительной отрасли незамедлительно сказываются на цене алюминия.

Так как цена на алюминий устанавливается на мировом рынке, то единственным способом увеличения прибыли является снижение издержек производства. Львиную долю затрат в себестоимости алюминия (порядка 60%) составляет расходы на электроэнергию. Особенно актуальным этот вопрос становится в свете постоянной тенденции увеличения тарифов на электроэнергию.

Также ужесточаются требования к экологической безопасности производства цветных металлов. Металлургические предприятия находятся под постоянным давлением организаций по охране окружающей среды. Снизить выбросы вредных веществ позволяет использование инновационных технологий и применение современных способов газоочистки. Снижение потерь в процессе электролиза тоже оказывает прямое влияние на затраты.

К одному из стратегических преимуществ относится географическое расположение заводов по производству алюминия. С одной стороны, предприятия, обеспечивающие основные производственные мощности располагаются рядом с гидроэлектростанциями, что обеспечивает их постоянным источником электроэнергии. С другой стороны заводы восточного алюминиевого дивизиона располагаются в непосредственной близости к потребителям, чей спрос, по прогнозам специалистов, будет расти (Китай, Индия).

Политика продвижения активно реализуется. Компания является ключевым спонсором при проведении международных выставок и конференций, куда приглашаются лидирующие в своих секторах предприятия.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://www.aluminiumleader.com/serious/industr>.
2. Официальный сайт компании Aluminium Corporation of China. URL: <http://www.chalco.com.cn>.
3. Официальный сайт Alcoa. URL: <http://www.alcoa.com/global/en/home.asp>.

4. Официальный сайт Rio Tinto Alcan. URL: <http://www.riotintoalcan.com>.
5. Официальный сайт BHP Billiton. URL: <http://www.bhpbilliton.com/home/Pages/default.aspx>.
6. Официальный сайт ОК РУСАЛ URL: <http://www.rusal.ru/about/facts.aspx>.

© Старовойт Е. С., 2013

УДК 669.713.7

И. М. Тетерева

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

РАЗРАБОТКА ТОВАРНОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрены ключевые понятия маркетинговой стратегии. Представлена классификация маркетинговых стратегий. Рассмотрен процесс разработки товарной стратегии.

В настоящее время, с переходом экономики к рыночным отношениям, повышается самостоятельность предприятий, их экономическая и юридическая ответственность. Вместе с тем усиливается и роль конкуренции, как основного механизма регулирования хозяйственного процесса. В таких условиях фирма не может ограничиваться только текущим планированием и оперативным управлением своей деятельностью. Назрела необходимость стратегического мышления, которое должно воплотиться в программу действий, уточняющую цели и средства выбранного пути развития. В последнее время основной упор делается на формирование ориентированной на рынок эффективной организационной и управленческой системы и распределение в соответствии с этим управленческих ресурсов фирмы. Иначе говоря, маркетинговая стратегия рассматривается как объединенная система организации всей работы фирмы [1, с. 34].

Ключевыми понятиями маркетинговой стратегии являются: сегменты рынка, цели в отношении рынка и его сегментов, позиция компании на рынке и разрабатываемые на их основе альтернативные решения в отношении комплекса маркетинга.

Эффективность маркетинговой стратегии так же зависит и от информационного обеспечения: качество информации определяет во многом качество маркетинга. При формировании маркетинговой стратегии фирма должна учитывать следующие группы факторов.

1. Тенденции развития спроса и внешней среды организации (рыночный спрос, запросы потребителей, правовое регулирование, состояние и особенности конкурентной борьбы на рынке и т. д.).

2. Управленческие ресурсы и возможности самой фирмы (производственный, торговый, финансовый, кадровый потенциал).

3. Миссия и цели деятельности фирмы.

Наибольшую часть составления маркетинговой стратегии занимает описание инструментария и способов реализации поставленных стратегических целей, т. е. набор конкретных маркетинговых мероприятий по реализации частных конкретных стратегий комплекса маркетинга:

- продуктовой стратегии;
- ценовой стратегии;
- сбытовой стратегии;
- коммуникационной стратегии.

Маркетинговые стратегии предприятия

Группа маркетинговых стратегий	Стратегии, составляющие группу
Связанная с товаром	Стратегии изменения ассортиментной политики. Стратегии диверсификации производства. Выход на рынок с новым товаром
Связанная с ценообразованием	Ценовые стратегии новых товаров. Цены на группу товаров. Стратегии увеличения прибыли на инвестированный капитал. Стратегии изменения цен на товары, находящиеся на стадии спада
Связанная с рынком и физическим распределением товара	Увеличение доли рынка. Выход на новые сегменты рынка. Интенсивное и выборочное распределение
Связанная со стимулированием сбыта	Коммуникационные стратегии в канале сбыта. Стратегии охвата рынка. Стратегии торговой фирмы. Создание имиджа предприятия и товара. Стимулирование агентов по продаже

Маркетинговые стратегии формируются на основании комбинаций мероприятий, осуществляемых в рамках маркетингового комплекса: товар, место сбыта, цена, распределение, персонал. Примеры сформированных маркетинговых стратегий представлены в таблице [2, с. 17].

Разработка товарной стратегии предприятия является важным моментом при стратегическом планировании деятельности. Товарная стратегия является базой для разработки других составляющих общей стратегии предприятия, с которыми товарная стратегия находится в диалектической взаимосвязи [3, с. 35].

При анализе ассортимента используются методы: ABC-анализ, БКГ, SWOT-анализ и др. При разработке товарной стратегии предприятия необходимо использовать матрицу Ансоффа – инструмент классификации продуктов и рынков в зависимости от степени неопределенности перспектив продаж и возможностей предпосылок проникновения на определенный рынок.

Каждому производителю присущи свои уникальные характеристики. У каждого собственная история, свой круг руководителей, определивших особенности роста фирмы, свой собственный багаж знаний и умений, только ей присущее сочетание средств, производства и рабочей силы, отличная от других система сбыта, свой круг контактов на рынке, своя собствен-

ная репутация. Указанные характеристики предприятия отражают как его сильные, так и слабые стороны, которые необходимо учитывать при принятии решений о комплектации товарного ассортимента. Одна из обязанностей руководства заключается в предвидении наиболее выгодного курса товарной политики обозримого будущего.

Стратегия развития продукта основана на интенсивной научно-исследовательской работе по совершенствованию уже производимых товаров, расширению их модификаций и способов предоставления, что улучшает их потребительские свойства.

Библиографические ссылки

1. Ламбен Ж.-Ж., Чумпигас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг : пер. с франц. СПб. : Питер, 2008. 720 с.
2. Волкер-мл О. [и др.]. Маркетинговая стратегия. Курс MBA : пер. с англ. И. Ключева. М. : Вершина, 2006. 496 с.
3. Шкардун В. Д. Маркетинговые основы стратегического планирования: теория, методология, практика : монография. М. : Дело, 2005. 376 с.

© Тетерева И. М., 2013

УДК 139.13

Я. С. Холкина

Научный руководитель – Н. В. Федорова

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

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассматриваются возможные направления совершенствования маркетинговой деятельности ОАО «Красноярский хлеб».

Маркетинг является одной из самых важных новизнностей экономической и общественной деятельности, однако, его очень часто неправильно понимают. Цель маркетинга – повышение качества товаров и услуг, улучшение условий их приобретения, что в свою очередь приведет к повышению уровня жизни в стране, повышению качества жизни.

Очередной этап развития российской экономики вплотную подвел у предприятия к осознанию проблемы необходимости практического применения маркетинговых принципов в своей повседневной деятельности. Однако, для этого нужны не только подготовленные специалисты, а определенные усилия по созданию управленческих структур, в задачу которых входит планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности на предприятии.

Ключевой целью концепции маркетинга взаимоотношений является достижение и укрепление лояльности потребителей. Исследователи отмечают, что наличие большого количества лояльных по отношению к организации и платежеспособных клиентов

может обеспечить ей ряд существенных преимуществ, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Понятие лояльности потребителя появилось, как только маркетологи начали изучать и давать теоретическое обоснование приверженности и любви потребителей к определенным брендам.

Рынок хлеба и хлебобулочных изделий в Красноярском крае можно назвать стабильным. Способствовали этому экономические реформы проводимые в России, в результате чего с одной стороны образовались новые производители данной продукции, то есть расширилось количество поставщиков, с другой стороны новые торговые структуры, способные удовлетворять потребности населения в хлебобулочных изделиях.

В целом российский рынок хлеба и хлебобулочных изделий в натуральном выражении условно разделяется на два сегмента: первый включает в себя хлеб из пшеничной, ржаной муки и из смеси разных сортов муки, второй – хлебобулочные изделия. По состоянию на начало 2012 года вышеназванные доли

рыночных сегментов по отношению к 2010 году практически не изменились: доля сегмента хлеба из пшеничной и ржаной муки и из смеси разных сортов составила чуть более 70%; доля же сегмента хлебобулочных изделий была на уровне 30 % общего объема рынка.

На исследуемом рынке в последнее время обозначились лидеры регионального масштаба. Это ОАО «Красноярский хлеб», доля которого за последние три года более 40 %. Вместе с ним на рынке функционируют десятки средних и мелких производителей хлебных продуктов, способных эффективно функционировать с лидерами на региональном рынке и предлагать потребителям продукцию по более низким ценам.

ОАО «Красноярский хлеб» является одним из ведущих предприятий по производству хлебобулочных и кондитерских изделий на территории Красноярского края. «Красноярский хлеб» – единственное предприятие в крае, имеющее собственную Центральную лабораторию качества, где специалисты тщательно следят за соблюдением технологических процессов, исследуют сырье и качество готовых изделий.

На данный период времени «Красноярский хлеб» поддерживает лояльность потребителей ценовыми акциями:

- В январе цена на социальный хлеб повысилась незначительно: отныне буханка хлеба для малообеспеченных граждан стоит 10 руб. 30 коп., при отпускной цене завода 12 руб. 60 коп., сообщает пресс-служба ОАО «Красноярский хлеб». Напомним, что «Красноярский хлеб» проводит акцию по собственной инициативе с февраля 2006 года.

- В честь праздника «65 лет Великой Победе» компания «Красноярский хлеб» проводит праздничную акцию в 27 точках фирменной торговли. При покупке любой упаковки овсяного печенья (печенье овсяное с шоколадной крошкой 270 г, печенье овсяное с орехом 260 гр., печенье овсяное 300 г) – в подарок идет штучная вафля миндаль 150 г 1 шт. Акция проводилась с 03.05.2010 по 09.05.2010 гг.

- Каждый месяц во всех фирменных магазинах проводятся ценовые акции (скидка 30 % на 2 вида продукции).

По исследованию удовлетворенности потребителей были проведены следующие исследования: «Оценка уровня удовлетворенности потребителей» (сентябрь 2011 г.), «Оценка качества обслуживания в фирменных магазинах «Красноярский хлеб» (ноябрь

2011 г.), «Исследование спроса на хлеб» (февраль–март 2012 г.). Данные исследования показали, что потребители не довольны обслуживанием в фирменных магазинах и качеством продукции. Так же было озвучено много комментариев в адрес предприятия.

На основе анализа исследований можно сделать выводы, что предприятию требуются следующие мероприятия:

1. Система обратной связи с продавцами и потребителями по вопросам улучшения работы. Или по-другому проведение маркетингового исследования.

2. Повышение уровня обслуживания в местах продаж.

3. Внедрение системы накопительных карты. Возможно взаимодействие с программой карта «Копилка», в которую входят уже такие организации как «Командор», «Платежка», «Перцы» и т. д.

4. Внедрение системы скидок пенсионерам. Необходимо ввести скидки пенсионерам на всю продукцию, а не только на фирменный хлеб.

5. Изменение дизайна упаковки.

6. Участие в выставках и ярмарках.

7. Устойчивая ценовая политика.

При помощи внедрения мероприятий по повышению лояльности предприятие «Красноярский хлеб» может удерживать лидирующие позиции за счет сохранения и увеличения числа лояльных клиентов.

В случае правильно организованной программы лояльности создается ситуация, когда каждая сторона остается в выигрыше. У «Красноярского хлеба» увеличивается количество клиентов и сумма среднего чека за счет потребителей – участников программы, а потребитель получает бонусы за совершение необходимой покупки.

Для достижения предложенной программы лояльности предприятием был определен оптимальный срок реализации данного изменения, построен календарный график, по которому предприятие «Красноярский хлеб» должно будет проводить указанные необходимые мероприятия с целью выполнения программы в намеченные сроки.

Таким образом, правильное и точное выполнение всех мероприятий в установленные сроки позволит предприятию осуществить реализацию поставленных задач, достичь главной цели организации и лояльность потребителей к своей продукции, повысить уровень квалификации работников.

© Холкина Я. С., 2013

Е. В. Христюлова
Научный руководитель – Е. Г. Корепанова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика Ф. М. Решетнева, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ СПУТНИКОВОЙ СИСТЕМЫ «ГОНЕЦ» И ЕЕ СВЯЗЬ С МАРКЕТИНГОМ

Отражены основатели системы и её особенности, ценовая политика, конкуренты и каналы продвижения данной спутниковой системы, дальнейшее развитие спутниковой системы «Гонец».

Ключевые слова: спутниковая система «Гонец», значимость, полезность спутника, цена данной спутниковой системы, её конкурентоспособность на рынке, методы продвижения этой системы и её совершенствования.

Космический аппарат «Гонец-М» созданы в ОАО «Информационные космические системы им. академика М. Ф. Решетнева» предоставляющую доступа к услугам связи на любой широте и долготе [2].

Построение системы позволяет предоставлять услуги связи абонентам в глобальном масштабе, в регионах не покрытых GSM, в полярных широтах, районах Сибири и Дальнего востока, в регионах со слаборазвитой инфраструктурой и низкой плотностью населения [7].

Значимость, необходимость и полезность данной спутниковой системы заключается в том что:

1) спутниковая система в составе 12 Космический Аппаратов «Гонец-М» и 4 региональных станций позволит обеспечить связью на территории России около 200 000 потребителей;

2) доступ к каналам связи будет осуществляться в режиме свободного доступа с учетом четырех уровней приоритета и с выделением государственным потребителям гарантированного связного ресурса;

3) протоколы обеспечат контроль доставки, достоверности данных и защиту информации от несанкционированного доступа.

4) система обеспечивает доступ персональных земных станций к борту КА и обслуживание подвижных и стационарных пользователей [3].

Партнерами ОАО «Спутниковая система «Гонец» являются: Федеральное космическое агентство; ОАО «Информационные спутниковые системы имени академика М. Ф. Решетнева», ОАО «Научно-исследовательский институт точных приборов»; ОАО «Ижевский радиозавод»; Maico-Mannesmann AG; ЗАО «Транзас»; ЗАО «Поларнет Проект»; ФГУП «Научно-исследовательский институт радио»; ЗАО «Энвижн Групп» и т. д.

Среди государственных потребителей ОАО «Спутниковая система «Гонец» – Служба внешней разведки РФ, Федеральная служба безопасности РФ, Объединенный арктический авиаотряд ФСБ России; Министерство обороны РФ, Военно-морской флот.

ОАО «Спутниковая система «Гонец», является участником Федеральной целевой программы ГЛО-НАСС [5].

По проведенным анализам Роскосмоса изготовление и запуск тройки «Гонцов-М» обходится примерно в 1,5 млрд рублей. Каждый аппарат «Гонец-М» стоит бюджету 239,5 млн рублей. Для сравнения: каждый

навигационный спутник «Глонасс-М» обходится бюджету в 846 млн рублей [10].

Конкурентом является GPS – эта система спутниковой связи, которая позволяет в любом месте Земли (не включая приполярные области), а также в космическом пространстве вблизи планеты определить местоположение и скорость объектов. Стоимость поддержания системы в работе около 400 миллионов долларов

Основным преимуществом спутниковой системы «Гонец» – это связь в арктических регионах. Спутники работают «космическими антеннами»: принимая сигнал с Земли, они отправляют его обратно на Землю [6].

Каналами распределения спутниковой системы «Гонец» являются: Наземные станции МСПСС «Гонец-Д1М» находятся в г. Москве, г. Железнодорожске, г. Южно-Сахалинске и на полуострове Тикси [4].

Диаметр зоны радиовидимости каждой Региональной станции системы составляет около 5 000 км, что позволяет обеспечить 100 % покрытие территории России, включая территориальные воды и исключительную экономическую зону, а также большую часть территории Европы и Азии [9].

Одним из каналов продвижения компании является:

1) официальный сайт «Гонца», на котором размещена официальная информация, сведения о деятельности компании, ссылки на регистрационные документы, контактные данные и реквизиты;

2) выставки позволяют потенциальным клиентам увидеть товар в действии, сравнить, сделать выводы о представительности фирмы, о качестве определенных характеристиках спутниковой системы [8].

3) пользователям «ВКонтакте» доступен для того чтобы, создавать профиль с информацией о компании, управлять настройками доступа, взаимодействовать с другими пользователями приватно и публично, отслеживать через ленту новостей активность друзей и сообществ.

Разработчики предлагают к 2016 г. создать 48 низкоорбитальных космических аппаратов. Финансирование в объеме от 20 млрд руб. «Гонец» рассчитывает получить как в рамках ФЦП. Ввод новых спутников качественно улучшит все характеристики системы, включая время ожидания сеанса связи абонентом и время доставки информации [1].

Библиографические ссылки

1. Бендигов М. А., Фролов И. Э., Хрусталёв С. А. Российская космонавтика на мировом космическом рынке // *Мировая экономика и международные отношения*. 2007. № 4.
2. Википедия. Свободная энциклопедия. [Электронный ресурс]. URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%C3%EE%ED%E5%F6_\(%F1%EF%F3%F2%ED%E8%EA%EE%E2%E0%FF_%F1%E8%F1%F2%E5%EC%E0_%F1%E2%FF%E7%E8\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/%C3%EE%ED%E5%F6_(%F1%EF%F3%F2%ED%E8%EA%EE%E2%E0%FF_%F1%E8%F1%F2%E5%EC%E0_%F1%E2%FF%E7%E8)).
3. Гонец. Спутниковая система. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gonets.ru/Page164.html>.
4. Кантор Л. Я., Ноздрин В. В. Электромагнитная совместимость систем спутниковой связи // *Научно-исследовательский институт радио*. 2009.
5. Народный.ру [Электронный ресурс]. URL: <http://narodniy.ru/item/politika1/zaderzhan-eks-glava-sputnikovoj-sistemy-gonetc-po-delu-mertvyh-dush>.
6. Сергеев М. С. Выбор параметров систем спутниковой связи с учетом прочтений потребителей и условий конкуренции // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2008. № 4 (12).
7. Сомов А. М., Корнев С. Ф. Спутниковые системы связи // *Горячая Линия – Телеком*. 2012.
8. Tele-Sat Info. Новости спутникового телевидения [Электронный ресурс]. URL: <http://forumru.tele-satinfo.ru/index.php?topic=70580.0;wap2>.
9. Фаворский В. В. Космонавтика и ракетно-космическая промышленность. М., 2007.
10. Яценков В. С. Основы спутниковой навигации. Системы GPS NAVSTAR и ГЛОНАСС // *Горячая линия – Телеком*. 2007.

© Христолюбова Е. В., 2013

УДК 338.45.01

Е. С. Чабала

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

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ОАО «КЗХ «БИРЮСА»

Приведена стратегическая характеристика ОАО «КЗХ «Бирюса», проанализирована внутренняя среда предприятия, выявлена значимость факторов внешнего влияния. Проведен отраслевой анализ и анализ конкурентов, с помощью маркетинг-микса выявлены возможности предприятия.

До перехода на рыночную экономику в определенных организациях и предприятиях применялись современные по тому времени системы целевого управления (комплексные системы управления качеством продукции и др.), в рамках которых осуществлялось оперативное управление различными видами и областями деятельности [1].

Стратегическое управление представляет собой подсистему менеджмента организации, которая осуществляет весь комплекс конкретных работ профессиональной деятельности по стратегическому анализу, развитию, реализации и контролингу стратегии организации.

Проблемы стратегического управления чаще всего возникают в результате действия многочисленных внешних факторов. Поэтому, чтобы не ошибиться в выборе стратегии, важно определить, какие экономические, политические, научно-технические, социальные и другие факторы оказывают влияние на будущее организации. Стратегия выступает не только в качестве инструмента обоснования, выработки и реализации долгосрочных целей и задач производственного, научно-технического, экономического, организационного и социального характера, не только как фактор, регулирующий деятельность организации до тех пор, пока намеченные цели и задачи не будут достигнуты, но одновременно и как средство связи предприятия с внешней рыночной средой. Практика показы-

вает, что те организации, которые осуществляют комплексное стратегическое планирование и управление, работают более успешно и получают прибыль значительно выше средней по отрасли. Для успеха необходимы целенаправленная концентрация сил и правильно выбранная стратегия. Иными словами, кто лучше планирует свою стратегию, тот быстрее достигает успеха.

Объект исследования – ОАО «КЗХ «Бирюса» – один из крупнейших производителей бытовой холодильной техники и торгового холодильного оборудования в России. За последние десять лет российский рынок бытовой техники сформировался и более четко структурировался. По темпам роста он занимает лидирующую позицию на рынке товаров народного потребления, а по объемам продаж следует сразу после рынка продуктов питания. На сегодняшний день рынок бытовой техники уже достаточно насыщен, при этом темпы роста начинают замедляться, конкуренция становится более жесткой, а выход на рынок нового игрока связан с большими рисками и капиталовложениями [2].

Основными конкурентами ОАО «КЗХ «Бирюса» являются следующие производители: «Атлант», «Позис», Indesit, Samsung. На рынке бытовой холодильной техники прослеживается тенденция консолидации. Сейчас на восемь крупнейших производителей приходится порядка 70 % рынка. Лидером рынка, по

объему продаж холодильной техники в натуральном выражении, является компания Indesit с долей в 19,2 %. Компании Атлант и Samsung также входят в тройку лидеров.

Степень влияния силы конкуренции на рынке равна 2,53, что говорит о высоком уровне конкуренции. Прогноз развития уровня силы конкуренции равен +0,62, данный показатель означает, что уровень конкуренции будет только расти.

Оценка внешней среды организации была проведена с помощью PEST-анализа, где основными сферами были выбраны: экономическая, технологическая, политическая и социально-культурная. Каждая сфера в свою очередь была детализирована пятью факторами. PEST-анализ в полной мере отразил возможности и угрозы основных факторов макроокружения. Наибольшая нестабильность наблюдается в экономической компоненте, поэтому необходимо уделять особое внимание темпам роста инфляции и изменением спроса на продукцию показателей изменения ВВП, интересов покупателей на предоставляемую продукцию. Также необходимо поддерживать свою конкурентоспособность.

Стратегический анализ внутренней маркетинговой среды организации был выполнен с помощью маркетинг-микса, включающего в себя четыре направления: продукт, цена, продвижение, место [5].

На данный момент ОАО «КЗХ «Бирюса» занимает третье место по производству бытовой холодильной техники в России. Продукция Компании представлена в низком и среднем ценовых сегментах рынка холодильной техники. ОАО «КЗХ «Бирюса» – третья по объему экспорта бытовой холодильной техники в России после Компании Indesit и LG. Компания «Бирюса» занимает седьмое место по объемам продаж бытовой холодильной техники в России [3].

Ценовая политика осуществляется управлением ОАО «КЗХ «Бирюса» в г. Красноярске. Региональные магазины не могут влиять на цены. На постоянной основе проводится мониторинг цен конкурентов и с учетом этого формируются цены в ОАО «КЗХ «Бирюса». На некоторые товарные позиции цены не должны быть выше чем у конкурентов. На формирование цены оказывают влияние такие факторы как

характер и уровень покупательского спроса, уровень доходов потребителей, их желание и возможности приобрести соответствующий товар и др.

При выборе каналов сбыта для предприятия должно быть важно то, какие каналы сбыта используют конкуренты, с какой периодичностью приобретается данный товар, какова доступность рынка и множество других критериев оценки.

ОАО «КЗХ «Бирюса» реализует свою продукцию через свои фирменные магазины и торговые дома. Торговый зал зонирован по товарным категориям (бытовая техника, торговое оборудование, комплектующие). Осуществляется зонирование по цене внутри товарной категории. Товар находится в максимально открытом доступе.

В политике продвижения задействованы все рекламные носители. Активно ведется стимулирование сбыта (например, цены для особых случаев – установление специальных цен в определенные моменты времени для привлечения большого числа покупателей) [4].

Проведя SWOT-анализ компании, можно сделать вывод, что ОАО «КЗХ «Бирюса» имеет достаточно стабильное положение на рынке бытовой техники и несмотря на сложную финансовую ситуацию, Компании удалось реализовать проекты, направленные на улучшение потребительских качеств и расширение номенклатуры продукции, улучшение экологической обстановки, а также продолжить работы по замене и переустановке оборудования.

Библиографические ссылки

1. Гусев Ю. В. *Стратегия развития предприятий*. СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 2009.
2. *Официальный сайт ОАО КЗХ «Бирюса»*. URL: <http://www.biryusa.ru/>.
3. *Сайт «Деловой квартал»*. URL: <http://krasnoyarsk.dkvartal.ru/wiki/biryusa>.
4. *Технологии корпоративного управления*. URL: <http://www.iteam.ru/publications/strategy>.
5. *Стратегическое управление*. URL: <http://www.stplan.ru/articles/theory/strman.htm>.

© Чабала Е. С., 2013

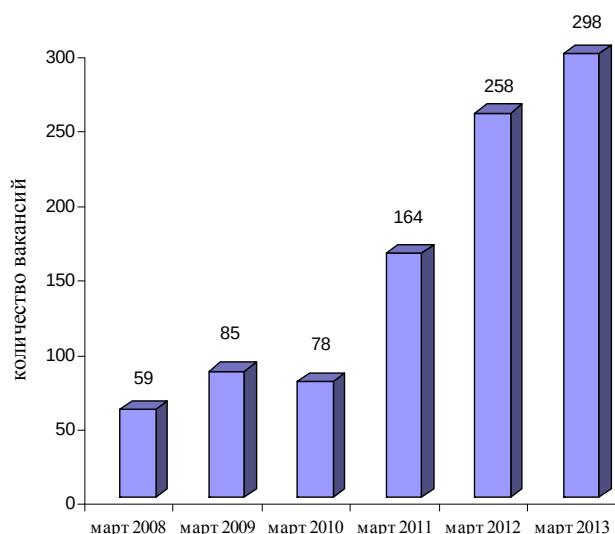
УДК 339.13

А. А. Шурганова, Д. В. Колпаков
Научный руководитель – О. В. Карпычева
Сибирского федерального университета, Красноярск

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ РОССИЙСКО-ГОЛЛАНДСКОЙ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ И ПЕРЕПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ RIMA

Объектом исследования является международная программа подготовки и переподготовки специалистов в области маркетинга RIMA. Интерес к данной теме обусловлен возрастающей потребностью в специалистах-маркетологах. Успешность реализации программы обеспечивается с помощью маркетингового подхода к разработке стратегии продвижения.

Маркетинг в России находится на этапе активного развития. Анализ зарубежного опыта позволяет сделать вывод о ведущей роли маркетинга в сфере принятия управленческих решений. Необходимость подготовки профессиональных кадров определяется тем, что экономика России все больше приобретает черты конкурентной экономики. Потребность в специалистах-маркетологах подтверждается количеством вакансий, размещенных работодателями г. Красноярска на портале hh.ru (группа компаний HeadHunter (hh.ru) работает на рынке интернет-рекрутмента с 2000 года и является одним из лучших онлайн-ресурсов для поиска работы и найма персонала) (см. рисунок).



Динамика количества вакансий в сфере маркетинга, размещенных на сайте hh.ru за период 2008–2013 гг.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что за указанный период количество размещенных вакансий увеличилось в 5 раз.

Специалист по маркетингу должен быть разносторонне образованным человеком, поскольку решаемые им вопросы весьма разнообразны. Поэтому качество образования в сфере маркетинга является критическим моментом подготовки специалистов-маркетологов. Получение маркетингового образования в современных условиях возможно несколькими путями. Прежде всего, это классическое образование на базе вузов, осуществляющих подготовку по специальности «Маркетинг». Помимо этого возможность пройти переподготовку в сфере маркетинга существует в рамках Президентской программы подготовки управленческих кадров. Семинары и тренинги, широко представленные на рынке образовательных услуг г.

Красноярска, не позволяют осуществить комплексный подход к подготовке квалифицированного специалиста в сфере маркетинга.

Особое значение имеет практическая направленность подготовки специалистов. В связи с этим возникает потребность в разработке и реализации высококачественных программ, позволяющим стать профессионалами в сфере маркетинга, менеджмента и продаж и обеспечивающим карьерный рост.

Одной из таких программ является российско-голландская программа RIMA, реализуемая некоммерческой международной образовательной организацией «Центр маркетинга». С 1994 года более 6000 слушателей успешно завершили обучение по программе RIMA. Программа соответствует международным стандартам, имеет практическую направленность, построена на использовании опыта российских и иностранных компаний. Залогом успеха является методика обучения, обеспечивающая активное взаимодействие преподавателей и слушателей. В результате обучения и успешной сдачи экзамена слушатели получают следующие документы: государственный диплом о переподготовке, сертификат Университета INHOLLAND (Нидерланды), Международное ратифицированное приложение к диплому Нидерландской Организации по Международному Сотрудничеству в сфере высшего образования (NUFFIC) [1].

Образовательная программа RIMA, как и любая другая услуга, нуждается в разработке стратегии продвижения. Для достижения этой цели необходимо решение следующих задач: выделить особенности формирования комплекса маркетинга образовательной программы RIMA, разработать стратегию сегментирования потребителей программы RIMA и выбрать целевые сегменты, разработать мероприятия по продвижению программы RIMA с учетом выделенных сегментов.

В ходе разработки стратегии продвижения были выделены конкурентные преимущества программы RIMA по сравнению с другими образовательными программами в сфере маркетинга, предложены критерии сегментирования потребителей программы, проведена оценка потенциала сегментов. Для каждого из сегментов предложены мероприятия по продвижению образовательной программы RIMA.

Библиографическая ссылка

1. Официальный сайт группы компаний HeadHunter [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hh.ru>.

© Шурганова А. А., Колпаков Д. В., 2013

УДК 139.13

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

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОЛИТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ ГПКК «ГУБЕРНСКИЕ АПТЕКИ» НА РЫНКЕ Г. КРАСНОЯРСКА

Рассматриваются возможные направления совершенствования политики продвижения предприятий аптечной сети «Губернские аптеки» г. Красноярска.

Аптечный рынок России и Красноярска 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 Красноярске открываются всё новые и новые аптеки. Основными игроками на аптечном рынке города является государственная сеть «Губернские аптеки», а также частные сети «Радуга», «ФармСибКо», «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».

«Губернские аптеки» занимаются не только розничной реализацией лекарственных средств и парфюмерии, но и льготным отпускном, 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.

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.

Существующая политика продвижения предприятия включает в себя разработанный фирменный

стиль, наружную рекламу (баннер и вывески) и спонсорство прогноза погоды. Вследствие недостаточной эффективности необходимо совершенствование политики продвижения предприятия.

Целевой аудиторией предприятия являются пенсионеры и семьи с детьми, на которых направлены многие программы «Губернских аптек». Совершенствуя политику продвижения, мы ожидаем увеличение числа постоянных потребителей и, как следствие, увеличения прибыли предприятия.

Усовершенствованная политика продвижения включает в себя различные виды рекламы (телевизионная, радиореклама, наружная), паблисити, введение таких ежегодных мероприятий, как День Рождения предприятия, а также благотворительная акция, а также создание и распространение сувенирной продукции (карманные календари и ручки).

В усовершенствованной политике продвижения должен подчеркиваться государственный статус «Губернских аптек», поскольку для многих потребителей это является гарантом качества. Предприятие должно характеризоваться такими свойствами, как современность, удобство осуществления покупки, как предприятие, работающее для людей, а не для получения прибыли.

Общая сумма затрат на предлагаемые мероприятия в год – 641 000 рублей. При этом средняя планируемая рентабельность от реализации мероприятий – 14,7 %. Следует учитывать, что предлагаемые мероприятия ориентированы на продвижение предприятия и будут давать отдачу не только непосредственно после проведения мероприятия, но и в перспективе, так как увеличение числа постоянных потребителей будет приносить дополнительную прибыль постоянно. Таким образом, предложенная программа продвижения является рентабельной.

© Яковлева К. В., 2013

УДК 658.5

А. А. Афонин, Д. Э. Кузьмик
Научный руководитель – Е. С. Рыбакова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКСПЕРТНЫХ МЕТОДОВ ПРИ РАЗРАБОТКЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Рассмотрены экспертные методы и их использование при разработке управленческих решений. Выделены основные проблемы при применении экспертных методов и пути их решения.

Повседневная деятельность управленческого персонала предприятия связана с принятием управленческих решений. Большое количество управленческих решений принимается с использованием экспертных методов оценки и принятия решений.

Методы экспертных оценок представляют собой комплекс логических и математико-статистических процедур, связанных с деятельностью экспертов по переработке необходимой для анализа и принятия решений информации [1].

Из определения следует, что анализ информации производится экспертами, т. е. людьми, которые должны соответствовать определенным требованиям, а именно: эксперты должны обладать опытом в областях, соответствующих решаемым задачам. При подборе экспертов следует учитывать момент личной заинтересованности, который может стать существенным препятствием для получения объективного суждения. С этой целью, например, применяют методы Шара, когда один эксперт, наиболее уважаемый специалист, рекомендует ряд других и далее по цепочке, пока не будет подобран необходимый коллектив [2].

Любой экспертный метод имеет следующие этапы [2]:

1. Постановка цели исследования.
2. Выбор формы исследования, определение бюджета проекта.
3. Подготовка информационных материалов, бланков анкет, модератора процедуры.
4. Подбор экспертов.
5. Проведение экспертизы.
6. Статистический анализ результатов.
7. Подготовка отчета с результатами экспертного оценивания.

Выделяют коллективные и индивидуальные экспертные оценки.

Методы индивидуальных экспертных оценок базируются на использовании в качестве источника информации мнения одного человека. К данной группе относятся: метод интервью, метод анкетного опроса, аналитический метод, метод написания прогнозного сценария. Индивидуальные экспертные оценки, как правило, более простые в организации, но при этом

дают менее точный результат в сравнении с коллективными методами.

Коллективные экспертные оценки – частный случай экспертных оценок, когда используется группа экспертов с проведением усреднения их оценок. Коллективные экспертные оценки применяются, прежде всего, при анализе проблем, для решения которых имеется необходимый информационный потенциал, т. е. достаточный уровень знаний и опыта. К коллективным методам экспертной оценки относят: метод «мозгового штурма», метод Дельфи, метод экспертных комиссий и др. [4].

При использовании групповых методов необходимо придерживаться определенных правил [3]: воздерживаться от преждевременных суждений – исключить преждевременную критику какой-либо идеи; быть раскованными; стараться увеличить количество идей; комбинировать и усовершенствовать идеи, высказанные другими («перекрестное опыление»).

Как показывает практика, коллективные методы являются более точными по сравнению с индивидуальными, однако их труднее организовать по следующим причинам.

Во-первых, необходимо подобрать некое количество экспертов, которые должны быть компетентны в определенной области. Во-вторых, на мнение определенных экспертов может оказывать влияние присутствие другого (более высокого по должности, либо заведомо более компетентного). В-третьих, иногда необходимо располагать специализированным оборудованием для организации исследования. Кроме того, на проведение коллективных методов затрачивается гораздо больше времени.

Например, достаточно хорошо все эти особенности проявляются в методе «мозгового штурма». Заключается он в том, что эксперты, объединенные в группу, высказывают свое мнение по определенной проблеме, предлагают собственные варианты решения поставленной задачи, вплоть до самых фантастических. Критика в рамках такой процедуры исключена. Однако в этом случае достаточно сильным может быть влияние определенных экспертов.

Решить эту проблему может метод «Дельфи». По сути это тот же мозговой штурм, где эксперты выска-

зывают свои идеи по поводу решения определенной проблемы, однако напрямую друг с другом они не контактируют. Достигается это посредством специального технического оборудования [4].

Таким образом, можно выделить следующие проблемы при использовании экспертных методов и пути их решения [4]:

Одной из центральных проблем при формировании экспертной комиссии является определение качеств эксперта. Для решения данной проблемы используются априорные (самооценивание), апостериорные (метод парных сравнений) и тестовые методы оценки качеств эксперта.

При организации и проведении экспертиз может появиться проблема влияния экспертов на мнения друг друга. Для решения этой проблемы необходимо подбирать экспертов, обладающих независимостью мнений.

При получении экспертной информации могут возникать следующие проблемы: проблема представимости экспертной информации, проблема единственности измерений и проблема адекватности измерений. Данные проблемы тесно связаны с введением основных шкал теории измерений: шкал интервалов, разностей, порядковых шкал и т. д. Поэтому внимание следует уделить не только качественным, но и количественным методам получения экспертной информации.

Кроме того полученные экспертные оценки могут быть недостаточно точными. Опыт использования экспертных методов показал, что во многих случаях экспертная оценка оказывается более точной и качественной при использовании методов многокритериального оценивания. Развитие получили многомерное шкалирование, факторный анализ, статистические методы определения существенных факторов.

Таким образом, при использовании экспертных методов принятия решений необходимо соблюдать ряд рекомендаций и учитывать их достоинства и недостатки. Только в этом случае их применение может быть эффективным для организации.

Библиографические ссылки

1. Антохонова И. В. Методы прогнозирования социально-экономических процессов. Улан-Удэ : Изд-во ВСГТУ, 2004.
2. Свободная онлайн-энциклопедия. URL: <http://www.wikipedia.org/>.
3. Драчева Е. Л. Юликов Л. И. Менеджмент. М. : Мастерство, 2007.
4. Литвак Б. Г. Экспертные оценки и принятие решений. М. : Патент, 1996.

© Афонин А. А., Кузьмик Д. Э., 2013

УДК 004.853

М. В. Баранова

Научный руководитель – В. В. Галайко

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

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИНЦИПА МУЛЬТИАГЕНТНОСТИ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА

Статья посвящена рассмотрению мультиагентной системы управления инновационной деятельностью региона. Автор объясняет принцип её работы, преимущества в обработке информации и актуальность использования этой системы для предприятий.

В экономике России в течении последних двух десятилетий намечается переход к инновационной политике на предприятиях, которая является мощным двигателем экономического развития страны и процессы управления этим новым для наших предприятий видом деятельности являются широким полем для исследований и разработок в сфере автоматизированного управления.

Инновационная деятельность предприятия – это процесс, направленный на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования, разработки [1].

Управления инновационной деятельностью – процесс управления инновациями для удовлетворения

перспективных потребностей рынка, охватывающий проектную, технологическую, материальную, организационную и кадровую подготовку производства, внедрение нововведений, анализ полученных результатов и внесение корректив в эти виды деятельности [2]. Успешное управление заключается в вовлечении в процесс всех участников инновационного процесса, включая внешнюю среду (потребителей, научные организации, предприятия и рынок, которые инициируют информационные потоки больших объемов).

С целью решения таких многофакторных задач была разработана концепция мультиагентной системы. Принцип её действия состоит в том, что существует так называемая социальная сеть (объединенные в сеть вычислительные системы), внутри нее исполнители выполняют определенную работу в рамках своей компетенции, обмениваются информацией, уточняют и дополняют друг друга, и за меньшее время и наиболее рационально решают сложную задачу.

Создание и вывод на рынок инновационного продукта требует множество информационных ресурсов, решения сотни задач, постоянного обновления данных и учета множества факторов: технологических, рыночных, экономических, экологических, трудовых и т. д. Создание мультиагентной системы позволило бы более эффективно проводить политику инновационного развития региона и доводить до стадии инновации больше разработок.

В общем виде мультиагентная система для управления инновационной деятельностью предприятия состоит из 6 компонентов: ядро генерации идей, ядро мониторинга и управления, ядро рынка инноваций, ядро интегрированной информационной системы, предприятия, внешняя среда [3].

Система работает следующим образом. Потребитель обращается с запросом во внешнюю среду. Внешняя среда инициирует транзакты на взаимодействия с предприятиями региона и другими заинтересованными в инновационной деятельности организациями, которые инициируют свои потоки информации. Обработка этих потоков происходит в ядре интегрированной информационной системы, где происходит их структуризация.

Выходные сигналы ядра ИС также поступают в ядро мониторинг управления, где на основе методов структурного анализа и синтеза данных внешней среды формируется структурная модель управления для ядра генерации идей – блока обучения слушателей предприятий региона видам инновационной деятельности, формированием компетенции генерации идей, отслеживанием уровня сформированных компетенций, также генерации идей и создания интеллектуального продукта.

Выработанные управляющие сигналы, формируемые на выходе ядра мониторинга и управления, регулируют взаимодействие мультиагентной системы управления инновационной средой предприятия в зависимости от меняющихся требований внешней среды за счет постоянной адаптации сигнала к внешним воздействиям. Управляющие и контролирующие сигналы выходящие из ядра мониторинга и управления, поступают в ядро генерации идей, в котором реализована программа обучения генерированию идей, процесс генерирования идей, формирование компетенций генерирования идей, оценка сформированности компетенции обеспечивают требуемое качество этих процессов.

Совокупная модель управления, полученная за счет интеграции, преобразования и усиления двоичных управляющих сигналов в виде управляющего

воздействия на ядро генерации идей, осуществляет взаимодействие с подсистемой предприятий региона, представленной через слушателей, где происходит процесс генерации идеи, и формируется результат в виде идеи, научно-технического решения, сведения о котором поступают на рынок инноваций и фиксируются в блоке структурного капитала предприятия, а, затем, после регистрации в ФИПС, передаются в ядро рынка инноваций. В результате функционирования совокупной модели управления обучением слушателей предприятий в области инновационной деятельности у них формируется набор компетенции, позволяющий слушателям на основе обучения с помощью ядра генерации идей сформировать набор требуемых внешней средой для инновационной деятельности знаний, умений и навыков в инновационной среде, а кибернетические и синергетические модели управления позволяют сформировать результирующие воздействия на блоки «инновационные проекты», «ФИПС», от которых информация поступает в ядро рынка инноваций, где выполняется оценка объектов интеллектуальной собственности, накопление финансового капитала, организация электронной торговли инновационными продуктами.

Данная система охватывает наиболее оптимальное число блоков для информированности разработчиков инноваций и повышает скорость обработки этих данных посредством систематизации, классификации, выбора и обработки. Использование мультиагентной региональной системы позволяет ускорить обмен информацией, а также ее выбор, обработку и тиражирование между указанными четырьмя уровнями, сократить временной интервал задержки информации при ее запросе и гарантировать качество функционирования информационных процессов на требуемом внешней средой уровне качества.

Библиографические ссылки

1. Постановление правительства РФ от 24.07.98 № 832 «О концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998–2000 годы» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.referent.ru/1/28928> (дата обращения: 17.04.2013).
2. Список терминов – innoterra [Электронный ресурс]. URL: <http://www.inno-terra.ru/glossary> (дата обращения: 17.04.2013).
3. Полезная модель № 87549 [Электронный ресурс]. URL: http://www1.fips.ru/fips_servl/fips_servlet (дата обращения: 17.04.2013).

© Баранова М. В., 2013

УДК 330.5

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

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрена актуальность технологического развития предприятия в современных экономических условиях. Дано понятие технологического менеджмента и его роли в развитии предприятия.

Важным фактором успеха компании в современных условиях становится стратегическое управление технологическим развитием, или, другими словами, технологический менеджмент.

Ориентация на передовую технологию является ключевым фактором к успеху на рынках, которые ожидают существенного прогресса в характеристиках продукта и готовы платить за это высокую цену.

В 60-х годах, когда рынок стал более сложным и динамичным, перечисленные альтернативные однофункциональные ориентации фирм перестали отвечать требованиям рыночной среды и стали сближаться, образуя многофункциональную стратегическую ориентацию [1].

В этих условиях одним из наиболее важных факторов, определяющих успех фирмы, является осуществляемая руководством фирмы функция управления ее технологическим развитием, стратегическое управление технологией, или, что то же самое, технологический менеджмент.

Технологический менеджмент – управление технологическими ресурсами как элементом предпринимательства; исходит из оценки прорывных технологий и инноваций как одного из факторов конкурентоспособности, учитываемых в стратегии управления [3].

Ключевыми моментами технологического менеджмента являются: выявление и коммерческая оценка технологических возможностей; управление исследованиями и разработками; интеграция технологии в общую деятельность компании; стратегическое управление интеллектуальной собственностью; поддержание конкурентоспособности, продвижение на рынок новых продуктов; управление текущими и радикальными инновациями.

К вопросам технологического менеджмента относятся: управление жизненным циклом продукта и ассортиментом продукции, в том числе управление процессами замены устаревших технологий и оборудования; формирование инновационной культуры персонала; управление качеством выпускаемой продукции; управление интеллектуальной собственностью и многое другое.

В целом эффективное управление технологиями должно объединять перспективы создания новой технологии и перспективы спроса на нее. Технология рассматривается как важнейшее средство создания и поддержания конкурентного преимущества, что поднимает ее до уровня стратегического капитала, которым нужно грамотно управлять на всех этапах руководства компании. При этом не только формальные

НИОКР, но и любая деятельность фирмы, включая стратегическое планирование, маркетинг, сбыт, производство, кадры, финансирование, может рассматриваться как использование технологий, которые способны увеличить конкурентоспособность фирмы.

Важные элементы стратегического технологического менеджмента, как прогнозирование развития технологий, объединение НИОКР с общей стратегией фирмы, включение развития технологий в бизнес-план фирмы актуальны для стратегии управления предприятием любого масштаба. Соответствующие подходы имеют ценность для малой технологической фирмы, крупного научно-производственного предприятия, научного учреждения, инвестиционного учреждения, которое ориентируется на прямые инвестиции в экономику. Именно стратегическое управление изменяющейся технологической средой должно стать залогом длительного успеха всех производственных фирм, а не только тех, что связаны с наукоемкими продуктами.

Развитие технологического управления имеет принципиальное значение для реализации огромного научно-технического потенциала, который накоплен в России и в странах СНГ, однако не используется в силу не только объективных причин, но чаще всего из-за неподготовленности российских разработчиков к выведению на рынок новой продукции [2].

Важность обучения технологическому менеджменту на сегодняшний день становится все более актуальной для развитых стран. В силу этого создаются специальные программы по технологическому менеджменту в ведущих университетах мира. Развитие рыночной экономики делают эту специальность и программу очень актуальной, так как реализация прогрессивных технологий является решающим фактором успеха кампаний, особенно частных, эффективности государственных программ и процветания национальной экономики.

Библиографические ссылки

1. Проблемы воспроизводства научно-технического потенциала предприятий оборонно-промышленного комплекса : монография / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Г.П. Белякова ; СибГАУ. Красноярск, 2010. 164 с.
2. Технологический процесс [Электронный ресурс]. URL: <http://forexaw.com/TERMs/Science/Chemistry>.
3. URL: <http://www.slovarus.ru/?di=176161>.

© Белякова А. А., 2013

УДК 005.95

К. В. Бирюкова
Научный руководитель – А. В. Кукарцев
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МАТЕРИАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРИМЕРЕ ОАО «КРАСМАШ»

Рассматривается материальная мотивация персонала и ее виды, применяемые на производственном предприятии.

На современном этапе развития экономики мы видим, что ни одна система управления не может успешно функционировать, если она не включает в себя эффективную систему мотивации труда, побуждающую каждого конкретного работника работать качественно и добросовестно для достижения конкретно поставленных целей организации.

Мотивация – это процесс побуждения каждого сотрудника и всех членов его коллектива к активной деятельности для удовлетворения своих потребностей и для достижения целей организации. Высокая мотивация персонала – это важнейшее условие успеха организации [1].

Существует два типа мотивации: материальная и нематериальная. Но так как каждому начальнику хотелось бы, чтобы его подчинённые лучше трудились, иногда даже перевыполняя план, эффективной будет материальная мотивация. Если возникает необходимость заинтересовать работника, поможет именно она – это отличный и универсальный способ, который всегда будет приоритетом для сотрудников над нематериальными средствами поощрения.

Материальная мотивация – это очень эффективный способ поощрения сотрудников к тому, чтобы они стремились к выполнению своих заданий качественно и быстро. Именно материальная мотивация персонала считается самой лучшей у нас в стране, так как другие способы не приносят нужных результатов.

Основной целью материальной мотивации является – стимулирование работников - поощрение их денежными выплатами по результатам трудовой деятельности.

Существуют такие виды материальной мотивации персонала [2]:

- оплата труда, ставка, или заработная плата;
- премии;
- процент от выручки;
- бонусы;
- доплаты за условия труда;
- внутрифирменные льготы;
- товары и услуги своим сотрудникам по большим скидкам.

Предприятие ОАО «Красмаш» является основным изготовителем в России баллистических ракет для подводных лодок, а также базового модуля разгонного блока для ракет-носителей «ЗЕНИТ», «ПРОТОН».

Занимает одно из ведущих мест в отрасли производства ракетно-космической техники [3].

На предприятии ОАО «Красноярский машиностроительный завод» применяется в основном материальная мотивация, а именно:

- ссуда молодым рабочим и специалистам, в размере 70 тыс. руб.;
- выплата ежемесячных надбавок за ученую степень;
- единовременные вознаграждения при получении ученой степени;
- премирование за содействие созданию и использованию объектов промышленной собственности и рационализаторских предложений в ОАО «Красмаш»;
- вознаграждение автору рационализаторского предложения и лицам, содействующим созданию и использованию предложения;
- премирование работников за экономию материальных ресурсов;
- материальное стимулирование за выпуск дополнительной продукции и оказание платных услуг сторонним организациям по договорам;
- премирование работников за выполнение особо важных и срочных производственных заданий;

Также вместе с материальной мотивацией на ОАО «Красмаш» есть и нематериальная мотивация, в виде наградений и предоставления путевок в санаторий.

В завершение, можно сделать вывод, что материальная мотивация – это самая сильная мотивация. Так как от дополнительных денег никто отказываться не будет. Рассмотрев на конкретном примере, мы увидели этому подтверждение, что основными мотивациями выступают материальные, в основном это премии. Я считаю, что ОАО «Красмаш» хорошо мотивирует своих работников и материально и нематериально, оттого и уровень эффективности работы высокий. Этому доказательства, неоднократные правительственные благодарности и премии.

Библиографические ссылки

1. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент : учебник. 3-е изд. М. : Экономистъ, 2003. 528 с.
2. Базаров Т. Ю. Управление персоналом. М., 2008. 224 с.
3. URL: <http://krasm.com/news/news.aspx>.

© Бирюкова К. В., 2013

УДК 65.012.227

А. М. Богачева
Научный руководитель – Е. С. Рыбакова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДА АНАЛИЗА ИЕРАРХИЙ ПРИ ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ

Рассмотрен метод принятия решений – метод анализа иерархий (МАИ). Описаны области применения МАИ, а также проблемы использования данного метода.

В настоящее время очень активно развивается бизнес – сфера. Появляются новые организации, существующие ранее компании – расширяют свои сферы влияния, выходят на новые рынки, предлагают абсолютно новые товары и услуги. В связи с этим процесс управления компанией становится все более сложным – многие руководители теряются, в многообразии управленческих решений, которые необходимо принимать. Поэтому, вопрос о внедрении универсального метода, который поможет систематизировать и пояснить картину сложившейся ситуации и принять решение быстро и качественно является крайне актуальным. Одним из таких методов может стать метод анализа иерархий (МАИ).

МАИ – математический инструмент системного подхода к сложным проблемам принятия решений. МАИ не предписывает лицу, принимающему решение, какого-либо «правильного» решения, а позволяет ему в интерактивном режиме найти такой вариант (альтернативу), который наилучшим образом согласуется с его пониманием сути проблемы и требованиями к ее решению. Этот метод разработан американским математиком Томасом Саати, который написал о нем книги, разработал программные продукты и в течение 20 лет проводит симпозиумы ISAHIP (*International Symposium on Analytic Hierarchy Process*) [1]. Сущность и методика МАИ заключается в декомпозиции проблемы на более простые ее составляющие части и дальнейшей обработке последовательности суждений лица, принимающего решения, по парным сравнениям [2].

Алгоритм применения метода следующий:

- Построение качественной модели проблемы в виде иерархии, включающей цель, альтернативные варианты достижения цели и критерии для оценки качества альтернатив.
- Определение приоритетов всех элементов иерархии с использованием метода парных сравнений.
- Синтез глобальных приоритетов альтернатив путем линейной свертки приоритетов элементов на иерархии.
- Проверка суждений на согласованность.
- Принятие решения на основе полученных результатов [3].

Как было сказано ранее МАИ относится к универсальным, поэтому список применений метода весьма разнообразен: исследования транспортной системы Судана, пивоваренная промышленность Мексики, проведение анализа «стоимость–эффективность», распределение ресурсов. В Израиле профессор Ами

Арбель нашел метод полезным при принятии решений как по формализуемым, так и неформализуемым факторам, для которых отсутствовали связывающие их аналитические зависимости. Метод постоянно используется при планировании промышленности Питтсбурга, банковского дела, сталелитейной промышленности, в сфере городского хозяйства и координации общественных услуг. Можно привести еще множество примеров успешного применения МАИ для решения и таких сложных проблем как: выработка стратегии, направленной на уменьшение негативного влияния глобального изменения климата (Fondazione Eni Enrico Mattei), вычисление показателя совокупного качества программных комплексов (Microsoft Corporation), выбор специализации при учебе в университете (Bloomsburg University of Pennsylvania), принятие решения о месторасположении оффшорных предприятий (University of Cambridge), оценка рисков, связанных с функционированием нефтяных трубопроводов, пролегающих на территории страны (American Society of Civil Engineers), разработка стратегии наиболее эффективного управления водоразделами США (U.S. Department of Agriculture).

Кроме того, необходимо отметить, что и в России этот метод получает все большее распространение. Используется при различных видах маркетинговых исследований, определении сценариев развития города, оценки различных коммерческих рисков и т. д.

Однако, несмотря на свою широкую сферу применения МАИ имеет некоторые проблемы, которые осложняют процесс его использования:

1. Формирование структуры модели принятия решения в методе анализа иерархий достаточно трудоемкий процесс.
2. Сбор данных для поддержки принятия решения осуществляется главным образом с помощью процедуры парных сравнений. Результаты парных сравнений могут быть противоречивыми. Метод предоставляет большие возможности для выявления противоречий в данных. При этом возникает необходимость пересмотра данных для минимизации противоречий. Процедура парных сравнений и процесс пересмотра результатов сравнений для минимизации противоречий часто являются трудоемкими.
3. В рамках метода анализа иерархий нет средств для проверки достоверности данных. Это важный недостаток, ограничивающий отчасти возможности применения метода.

4. Из-за прямо пропорциональной зависимости сложности процесса применения метода и количеством критериев и альтернатив, может наступить «критическая точка», в которой принятие управленческого решения ЛПР станет нереальным.

Таким образом, можно сделать вывод, что МАИ является универсальным методом и имеет достаточно широкое применение, однако при его использовании возникают некоторые проблемы, которые необходимо учитывать. Также стоит отметить, что МАИ будет более эффективным, если его использовать в комплексе с другими методами принятия решений, для предотвращения математических противоречий и других сложностей и неточностей.

Библиографические ссылки

1. Saaty Thomas L. (2008-06). «Relative Measurement and its Generalization in Decision Making: Why Pairwise Comparisons are Central in Mathematics for the Measurement of Intangible Factors – The Analytic Hierarchy / Network Process». RACSAM (Review of the Royal Spanish Academy of Sciences, Series A, Mathematics) 102 (2): 251–318.
2. Ахметов О. А., Мжельский, М. Б. / Метод анализа иерархий как составная часть методологии оценки недвижимости // Актуальные вопросы оценочной деятельности. 2011. С. 15–26.
3. Литвак Б. Г. Разработка управленческого решения : учебник / под ред. Б. Г. Литвак. 4-е изд., испр. М. : Дело, 2008. 440 с.

© Богачева А. М., 2013

УДК 330.3

А. С. Бондаренко

Научный руководитель – О. В. Гостева

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

СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ ВИРТУАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Дается определение понятия «интеллектуальный капитал» и «виртуальная организация», рассматривается их роль в современной экономике, раскрывается необходимость формирования стратегии управления интеллектуальным капиталом.

Существенные изменения, происходящие в последние десятилетия практически во всех странах мира, связаны, именно с инновационным характером экономики, порождающим принципиально новые требования к развитию всех структурных элементов общественного организма. Наиболее адекватное отражение специфика современного этапа развития экономики получила в концепции «экономики, основанной на знаниях (экономики знаний)» и экономике инновационного развития (экономики инноваций) [1].

Инновационная экономика – тип экономики, основанной на потоке инноваций, на постоянном технологическом совершенствовании, на производстве и экспорте высокотехнологичной продукции с очень высокой добавочной стоимостью и самих технологий. Предполагается, что при этом в основном прибыль создаёт интеллект новаторов и учёных, информационная сфера, а не материальное производство (индустриальная экономика) и не концентрация финансов (капитала). Главными факторами создания эффективной инновационной экономики являются системный подход в процессе ее реализации и доминирующая роль человеческого капитала [2].

На отраслевом уровне и в фирме воспроизводство человеческого капитала предполагает создание условий для использования человеческого капитала или его совершенствования, переподготовки, повышения квалификации. Главная цель — получить этот накопленный человеческий капитал для более эффективной работы фирмы или отрасли или превратить его в интеллектуальный капитал [3].

Интеллектуальный капитал – знания, навыки и производственный опыт конкретных людей, и нематериальные активы, включающие патенты, базы данных, программное обеспечение, товарные знаки и др., которые производителем используются в целях максимизации прибыли и других экономических и технических результатов. Сумма знаний всех работников компании и/или инструменты организации, увеличивающие совокупность знаний, т.е. всё то, что обеспечивает экономическую конкурентоспособность [4].

Развитие современной концепции информационного общества привело к возникновению новых социальных, психологических и экономических явлений. Одно из таких явлений — это виртуальная организация взаимодействия субъектов хозяйствования разных экономических систем. Такая форма организаций существуют только в Интернете.

Виртуальные организации – это форма объединения людей с целью получения прибыли, причем с наименьшими затратами на организацию бизнеса (затраты на аренду офиса, производственных площадей, исчезает необходимость в поездках для организации персональных встреч и переговоров). Основное преимущество виртуальных организаций — экономия времени. Затрачивается минимальное количество времени на поиск партнеров, заключение сделок, сбыта, транспортировку, платежные операции. Организация несет минимальные расходы на оплату организации труда в денежном эквиваленте [5].

Для реализации нового проекта виртуальные объединения привлекают информационные ресурсы, ко-

которые позволяют пользоваться услугами высококвалифицированных специалистов без изменения места их проживания и порой без официального оформления сотрудничества. Формируется сетевая организационная структура, состоящая из неоднородных компонентов, расположенных в различных местах. Зачастую сетевая структура создается на ограниченный период времени, что является одной из важнейших характеристик виртуальной организации – временной характер объединения.

Ключевым фактором при формировании таких коллективов является вопрос доверия, кроме того, в виртуальных коллективах необходимо решать проблемы накопления созданных «новаторств» и эффективного управления в онлайн проектах. Психологическая разобщенность в распределенном рабочем пространстве так же снижает чувство ответственности у работников, что ведет к негативным последствиям для организации.

На сегодняшний день степень проработки вопроса управления знаниями представлена рядом общепринятых стратегий: управление знаниями как бизнес-стратегия (знания как центр всей деятельности компании), управление интеллектуальным капиталом (развитие и поддержание интеллектуальных активов), формирование знаний (генерирование новых знаний), обмен знаниями (структурирование знаний с целью четкого распределения между работниками или группами).

С распространением же организаций нового типа требуются новые подходы к управлению сотрудника-

ми. Широкая распространенность в пространстве и во времени требуют иного мышления руководителей: отказ от всестороннего контроля, перехода от соподчиненности к неформальной координации, взаимного доверия, преодоления пережитков иерархического управления, разработка и реализация таких стратегий управления интеллектуальным капиталом которые приведут к долгосрочному превышению уровня результативности деятельности фирмы над уровнем конкурентов.

Библиографические ссылки

1. Колесов В. П. Экономика знаний : монография. М. : Инфра, 2008.
2. Трошин А. В. Человеческий капитал как фактор развития инновационной экономики // Научно-практический журнал «Современная экономика: проблемы и решения». 2010. № 9.
3. Грузков И. В., Грузков В. Н. Производство человеческого капитала: философско-экономический анализ : монография / под ред. проф. Л. Л. Редько. Ставрополь : СГПИ, 2010.
4. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. СПб. : Питер, 2001.
5. Ханс А. Вютрих, Андреас Ф. Филипп. Виртуализация как возможный путь развития управления, 2006.

© Бондаренко А. С., 2013

УДК 005.5

А. В. Бутрина

Научный руководитель – А. В. Кукарцев

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

УПРАВЛЕНИЕ МЕЖЛИЧНОСТНЫМ КОНФЛИКТОМ НА ПРИМЕРЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «КЗХ «БИРЮСА»

Рассматривается конфликт, который произошел в 2012 году на промышленном предприятии ОАО «КЗХ «Бирюса», и способы его разрешения.

Для успешного управления крайне важно понимание и признание конфликта закономерным явлением в обществе. Более того, необходимо понимать, что конфликт является движущей силой развития, как небольшой организации, так и общества в целом. Здесь очень важным шагом со стороны руководителя является признание возможности активного и позитивного воздействия на конфликт.

Менеджер согласно своей роли находится обычно в центре любого конфликта в организации и призван разрешать его всеми доступными ему средствами. Управление конфликтом является одной из важнейших функций руководителя. В среднем руководители тратят около 20 % своего рабочего времени на разрешение различного рода конфликтов.

Рассмотрим самый распространенный тип конфликта.

Межличностный конфликт чаще всего проявляется в борьбе руководителей за ресурсы, капитал или

рабочую силу, время использования оборудования или одобрение проекта. Межличностный конфликт может также проявиться в столкновении различных типов характера, темперамента. Иногда люди просто не в состоянии ладить друг с другом.

Такой межличностный конфликт произошел в 2012 году на базовом предприятии СибГАУ ОАО «Красноярском заводе холодильников «Бирюса». Но сначала кратко о заводе «Бирюса».

ОАО «КЗХ «Бирюса» – третья по объему экспорта бытовой холодильной техники в России после компаний Indesit и LG. Компания «Бирюса» занимает седьмое место по объемам продаж бытовой холодильной техники в России. Общая численность работников ОАО «КЗХ «Бирюса» на 31.12.2012 г. составила 2087 человек.

Кроме того предприятие принимает выпускников учебных заведений на стажировку в том числе и студентов СибГАУ, что позволяет им приобрести про-

фессиональные навыки, а организации пополнить ряды специалистов кандидатами, показавшими хорошие результаты в период стажировки.

В 2012 году на предприятии был внедрен один из блоков высокоэффективной системы управления персоналом. Этот инструмент называется KPI (англ. *Key Performance Indicators*). Эта технология позволяет полностью автоматизировать управление персоналом вплоть до удаленного управления, руководитель может контролировать эффективность работы персонала, премировать сотрудников и оплачивать их работу по реальному результату.

Поначалу сотрудники отнеслись к нововведению как к ненужной вещи («Нам, что, заняться больше нечем, нам надо работать, а мы должны тратить время на это»). В какой-то степени это справедливое замечание. У сотрудника появляются дополнительные обязанности, а, следовательно, это отнимает время и силы: необходимо разработать свой проект, поставить перед собой цели и отчитываться о каждом сделанном шаге.

Выражением протеста новой системе послужил отказ от ее применения. Началось обсуждение системы в среде рабочих и росло недовольство распоряжением высшего руководства.

Если проанализировать применимость 5 межличностных стилей управления конфликтом для данной конкретной ситуации, а именно стиль уклонения, стиль сглаживания, стиль компромисса, стиль сотрудничества и стиль принуждения, можно сделать вывод, что лучшим методом разрешения конфликта послужило бы *принуждение с некоторыми элементами сотрудничества и компромисса*.

Руководство завода «Бирюса» применило данную совокупность стилей разрешения межличностного конфликта. Руководство принудило сотрудников фирмы пройти специальный обучающий курс по овладению KPI технологией.

На первом этапе была закуплена специальная обучающая программа и всех сотрудников *заставили* ее пройти.

После того, как у сотрудников появилась некая база знаний, руководство начало вести диалоги, *обмен мнениями*. Это была дискуссия на равных. Сотрудники задавали интересующие их вопросы, а начальство максимально понятно предоставляло ответы на эти вопросы.

После внедрения этой системы появились небольшие проблем методологии, поскольку система подразумевает, что в KPI нужно записывать то, что не касается рутинных занятий, а у части сотрудников есть только рутинные занятия. Тогда руководство *пошло на уступки*, разрешая сотрудникам самостоятельно решать, что записывать в KPI.

Для тех сотрудников, которые недобросовестно изучили и плохо использовали новую систему, ввели систему наказаний, например, лишали премий.

Использование подобной стратегии позволило практически безболезненно внедрить новую технологию, благодаря чему увеличилась эффективность функционирования предприятия ОАО «Бирюса», значительно облегчился процесс управления персоналом.

Таким образом, данное предприятие может служить отличным примером рационального управления конфликтами в организации, руководство не боится внедрять новые технологии, потому что уверено, что способно эффективно разрешить любую конфликтную ситуацию.

Библиографические ссылки

1. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент : 4-е изд., перераб. и доп. М. : Экономистъ, 2006. 670 с.
2. URL: <http://www.biryusa.ru/>.

© Бутрина А. В., 2013

УДК 651.4/.8(075.8)

А. В. Ермолик

Научный руководитель – Л. А. Жереб

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

ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ИНФОРМАЦИИ В УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ДОКУМЕНТАХ

Проводится анализ проблем защиты информации в управленческих документах, в связи с обострением в России проблем разработки законодательной базы, обеспечивающей безопасное использование информационных систем.

Появление новых информационных технологий, развитие мощных компьютерных систем в управленческой деятельности современных предприятий и организаций привело к необходимости существенного усиления эффективности защиты информации, накапливаемой и хранимой в управленческих документах, а также обрабатываемой в процессе документооборота. В соответствии со ст. 20 Федерального Закона «Об информации, информатизации и защите информации» целями защиты

информации являются в том числе: предотвращение утечки, хищения, утраты, искажения, подделки информации; предотвращение несанкционированных действий по уничтожению, модификации, искажению, копированию, блокированию информации; предотвращение других форм незаконного вмешательства в информационные ресурсы и информационные системы.

По мере развития и усложнения средств, методов и форм автоматизации процессов обработки инфор-

мации повышается ее уязвимость. Основными факторами, способствующими повышению этой уязвимости, являются: резкое увеличение объемов информации в делопроизводстве, накапливаемой, хранимой и обрабатываемой с помощью ЭВМ и других средств автоматизации; сосредоточение в единых базах данных информации различного назначения и различной принадлежности; резкое расширение круга пользователей, имеющих непосредственный доступ к ресурсам вычислительной системы; усложнение режимов функционирования технических средств вычислительных систем: широкое внедрение многопрограммного режима, а также режимов разделения времени и реального времени; автоматизация межмашинного обмена информацией, в том числе и на больших расстояниях.

В этих условиях возникает уязвимость двух видов: с одной стороны, возможность искажения или уничтожения информации (т. е. нарушения ее физической целостности), а с другой – возможность несанкционированного использования конфиденциальной информации (т. е. опасность утечки информации ограниченного пользования).

Второй вид уязвимости вызывает особую озабоченность пользователей ЭВМ и автоматизированных систем, в связи с чем этому аспекту рассматриваемой проблемы уделяется повышенное внимание. Основными потенциально возможными каналами утечки информации специалисты считают следующие:

- прямое хищение носителей и документов, обращающихся в процессе функционирования автоматизированных систем;
- запоминание или копирование информации, находящейся на машинных и на немашинных носителях;
- несанкционированное подключение к аппаратуре и линиям связи или незаконное использование «законной» (т. е. зарегистрированной) аппаратуры системы (чаще всего терминалов пользователей);
- несанкционированный доступ к информации за счет специального приспособления математического и программного обеспечений;
- перехват электромагнитных волн, излучаемых аппаратурой автоматизированных систем в процессе обработки информации и некоторые другие.

Защита информации находится в центре внимания специалистов по разработке и использованию информационных систем в организации делопроизводственных процессов на предприятиях, а также широкого круга специалистов, работающих с управленческой документацией. Руководство предприятий и специалисты управленческого аппарата должны осознать важность и необходимость внимания к задачам развития и совершенствования мер и средств обеспечения

информационной безопасности в области делопроизводства. Поэтому при внедрении на предприятиях систем комплексной автоматизации делопроизводства, к этим системам наряду с бизнес – требованиями и требованиями к программному обеспечению должны предъявляться определенные требования по защите информации, содержащейся в документах. Наряду с приведенным выше Федеральным Законом, разрабатываются различные подзаконные акты и инструкции; формируются соответствующие рекомендации. В контексте развития законодательства необходимо руководствоваться передовым отечественным и зарубежным опытом и соответствующими стандартами обеспечения информационной безопасности.

Функция защиты информации в части обеспечения сохранности и достоверности документов решается в рамках службы ДОУ (документационного обеспечения управления). При этом сохранность и достоверность обеспечивается в отношении только непреднамеренных воздействий на документ (технические повреждения, утери и т. д.).

Функция защиты информации в части обеспечения конфиденциальности соответствующих документов, содержащих коммерческую тайну – КТ, решается в рамках конфиденциального делопроизводства, которое является важной частью подсистемы обеспечения конфиденциальности информации в системе управления предприятием. В рамках конфиденциального делопроизводства сохранность КТ обеспечивается в отношении предупреждения преднамеренных воздействий на документы и информацию. В связи с этим, требования, предъявляемые к обеспечению разграничения доступа, сохранности и достоверности конфиденциальных документов существенно ужесточаются.

Ведение конфиденциального делопроизводства предусматривает выполнение ряда рекомендаций:

- ведение делопроизводства, обеспечивающего выделение, учет и сохранность документов, содержащих КТ;
- разработку инструкций по соблюдению режима конфиденциальности для лиц, допущенных к КТ;
- ограничение доступа к носителям информации, содержащим КТ;
- использование организационных, технических и иных средств защиты КТ;
- осуществление контроля за соблюдением установленного на предприятии режима охраны КТ.

Эти меры предполагают защищенность информации от случайных и преднамеренных воздействий естественного или искусственного характера, чреватых нанесением ущерба владельцам или пользователям информации.

© Ермолик А. В., 2013

УДК 339.3

А. А. Кожова
Научный руководитель – Н. В. Федорова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассматриваются сложившиеся проблемы управления маркетинговой деятельностью торговой организации. Анализируется управление деятельностью торговой организации, и разрабатываются положения по совершенствованию управления торговой фирмы.

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 с учётом переменчивых ситуаций на рынке [3].

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 [1].

Цель разработки модели состоит в обосновании направлений совершенствования управления деятельностью торговой организации в целях повышения эффективности управления, обеспечения возможностей роста потенциала организации и максимального его использования в процессе коммерческой деятельности.

Основные положения предлагаемой модели заключаются 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.

Таким образом, использование данной модели торговыми организациями позволит им повысить товарооборот и получить дополнительный экономический эффект. Это будет способствовать повышению конкурентоспособности и расширению доли рынка организации.

Сбытовая деятельность также имеет ключевое значение для успешного функционирования организации в современных условиях. Конечные результаты деятельности фирмы напрямую зависят от эффективности работы системы сбыта. Сбытовая деятельность фирмы состоит из нескольких этапов, особенности которых определяются следующими факторами: происходящие экономические перемены, особенности переходного периода, покупательское поведение населения, и другие [2].

Организация работы сбытовой службы включает два основных блока - поиск и выгодное обслуживание потребителей. Сбытовая деятельность является одной из основных для организации, так как обеспечивает денежные поступления. Эффективность организации сбытовой деятельности зависит от организации взаимодействия с другими составляющими фирмы - маркетингом, логистикой, сервисными службами. Во многом она зависит и от выбора посредников при продвижении товаров и услуг к потребителю.

Для создания устойчивости плановых характеристик сбытовых операций используется – контроллинг [4].

Цель контроллинга-сбыта состоит в повышении экономической эффективности сбытовой деятельности и самой организации сбыта. Достижение этой цели обеспечивается гибким, оперативным предупреждением недостатков в сбытовой деятельности, их обнаружением и устранением посредством комплекса эффективных мероприятий.

Для раннего предупреждения кризисов и банкротства контроллинг располагает следующими инструментами:

- анализ конкуренции (производится на основе данных отрасли, союзов предпринимателей, других источников с целью получения сравнительной оценки конкурентоспособности предприятия);

– анализ жизненного цикла продукта (отслеживаются фазы жизненного цикла продукта от внедрения до спада);

– метод аналогий (заключается в сравнении показателей нашего предприятия с показателями в среднем по отрасли и нашего конкурента на рынке; цель – выявление и оценка существенных отклонений показателей нашего предприятия от показателей нашего главного конкурента и среднеотраслевых показателей);

– матрица проверки (является инструментом целенаправленного анализа недостатков и их причин; в таблице в виде матрицы размещаются недостатки и вызвавшие их причины, что способствует быстрому выявлению и устранению причин; работа является очень трудоемкой и проводится только для устранения значительных недостатков)

– техника контрольных листов.

На первой стадии внедрения системы контроллинга его инструментарий своевременно сигнализирует

о том, возникают ли и где именно негативные отклонения, чтобы своевременно принять противодействующие меры.

Библиографические ссылки

1. Бунеева Р. И. *Коммерческая деятельность: организация и управление* : учебник. Ростов н/Д: Феникс, 2009. 365 с.

2. *Сбытовая политика фирмы : практическое пособие*. М., 2008. 120 с.

3. *Справочник финансиста предприятия*. М., 2009. 250 с.

4. *Сайт информационных технологий: Практика организации управления «по отклонению» на основе концепции контроллинга : статья [Электронный ресурс]*. URL: <http://inftech.webservis.ru/it/ii/books/book003/chapter7.htm>.

© Кожова А. А., 2013

УДК 658.3

А. А. Кучер

Научный руководитель – Е. С. Рыбакова

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

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КРЕАТИВНЫМИ РАБОТНИКАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Рассмотрены особенности управления креативными работниками.

Понятие креатива лежит в основе любой успешной творческой деятельности, особенно учитывая специфику работы агентств, специализирующихся на связях с общественностью, рекламе и дизайне. В основе понятия креатива лежит способность человека к творческой деятельности, потому эту способность мы выделим как основную черту, отличающую креативного работника. Как любая деятельность, творчество нуждается в грамотном управлении, направлении и координации [1]. Главный секрет успешного менеджера в этой сфере – никогда не оскорблять талант и его творение. Критиковать нужно только конструктивно, давая высказать собственную точку зрения, общаясь на паритетных началах. Необходима договоренность между администратором и коллективом: каждый должен понимать роль другого в бизнес-процессе [1]. Прямая критика в подобном случае может привести к открытому конфликту точек зрения, либо спровоцировать неуверенность в собственных навыках или недопонимание поставленных задач. Это может впоследствии негативно сказаться на творческих успехах сотрудника.

Бытует мнение, что творческих людей сложно организовать, управлять ими, и вообще они не склонны к самоорганизации. Отчасти это так, талантливые люди склонны к эгоцентризму, с трудом принимают противоположные точки зрения, и зачастую специфическим образом организуют свой трудовой процесс (начиная с организации рабочего места, и заканчивая предпочтениями в распределении рабочего времени).

Это, правда, но лишь от части, в действительности творческие личности главное для творческого человека – развитие его талантов, самореализация, и тот менеджер, который сможет обеспечить эти условия внутри организации сможет удержать ценные кадры и выбрать правильную мотивацию их деятельности [2].

Практика показывает, что для большинства творческих работников профессиональный рост и участие в интересных проектах ценнее продвижения по иерархической лестнице. Когда проект, в котором талантливый сотрудник принимал самое живое участие, завершается, а на подходе нет чего-нибудь столь же увлекательного, он начинает скучать и у работодателя появляется реальный риск его потерять. Чтобы удержать сотрудника, надо устраивать время от времени творческую конкуренцию. Например, дать двум группам арт-директоров и копирайтеров одинаковое задание и провести внутренний тендер в агентстве, прежде чем показать финальную версию клиенту [2]. Подобная мотивация творческого потенциала способна значительно повысить общую эффективность отдела.

В заключение хотелось бы отметить, что формирование творческого ядра коллектива не простое, но благодарное дело, и если обеспечить талантливым людям подходящие условия работы, учитывая специфику личности каждого – это будет способствовать улучшению корпоративной атмосферы в отделе и повысит общую конкурентоспособность организации.

Библиографические ссылки

1. Асаул А. Н., Асаул М. А., Ерофеев П. Ю., Ерофеев М. П. *Культура организации: проблемы формирования и управления*. СПб. : Гуманитика, 2006.

2. Васильева В. *Секреты управления творческим коллективом* // *Кадровое дело*. 2007. № 2.

© Кучер А. А., 2013

УДК 338.5

О. А. Лишутина, А. А. Парамонова
Научный руководитель – К. Ю. Лобков
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ИГР ПРИ СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ ФИРМЫ

Рассматривается математический метод изучения оптимальных стратегий в играх и применение при стратегическом планировании фирм. Даны рекомендации использования инструментария теории игр. Применение теории игр для моделирования поведения фирм-участников нефтяной отрасли Российской Федерации.

Теория игр – это математический метод изучения для разработки и принятия управленческих решений в рамках построения стратегий и тактик в игровых ситуациях. Под «игрой» понимают конкурентный процесс, в котором участвуют две стороны и более, ведущие борьбу за реализацию своих интересов. Каждая из сторон (игроков) имеет собственную ясно определенную цель («победа в игре») и использует некоторый набор стабильных, вариативных и нестабильных (включая стохастические) тактик и стратегий, которые могут вести к победе или проигрышу в игре, – в зависимости от поведения других игроков.

Теория игр в экономике применима для анализа стратегических проблем отраслей, рынков, предприятий, разработок организационных структур, систем управленческого учёта и форм стимулирования эффективной деятельности. С помощью теории игр менеджмент предприятия получает возможность предусмотреть ходы своих партнёров и конкурентов. Назначение теории игр в сфере управления заключается в том, что она способна помочь в выстраивании эффективных стратегий и тактик в менеджменте, управленческом учёте, прикладном маркетинге, позволяя выбрать лучшие стратегии с учётом представлений о других игроках-участниках, их ресурсных возможностях и потенциале и их возможных поступках с учётом существующих рисков.

Игры охватывают, как правило, несколько периодов, в течение которых игроки предпринимают последовательные или одновременные действия. Эти действия обозначаются термином «ход». Действия могут быть связаны с ценами конкурентов, объёмами продаж компании, затратами на маркетинговые мероприятия, научные исследования, логистику. Периоды, в течение которых игроки делают свои ходы, называются этапами игры. Выбранные на каждом этапе ходы определяют «платежи» (выигрыш или убыток) каждого игрока, которые могут выражаться в материальных ценностях или деньгах (преимущественно дисконтированная прибыль).

Под стратегией игрока понимаются все возможные действия, позволяющие игроку на каждом этапе игры выбирать из альтернативных вариантов такой ход, который представляется ему «лучшим ответом» на

действия других игроков. В управленческой стратегии игрок определяет свои действия не только для этапов, которых достигла игра, но и для ситуаций, которые могут и не возникнуть в ходе данной игры.

Предоставление игры в нормальной форме, как правило, отражает принцип «синхронности». Однако это не столько означает «одновременность» событий, сколько определяет то, что выбор стратегии игроком осуществляется в условиях неведения о выборе стратегии игроком-соперником. При развернутой форме такая ситуация реализуется через так называемое овальное пространство (или информационное поле). Иначе – игровая ситуация приобретает такой характер: сначала решение принимается одним игроком, а другой игрок принимает решение уже вслед за ним.

Применение теории игр для принятия стратегических управленческих решений эффективно в проведении принципиальной ценовой политики, экспансии на новые рынки, различных формах кооперации и создании совместных предприятий, определении лидеров и исполнителей в области НИР и инноваций, вертикальной интеграции. Данная теория применяется в сферах, где существует высокий уровень неопределённости принятия решений другими игроками рынка. Он также является весьма эффективным для ограничения количества участников, а именно олигополистических рынков.

Теория игр описывает ситуацию, где ценовое решение одной фирмы зависит от прогнозируемой реакции соперника. Обычно доходы каждой фирмы выше, если фирмы кооперируются с другими производителями в отрасли. Можно представить целостную картину применения теории игр на примере фирм-олигополистов российского рынка нефтепродуктов. На сегодняшнем рынке представлены несколько общероссийских и региональных компаний: «Лукойл», «Сибнефть», «ТНК», «Татнефть», «Роснефть», «Транснефть», «Башнефть» и некоторые другие. Структура нефтяной отрасли в Российской Федерации имеет олигополярный характер и характеризуется наличием вертикально-интегрированных нефтяных компаний (ВИНК), которые осуществляют деятельность на всех сегментах рынка. С помощью инструментария теории игр достаточно эффективно можно

определить, при каких условиях двум «недружественно» настроенным партнёрам целесообразно сотрудничать и добиваться оптимальных для них результатов, то есть достичь ситуации «выигрыш/выигрыш».

Суть теории игр в том, чтобы понимать и предсказывать то, что может происходить в экономических ситуациях. Положения данной теории можно использовать для всех видов управленческих решений, если на их принятие влияют другие действующие лица. Этими лицами, или игроками, необязательно должны быть рыночные конкуренты. В их роли могут выступать другие стейкхолдеры – субпоставщики, ведущие клиенты, сотрудники организаций, а также сотрудники. Инструментарий теории игр особенно эффективен, когда между участниками процесса существуют важные зависимости в области платежей.

Теория игр является очень сложной областью экономико-математического, коммуникативного и семантического знания. При ее использовании необходимо умеренность и понимание границ её примене-

ния. Упрощённые толкования, принимаемые компанией, могут быть крайне опасны.

Таким образом, можно выделить определенные ситуации, в которых выгодно использовать теорию игр:

- ограниченное количество участников;
- высокий уровень неопределенности на рынке;
- в компании имеются профессионалы в данной

области, так как теория игр

является очень сложной областью знаний.

Управленческий анализ и аудит на основе теории игр из-за сложности можно рекомендовать лишь для особо важных проблемных областей менеджмента. Использование инструментария теории игр предпочтительно при принятии однократных, принципиально важных стратегических (либо группы связанных тактических) решений, например при подготовке крупных договоров в сфере слияний и поглощений, масштабной экспансии на рынки.

© Лишутина О. А., Парамонова А. А., 2013

УДК 378 144

О. А. Лишутина, А. А. Парамонова
Научный руководитель – А. В. Кукарцев
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СТРУКТУРНОГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ВУЗА

Рассматриваются основные проблемы распределения обязанностей кафедры «Менеджмент» СибГАУ имени академика М. Ф. Решетнева с помощью матрицы РАЗУ, а также предлагаются мероприятия, которые в дальнейшем могут помочь устранить имеющиеся проблемы.

Вхождение российской системы высшего профессионального образования в Болонский процесс требует существенного изменения традиционных форм и методов образовательного процесса, модернизации содержания профессионального образования. Присоединившись к Болонской конвенции, Россия приняла на себя обязательства по обеспечению совместимости и сравнимости отечественной системы образования с системами образования стран Европы и Америки, в университетах которых повсеместно используются доказавшие свою эффективность на практике активные методы обучения.

В связи с этими изменениями становится актуальным исследование трудоемкости функций и задач сотрудников кафедры, а также проведение расчета равномерной нагрузки штатных сотрудников данного подразделения [1].

Целью работы является совершенствование системы управления кафедрой «Менеджмент» Сибирского государственного аэрокосмического университета имени М. Ф. Решетнева.

Объект работы – кафедра «Менеджмент» СибГАУ имени академика М. Ф. Решетнева

Для исследования были выбраны метод интервьюирования специалистов и метод разделения административных задач управления (матрица РАЗУ).

Матрица разделения административных задач управления (матрица РАЗУ) используется для выравнивания нагрузки персонала подразделения за счет перераспределения зон ответственности сотрудников кафедры [2]. Это функциональная матрица в управлении проектом, позволяющая руководителю разделить задачи управления по подразделениям и исполнителям, а также другим участникам проекта и обеспечить их комплексную реализацию.

Матрица ответственности представляет собой таблицу, в подлежащем которой располагаются наименования должностей, подразделений и служб (работники аппарата управления могут быть указаны конкретно), а в сказуемом перечисляются задачи, выполняемые этими исполнителями [3]. Условным знаком обозначается отношение каждого подразделения, службы или конкретного работника к решению определенной задачи.

Матрицу разделения административных задач управления можно рассматривать как средство согласования входов и выходов системы. В наименованиях столбцов располагаются входы – функциональные подразделения, службы, должности участников процесса управления. В графах наименований строк перечисляются задачи, т. е. виды деятельности, состав-

ляющие процесс управления проектом. В поле матрицы условными знаками обозначаются функции преобразования, связывающие совокупности входов и выходов.

В соответствии с приведенной классификацией предлагается список условных обозначений, которые символизируют те или иные аспекты деятельности по осуществлению функций управления:

Я – единоличное решение и персональная ответственность за решение той или иной задачи (с подписью); ! – персональная ответственность за решение той или иной задачи при коллегиальной форме принятия решения (с подписью); Р – участие в коллегиальном решении данной задачи без права подписи; П – планирование; О – организация; К – контроль; Х – координация совместных усилий участников процесса; А – активизация; С – согласование, визирование; Т – исполнительство; М – подготовка предложений.

В таблице приводится базовая символьная матрица РАЗУ для кафедры «Менеджмент». Количество символов, обозначающих отношение структурных подразделений и служб к решению конкретных задач управления, а также их содержание, могут быть изменены, так как определяются подходом к деятельности по управлению и условиями функционирования реальных систем управления, которые являются объектами моделирования.

Для того чтобы определить значимость символов, используют один из методов экспертного опроса и дальнейшей обработки экспертных оценок. Одним из наиболее доступных методов экспертного опроса является оперирование матрицей предпочтений (парных сравнений). При помощи этой матрицы определяют сравнительные (весовые) оценки символов.

В работе была рассчитана трудоемкость задач структурного подразделения, создана матрица попарных сравнений символов, создана итоговая матрица трудоемкости функций и задач реальной и идеальной модели.

И в заключение метода РАЗУ был проведен пере-

расчет трудоемкости функций сотрудников кафедры с учетом предложенных мероприятий по их совершенствованию.

Сравнив результаты реальной и идеальной матрицы РАЗУ было выявлено, что при одинаковой занятости сотрудников кафедры трудоемкость выполняемых ими функций разная. При этом, очевидно, что у секретаря и преподавателей она сопоставима, а у заведующего кафедры выше примерно вдвое. Для нормализации нагрузки персонала необходимо принять соответствующие меры (например, необходимо повысить профессиональную подготовку секретаря и передать ему часть полномочий заведующего кафедрой). Но разработка мероприятий по устранению недочетов работы кафедры не входит в задачи настоящей научно-исследовательской работы.

Основными результатами являются:

1. С помощью метода РАЗУ проведен анализ структурного подразделения кафедры «Менеджмент» СибГАУ.

2. Проведены расчеты трудоемкости функций и задач сотрудников кафедры.

3. С использованием матрицы РАЗУ проведен расчет идеальной структуры подразделения кафедры «Менеджмент» СибГАУ.

Данная методика может широко использоваться при проектировании системного управления в различных процессах учебной деятельности институтов России.

Библиографические ссылки

1. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент. М.: Экономистъ, 2008. 328 с.
2. Положение о деканате ИЭФ СибГАУ от 05.04.2011 г.
3. Управление проектом – Основы проектного управления : учебник / под ред. проф. М. Л. Разу. М.: Кнорус, 2006. 768 с.

© Лишутина О. А., Парамонова А. А., 2013

УДК 658.075

Е. С. Максимова

Научный руководитель – Е. С. Рыбакова

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

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Рассмотрены роль и значение реализации управленческих решений, а также их основные стадии и проблемы, возникающие при их выполнении.

В настоящее время является актуальным вопрос об эффективной реализации управленческих решений. Управленческое решение – это выбор альтернатив, осуществленный руководителем в рамках его должностных полномочий и компетентности и направленный на достижение целей организации. После того, как управленческое решение принято, обрело соответствующую форму и юридическую силу, наступает фаза его реализации.

Реализация решений состоит из действия по исполнению решений, определения результатов и последствий, оценки и анализа результатов и обратной связи. Значение ее определяется тем, что в конечном итоге именно степень полноты реализации принятых решений обеспечивает реальные результаты и придает смысл функционирования управляющей системы. Реализация решений является наиболее сложным, трудоемким и длительным этапом процесса принятия

решений, поглощающим основную часть времени и ресурсов. Но одновременно является и самым слабым звеном в процессе решений. Необходим механизм осуществления успешной реализации принимаемых решений.

Необходимые предпосылки для успешного выполнения решения закладываются еще в период его подготовки и принятия. В этом, собственно, и заключается единство всего процесса решения проблемы. Огромное значение также имеет организаторская работа субъекта управления [3].

Рассмотрим основные стадии реализации решений и проблемы, возникающие при выполнении этих стадий.

1. Разработка плана реализации решений. Началом выполнения решения является организационный план. Он должен быть, прежде всего, конкретным. При разработке организационного плана весь объем работы расчленяется в пространственном и временном разрезах. В целом организационный план должен быть гибким: каждому временному промежутку должна соответствовать особая группировка сил и средств с тем, чтобы можно было сосредоточить основные силы в решающее время в решающем пункте.

На этом этапе могут возникнуть следующие проблемы:

- 1) наличие большого числа вариантов действий, из которых нужно выбрать наилучший;
- 2) одна и та же цель может быть достигнута разными альтернативными способами;
- 3) решение может затрагивать интересы нескольких подразделений, как на этапе подготовки, так и на этапе реализации управленческого решения. Эта проблема решается определением главной цели предприятия и соответственно подчинения подцелей подразделения этой главной цели.

2. Подбор исполнителей и доведение решения до них. Для выполнения каждой группы работ подбираются исполнители в необходимом количестве. При подборе исполнителей следует учитывать уровень их квалификации, опыт, организаторские навыки, авторитет, а также особенности коллектива, которым они руководят.

Исполнителей необходимо обеспечить ресурсами, которые нужны для реализации порученной им части работы. Нужна и система ответственности, соответствующая реальной важности того или иного звена работы. После разработки плана реализации решения и определения состава и функций исполнителей решение должно быть своевременно и точно доведено и разъяснено им.

Проблемы, возникающие на данном этапе:

- 1) могут возникнуть конфликты в распределении полномочий, обязанностей, ресурсов и ответственности. Поэтому важно учесть и по возможности детализировать, кто, как, какими средствами, в какие сроки и что должен делать;
- 2) индивидуальность каждого подчиненного и руководителя, особенности его темперамента, сильные и слабые стороны человека.

3. Оперативное руководство реализацией решения. Здесь проблема состоит в том, что как бы хорошо ни

был составлен план решения, как бы точно ни были обучены и проинструктированы исполнители, всегда остается определенная потребность в оперативном руководстве реализацией решения. Масштаб этого руководства и его форма могут быть различными: от простого наблюдения за ходом запланированных действий до значительной работы по отдаче распоряжений, применению тех или иных методов управления.

Здесь трудно обнаружить какие-либо четкие правила, но в общем виде имеется такая связь: чем четче план и подготовка, тем меньше нагрузка на оперативное руководство [2].

4. Контроль выполнения решений. Хорошо налаженная система учета и контроля исполнения решений позволяет обеспечить руководителя необходимой информацией, без которой невозможно своевременное преодоление возникающих трудностей.

Практическая трудность осуществления контроля состоит в том, что приходится одновременно наблюдать за ходом выполнения многих решений по разнообразным показателям. В связи с этим возникает необходимость создавать специальную систему контроля. На ход выполнения решений влияют различные факторы, и только руководитель может с точностью определить действительные причины задержки и соответствующие меры санкций.

5. Оценка результатов реализации. Обязательное подведение итогов выполнения решений должно быть законом управления. Подведение итогов имеет большое социальное, воспитательное и чисто управленческое значение. Работники должны знать, как оценен их труд, какова его социально-экономическая значимость. Вместе с тем для управленческой практики подведение итогов - это практическая учеба на собственном опыте. Подведение итогов выполнения решения завершает управленческий цикл разрешения хозяйственной проблемы. В то же время оно создает исходную базу для нового цикла управления. Подведение итогов фиксирует внимание на новом состоянии системы и позволяет лучше видеть новые проблемы, целеустремленнее готовиться к новым управленческим циклам [1].

В заключение необходимо отметить, что реализация решений является наиболее сложным, трудоемким и длительным этапом процесса принятия решений. На данном этапе руководство сталкивается с многочисленными проблемами, устранение которых повысит эффективность принимаемых решений, и соответственно, эффективность работы организации в целом.

Библиографические ссылки

1. Голубков Е. П. *Технология принятия управленческих решений* : учебник. М. : Дело и сервис, 2005.
2. Козырь Ю. В. *Стоимость компании: оценка управленческого решения*. М. : Альфа-пресс, 2004.
3. Левина С. Ш., Турчаева Р. Ю. *Управленческие решения: практикум*. М. : Инфра-М, 2007.

© Максимова Е. С., 2013

УДК 651.4/.8(075.8)

М. С. Митина

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

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ В ДЕЛОПРОИЗВОДСТВЕ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Приводится сравнительный анализ международных стандартов ИСО и российских стандартов в области делопроизводства. Объясняется значение международных стандартов в этой сфере.

Наличие эффективной системы делопроизводства обеспечивает бесперебойную работу любого объекта, где присутствуют элементы управления. Эффективность системы обеспечивается наличием соответствующих стандартов, обеспечивающих единую форму того или документа. Это способствует, во-первых, оперативному составлению самого документа. Во-вторых, облегчает работу с исходящими, входящими и внутренними документами. В-третьих, обеспечивает бесконфликтное взаимодействие между различными субъектами. Таким образом, создание стандартов в области делопроизводства является одной из немаловажных задач, которую необходимо решить государству.

Российская история делопроизводства насчитывает ни одно десятилетие. Основная работа по нормативно-правовой обеспеченности российского делопроизводства пришлась на период существования СССР. И это неудивительно, так как государство стремилось унифицировать работу всех объектов системы. В 1972 г. введены в действие первые ГОСТы на организационно-распорядительную документацию (ОРД), которые в последующие годы неоднократно перерабатывались и утверждались в новой редакции. В середине 1970-х годов были утверждены первые унифицированные системы документации (УСД). Отечественное делопроизводство характерно тем, что каждый стандарт должен быть подкреплён нормативно-правовой базой. Когда распался СССР, и устарели источники правовой силы стандартов, возникла необходимость заново ввести стандарты и создать соответствующую базу нормативно-правовых актов. С 1 июля 2003 г. постановлением Госстандарта России утвержден ГОСТ Р 6.30–2003 «Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов», в котором устанавливается состав реквизитов, правила их оформления и расположения, требования к бланкам, к текстам документов и к документам, изготавливаемым с помощью печатающих устройств. Впервые стандарт носит рекомендательный характер [1].

Кроме того, в 2000-е годы увеличивается использование электронных документов в делопроизводстве различных управленческих органов, в том числе государственных структур. Необходимой нормативной базой стал Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ.

В соответствии с ФЗ РФ «О техническом регулировании» от 27.02.2002 № 184-ФЗ (изм. ФЗ № 65 от

01.05.2007) важной особенностью российского делопроизводства является рекомендательный характер национальных стандартов, что серьезно снижает уровень их распространения и применения. Поэтому для решения некоторых конкретных вопросов делопроизводства на предприятиях руководители и специалисты службы ДОУ руководствуются международными стандартами.

Еще одной причиной использования международных стандартов является глобализация процессов управления. В России, где полноценная система делопроизводства начинает развиваться, при создании национальных стандартов стоит принимать во внимание зарубежную практику в этой сфере.

Одним из таких источников зарубежного опыта можно считать разработанный на базе австралийского стандарта AS 4390 стандарт ISO 15489 «Информация и документация. Управление документацией». Достоинство этого стандарта заключается в том, что он позволяет управлять документами любого формата и на любых носителях в различных организациях. Он состоит из двух частей: часть 1 «Основные положения» и часть 2 «Руководящие указания (Технический отчет*)». 2 часть содержит детальное описание процедур управления документами в соответствии с принципами, содержащимися в первой части стандарта [2; 3]. Созданный на основе первой части российский ГОСТ Р ИСО 15489-1–2007 «Управление документами», можно сказать, является своего рода просто переводом этой части. То есть, российскими предприятиями используется лишь более понятная версия международного стандарта, которая никак не отражена в законодательстве.

Стандарты ISO носят рекомендательный характер, так как в каждой стране свои обычаи и особенности делопроизводства, и в стандартах определенным образом унифицируются общие моменты в этой сфере. Однако, рекомендательный характер ГОСТа Р ИСО 15489-1–2007 не совсем оправдан, так как он создавался для унификации делопроизводства в России.

Для того чтобы предприятия стали руководствоваться ГОСТами, необходимо закреплять ГОСТы законодательно. По этому поводу есть два мнения. Некоторые разработчики считают, что в условиях глобализации необходимо полное совпадение с международным стандартом. Другие говорят о том, что необходимо создать свой стандарт с учетом национальных особенностей, а стандарт ISO взять за основу, и внедрить его только после тщательной «состыковки» каждого пункта с реальностью на российских предприятиях.

Нужно заметить, что полное совпадение стандартов не будет так эффективно, как создание национального стандарта на основе международного, так как организация ISO не стремится диктовать правила, а лишь дает некоторые рекомендации.

Таким образом, можно сделать вывод, что, учитывая национальные традиции российского делопроизводства, степень соответствия стандартов ISO и российских стандартов должна быть не абсолютной, а относительной.

Библиографические ссылки

1. Кузнецов И. Н. Документационное обеспечение управления и делопроизводство учебник для бакалавров. М. : Юрайт, 2012. 576 с. Сер. Бакалавр.
2. PRO-Делопроизводство и СЭД [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sekretariat.ru/magazine/491/> (дата обращения: 29.03.2013).
3. InterTrust [Электронный ресурс]. URL: http://www.intertrust.ru/press_center/articles/view/571-rekomendatsii-po-ispolzovaniyu.htm (дата обращения: 04.04.2013).

© Митина М. С., 2013

УДК 338.27

О. А. Немчинов

Научный руководитель – В. А. Хайтбаев

Самарский государственный аэрокосмический университет

имени академика С. П. Королёва (национальный исследовательский университет), Самара

ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДА АНАЛИЗА ИЕРАРХИЙ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ТЕХНОЛОГИИ ДОЛГОСРОЧНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Рассматриваются преимущества и недостатки использования метода анализа иерархий при проведении анализа многокритериальных задач принятия решений. Предложена авторская методология реализации технологии IPF-планирования, направленной на создание общего у участников процесса видения будущего.

Управление социально-экономическими процессами в обществе переходного периода изобилует противоречиями, полное или частичное разрешение которых невозможно без стратегического прогнозирования и планирования. В современных российских условиях важно определить приемлемые варианты развития и оптимальную «траекторию» движения в будущее. Целый ряд методологических подходов к прогнозированию требуют серьезного переосмысления и корректировки в условиях нынешнего этапа развития экономики. Подобная работа уже началась, но необходимы более активная разработка и переход на новый уровень обсуждения, требующий введения новых и пересмотра ряда устоявшихся положений и понятий. В данных условиях возрастает потребность в формировании долгосрочных сценарных прогнозов.

В связи этим нами разработана и представлена методология долгосрочного планирования, дополненная одновременной постановкой показателей хозяйственной деятельности того или иного предприятия на среднесрочную и краткосрочную перспективу.

Эта процедура названа IPF-планирование (от сочетания англ. Indicative Planning – «индикативное планирование» и Foresight – «предвидение») – технология долгосрочного прогнозирования крупномасштабных процессов, как отраслевых, так и корпоративных, основанная на обработке коллективных экспертных оценок, получаемых от различных слоёв общества, способствующих формированию совокупности плановых индикаторов [1, с. 35].

Полное IPF-исследование проводится в четыре этапа [2, с. 63]. Особенность технологии состоит в сочетании экспертных методов предвидения будущего и формализованных методик обработки данных.

Сделано предположение, что в ряде случаев даже не проводя факторного анализа, можно руководствоваться мнением компетентных экспертов, обладающих информацией по исследуемому вопросу.

В настоящее время среди методов решения задач многокритериального выбора наибольшее распространение получили методы теории полезности, методы теории нечетких множеств, методы векторной стратификации и метод анализа иерархий Т. Саати.

Метод анализа иерархий (МАИ), предложенный Т. Саати, является замкнутой логической конструкцией, которая обеспечивает с помощью простых и хорошо обоснованных правил, решение многокритериальных задач, включающих как качественные, так и количественные факторы, причем количественные факторы могут иметь разную размерность. Метод основан на декомпозиции задачи и представлении ее в виде иерархической структуры, что позволяет включить в иерархию все имеющиеся у лица, принимающего решение знания по решаемой проблеме и последующей обработке суждений лиц, принимающих решения.

Существенным преимуществом МАИ является четкое описание суждений экспертов и лиц, принимающих решения, а также ясное представление структуры проблемы: составных элементов проблемы и взаимозависимостей между ними. Сложность характеризуется большим числом взаимодействий между многими субъективными и объективными факторами различного типа и степени важности, а также между группами людей с различными целями интересами. Эти обстоятельства определяют вероятность выбора одной из альтернатив, которая приемлема для всех лишь с определенной степенью компромисса.

К тому же, в теоретических основаниях МАИ имеется целый ряд недостатков, пробелов и ошибочных допущений. Одно из них состоит в том, что шкалы, в которых осуществляется оценивание степеней предпочтений вариантов по каждому из критериев, полагаются шкалами отношений, и притом не связанными друг с другом и с приоритетами критериев. Это допущение в свете математической теории измерений неправомерно. Техника оценивания и последующих расчетов приоритетов, основанная на указанном допущении, может привести к явно ошибочным результатам. Метод, предполагающий для проведения анализа многокритериальных задач принятия решений с использованием аддитивной функции ценности оценивания предпочтений в шкале отношений, в некоторых случаях несостоятелен [3, с. 12].

Таким образом, имеется явная необходимость разработки на базе теории важности критериев корректных и эффективных методов анализа многокритериальных задач с иерархической критериальной структурой. В данной связи необходимо сочетание различных технологий прогнозирования.

Разработанная и представленная нами IPF-технология помогает не столько предсказать будущее, сколько сформировать его, что позволяет считать методологию специфическим инструментом государственного управления технологическим развитием, опирающимся на создаваемую в его рамках инфраструктуру.

С точки зрения методологии, данная технология уникальна: в ней сочетаются методы форсайт-исследований и индикативного планирования, а именно используются мозговой штурм, интернет-анкетирование, рабочие семинары, Дельфи-опрос, метод анализа иерархий. Такое сочетание обеспечивает всем участникам возможность внести свой вклад в процесс, и позиция каждого из них будет должным образом отражена в панельных отчетах (консолида-

ция мнений ключевых предприятий, вузов, научно-исследовательских организаций, государства).

Следует отметить, что планирование и оценка результатов, проводимые с помощью IPF-технологии, являются не просто видом прогнозирования или предвидения, а скорее способом активного конструирования будущего. Поскольку в результате их очерчиваются возможные горизонты, которые могут быть достигнуты лишь при вложении определённых средств и организации систематической работы. Кроме того, IPF-планирование, основанное на форсайте, всегда предусматривает участие многих экспертов, напрямую заинтересованных в решении исследуемых проблем, что позволяет выработать у них видение их конкретных усилий для достижения поставленных в исследовании целей. Результатом правильного IPF-проекта должен стать не просто прогноз, а выработанные дорожные карты с разнообразными практическими мерами по приближению выбранных стратегических ориентиров.

Библиографические ссылки

1. Немчинов О. А. IPF-технология как составляющая системы планирования хозяйственной деятельности промышленного комплекса Самарской области // Вестник Самар. муницип. ин-та управления : теоретический и научно-методический журнал. 2011. № 4 (19). С. 35–39.
2. Немчинов О. А. Реализация технологии IPF-планирования индикаторов машиностроительных предприятий // Экономика. Управление. Право. 2013. № 1 (37). Т. 2. С. 62–64.
3. Подиновский В. В., Подиновская О. В. О некорректности метода анализа иерархий // Проблемы управления. 2011. № 1. С. 8–13.

© Немчинов О. А., 2013

УДК 005.95

А. Н. Павленко

Научный руководитель – А. В. Кукарцев

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

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КОРПОРАЦИЙ

Раскрывается понятие и особенности социально-психологических методов управления. Рассматриваются социологические и психологические методы управления персоналом, а так же применение метода тестирования в ОАО «Газпром».

Социально-психологические методы управления представляют собой конкретные способы и приемы воздействия на процесс формирования и развития коллектива, на социальные процессы, протекающие внутри него. Эти методы предполагают два направления воздействия на поведение работников и повышение их трудовой активности:

1. Формирование благоприятного морально-психологического климата в коллективе, развитие

доброжелательных отношений между руководителем и подчиненными, оказание им поддержки.

2. Раскрытие личных способностей каждого работника, оказание помощи в их совершенствовании, что ведет к максимальной самореализации человека в трудовой деятельности [1].

По масштабу и способам воздействия социально-психологические методы можно разделить на две основные группы: социологические методы, которые

направлены на группы людей и их взаимодействие в процессе трудовой деятельности; психологические методы, которые направлены воздействуют на личность конкретного человека [2].

К социологическим методам относят: методы повышения социальной активности, методы социального регулирования, методы управления нормативным поведением, методы личного примера, методы ориентирующих условий и др. Цель этих методов заключается в управлении формированием и развитием коллектива, создании в коллективе положительного социально-психологического климата, оптимальной сплоченности, достижении общей цели путем обеспечения единства интересов, развития инициативы и т. п. Социологические методы исследования, которые являются научным инструментарием в работе с персоналом, предоставляют необходимые данные для подбора, оценки, расстановки и обучения персонала, а так же позволяют обоснованно принимать кадровые решения. Такими методами исследования являются: анкетирование, интервьюирование, социометрический метод, метод наблюдения, собеседование, переговоры, соревнование, общение, конфликт.

Целью психологических методов является создание морально-психологического климата, который способствует активизации деятельности индивида и повышению степени удовлетворенности процессом труда в коллективе, на предприятии. К таким методам относят: методы формирования и развития трудового коллектива, методы гуманизации труда, методы психологического побуждения (мотивации), методы профессионального отбора и обучения и др. Способы психологического представляют собой важные элементы психологических методов управления. Они концентрируют в себе все необходимые и разрешенные законом способы воздействия на людей для взаимодействия в процессе совместной трудовой деятельности. К способам психологического воздействия относятся: внушение, убеждение, подражание, вовлечение, принуждение, побуждение, осуждение, требование, запрещение, плацебо, порицание, командование, обманутое ожидание, «взрыв», метод Сократа, намек, комплимент, похвала, просьба, совет.

Но такое разделение на социологические и психологические методы достаточно условно, так как в современном мире человек всегда действует не изолированно, а в группе разных по психологии людей. Однако эффективное управление персоналом, требует

знания как социологических, так и психологических методов.

В ОАО Газпром при приеме на работу широко используется такой метод, как тестирование. В частности, на основании обзора данных литературы и многолетнего опыта работ в области психофизиологического отбора на различные профессии разработана, адаптирована и реализована компьютерная программа психофизиологического тестирования операторов и машинистов технологических установок. В компьютерном варианте реализованы следующие методики исследования профессионально значимых качеств:

1. Определение объема кратковременной и долговременной памяти.
2. Исследование устойчивости внимания с помощью теста «корректирующая проба».
3. Исследование объема и распределения внимания.
4. Исследование точности реакции на движущийся объект.
5. Исследование оперативного мышления с помощью теста «Шкалы».
6. Исследование свойств личности по опроснику Кэттелла.
7. Исследование способности к абстрактно-логическому мышлению.
8. Исследование скорости протекания мыслительных процессов при оперировании числовым материалом.
9. Методика оценки способности к вероятностному прогнозированию.
10. Исследование умственной работоспособности.

На практике профессиональный отбор происходит путем сравнения психофизиологических качеств кандидата на профессию с критериями, полученными в результате анализа этих качеств у представителей данной профессии.

Библиографические ссылки

1. Грибов В. Д., Менеджмент : учеб. пособие. М. : КНОРУС, 2007. 280 с.
2. Драчева Е. Л., Юликов Л. И. Менеджмент : учеб. для студ. сред. проф. учеб. заведений. 10-е изд., стер. М. : Академия, 2009. 288 с.

© Павленко А. Н., 2013

УДК 651.4\8(075.8)

А. Б. Пацук, А. С. Лобов
Научный руководитель – Л. А. Жереб
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

С помощью информационных технологий стало возможно осуществить очередную инновацию, на этот раз уже в организации информационных потоков. В статье рассмотрены проблемы, связанные с внедрением систем электронного документооборота (СЭД) на промышленных предприятиях. Акцентировано внимание на решении некоторых проблем.

Документооборот является одним из поддерживающих видов деятельности предприятия. Без него невозможно представить управление современными, в том числе промышленными, предприятиями. Любое управленческое решение закрепляется соответствующими документами. В процессе исполнения документа движутся по предприятию, а по окончании исполнения систематизируются, хранятся и по истечении определенного срока уничтожаются. Создание управленческих документов и работа с ними составляют документооборот предприятия.

Практически до 80–90 гг. XX века документы в большинстве случаев оформлялись на бумажных носителях. В последние 20–30 лет широкое распространение стали получать информационные технологии, которые дают возможность обрабатывать и передавать информацию с помощью электронных носителей, что, в свою очередь, требует создания специальных систем электронного документооборота (СЭД).

Под системами электронного документооборота понимаются системы автоматизации работы с документами на протяжении всего их жизненного цикла (создание, изменение, хранение, поиск, классификация и пр.) с помощью компьютерных технологий. Как правило, СЭД включает в себя электронный архив документов, систему автоматизации деловых процессов и поддержку функциональности делопроизводства [1]. При этом под документами в первую очередь подразумеваются неструктурированные электронные документы (файлы Word, Excel и пр.).

Однако, с введением СЭД в организациях, особенно на промышленных предприятиях, связан ряд проблем, как финансовых, так и организационных.

При внедрении СЭД неизбежны затраты, связанные с созданием компьютерных сетей, разработкой или покупкой программного обеспечения, которое будет поддерживать движение документов. Также необходимо вводить серьезные изменения в существующую законодательно-нормативную базу. Учитывая активно развивающиеся международные связи, российские нормы необходимо разрабатывать с учетом уже существующих международных правил. Иначе эффективное электронное трансграничное взаимодействие будет невозможным.

Отсутствуют законы, позволяющие уничтожать бумажные документы при переводе их в электронный вид, что существенно тормозит переход на использование электронных документов и создание электронных архивов, так как организации, выигрывая в опе-

ративности работы с документами, одновременно теряют время и средства на организацию хранения как бумажных подлинников, так и их электронных копий. Есть серьезные проблемы с электронной подписью и электронной печатью и т. д. По-видимому, решением таких проблем может быть использование региональной нормативно базы, отечественных и зарубежных стандартов там, где не хватает федеральной нормативной базы.

Еще одна серьезная проблема – организационная. Во главе каждой организации обычно стоит конкретный человек, который выработал свою систему мер воздействия на деятельность предприятия. Есть и ответственные лица, которые занимаются вопросами документооборота, у них тоже выработались свои привычки, благодаря которым документационное обеспечение управления предприятием осуществляется эффективно. В этой ситуации чисто механическое внедрение системы СЭД неизбежно приведет к сбоям, задержкам и другим нежелательным последствиям. Этого можно избежать, если инициатива будет исходить от руководства, а решение о внедрении СЭД будет приниматься коллегиально с участием всех сотрудников службы ДОУ. Например, на этапе разработки осуществлять консультации с ними, чтобы привнести в СЭД весь необходимый функционал.

Помимо этого необходимо также провести работу по переквалификации сотрудников, чтобы ознакомить их с функциями и интерфейсом программного обеспечения. Вводить СЭД стоит постепенно, для начала используя тестовый, затем смешанный и наконец, полнофункциональный режимы. Это позволит сотрудникам привыкнуть и освоиться в программе, и тогда вероятность сбоев в работе будет сведена к минимуму.

Можно выделить два основных направления, в рамках которого развиваются современные системы электронного документооборота:

- 1) автоматизация организационно-распорядительного документооборота;
- 2) создание электронных хранилищ документов вместо архивов бумажных носителей.

Автоматизация организационно-распорядительного документооборота представляет собой вытеснение движения бумажных носителей внутри организации. Здесь возникает еще одна проблема – создание и внедрение необходимого программного обеспечения для поддержания функционирования СЭД предприятия. Наиболее эффективным

подходом является передача функций по разработке такого программного обеспечения сторонним организациям, которые будут применять индивидуальный подход при проектировании СЭД. Это обеспечит наибольшую эффективность и сведение к минимуму вероятности сбоев.

Кроме того, промышленные предприятия, более или менее крупные, часто имеют сложную структуру, когда разные уровни производства разделены географически. Также стоит учитывать, что многие из них имеют филиалы в разных городах, а иногда и странах. И это уже не единичные случаи для огромных корпораций, а повсеместная тенденция в мировой экономике. В данном контексте следует учитывать не только организационную структуру предприятия, но и социокультурные и национальные особенности для каждого филиала.

Документооборот на промышленном предприятии имеет свою специфику. Здесь ротация документов состоит не только из организационно-распорядительной, но также и из технической и научной документации. Зачастую таких документов даже больше. В этом случае целесообразным является разделение потоков документации и создание подсетей для каждого потока. Это позволит снизить нагрузку на локально-вычислительные сети и избавит сотрудников от проблем с поиском нужных файлов в общем информационном потоке.

В рамках разработки электронных хранилищ документов можно выделить схожие проблемы. С точки зрения разработки – хранилище электронных документов гораздо более сложный продукт в отличие от системы автоматизации.

Во-первых, это разработка программных решений, которые будут взаимодействовать с системой автоматизации организационно-распорядительного документооборота. Во-вторых, такая система должна отвечать требованиям надежности и безопасности. Поэтому очень высоки будут требования по информационной защите.

Несмотря на трудности, переход к СЭД на промышленных предприятиях становится насущной необходимостью. Это позволяет существенно усилить эффективность управления на предприятии, что в свою очередь будет иметь положительные экономические последствия. Наличие СЭД свидетельствует о благополучии предприятия и эффективности ее руководства.

Библиографическая ссылка

1. URL: <http://ecm-journal.ru/docs/Sistema-ehlektro-nnogo-dokumentoorobota-SEhD-ili-EDMS-Electronic-Documents-Management-Systems.aspx> (дата обращения: 21.03.2013).

© Пацук А. Б., Лобов А. С., 2013

УДК 65.013

В. В. Пилипенко

Научный руководитель – Е. С. Рыбакова

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

РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ФАКТОРА ПРИ РАЗРАБОТКЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ

Рассмотрены понятие управленческого решения и психологические факторы, оказывающие влияние на его разработку. Выявлена роль человеческого фактора при разработке управленческого решения.

Актуальность темы исследования обусловлена высокой значимостью влияния человеческого фактора при разработке управленческого решения. Управленческое решение – это творческое, волевое действие субъекта управления на основе знания объективных законов функционирования управляемой системы и анализа информации о ее функционировании, состоящее в выборе цели, программы и способов деятельности коллектива по разрешению проблемы или изменению цели [1].

Практически каждое управленческое решение отражает индивидуальность его инициатора и систему его ценностей. Руководители существенно различаются по способностям к разработке управленческих решений. Частично это обусловлено различиями в знаниях, в жизненном и профессиональном опыте, однако наиболее существенное влияние на разработку управленческих решений оказывают психологические факторы:

1. Особенности мышления (логика, скорость

мышления, пространственное мышление, творческие способности и др.).

2. Мотивация, выражающаяся в степени заинтересованности или незаинтересованности в принятии тех или иных решений.

3. Личностные особенности (коммуникабельность, тревожность, уровень самооценки, личностная зрелость и др.).

4. Деловые качества (инициативность, настойчивость, ответственность, самостоятельность и др.).

5. Особенности восприятия рассматриваемых проблем.

6. Ценности и установки, лежащие в основе системы приоритетов и предрасположенности к конкретным действиям, к принятию определенных решений.

7. Этические принципы, которых придерживается руководитель (справедливость, внимание к людям, честность и др.) [2].

Также на разработку управленческих решений оказывают такие качества руководителя, как роман-

тизм, практицизм, оптимизм и пессимизм. Романтизм руководителя связан с завышенной интуитивной оценкой своих возможностей в вопросах разработки и реализации управленческого решения. Практицизм связан с большим опытом работы и отработкой стереотипных подходов к разработке управленческих решений. Оптимизм руководителя базируется на завышенной расчетной оценке возможностей персонала, в том числе и своих, самой компании и сотрудничающих с ней клиентов, а в обратном случае это пессимизм.

Существенное влияние на подходы личности к разработке управленческих решений оказывает темперамент. Выделяют четыре типа темперамента:

- Холерики предпочитают быстроту, оперативность и индивидуализм при разработке управленческого решения. Решения, принятые холериком, характеризуются высоким уровнем риска, решительностью и бескомпромиссностью.

- Сангвиники имеют более спокойный тип мыслительной деятельности. Индивидуализму предпочитают коллективное обсуждение ключевых проблем или ключевых элементов уже принятых ими решений.

- Флегматики предпочитают затратить больше времени на разработку управленческого решения, чем на его реализацию. Их решения характеризуются высоким уровнем безопасности и обдуманности.

- Меланхолики очень ответственно подходят к разработке управленческих решений. Решение, принятое меланхоликом, отличается детальной проработанностью и реальностью выполнения. В действительности редко встречаются люди с ярко выраженными типами холерика, сангвиника, флегматика и меланхолика.

Немаловажную роль на разработку управленческих решений играет характер. Карл Леонгард выделил 4 типа характера: демонстративный, педантичный, застревающий, возбудимый. Демонстративная личность принимает решения стремительно, импульсивно, процесс обдумывания сведен к минимуму, но ей присуще очень сильно выражать свои эмоции. Педантичной личности свойственна нерешительность, но в то же время, этот характер может выразиться в таких хороших качествах, как пунктуальность, аккуратность, ответственность, предусмотрительность, рассудительность. Для следующего типа характера – застревающего, характерна очень долгая задержка

сильных чувств: ярости, гнева, страха, особенно, когда они не были выражены в реальной жизни из-за каких-то внешних обстоятельств. Люди этого типа отличаются обидчивостью и злопамятностью. Возбуждаемые личности часто высказывают недовольство, проявляют раздражительность и склонность к импульсивным поступкам, не утруждая себя взвешиванием последствий. Неумение управлять собой ведет к конфликтам. [3]

В Российской Федерации происходят существенные изменения в составе управленческого персонала – все больше женщин появляется на разных уровнях управления организаций. В зависимости от пола имеются некоторые различия в выборе средств и методов в разработке управленческих решений. Женщинам-руководителям больше важен сам процесс деятельности и меньше – результат. Мужчина-руководитель – традиционное явление мирового менеджмента. Приоритетом для руководителей-мужчин является результат, а не сам процесс его достижения.

В психологии управления разработаны психосоциотипы личности, помогающие анализировать конкретные ситуации в компании. Среди них личности типа: Есенин, Достоевский, Гамлет, Бальзак, Дон Кихот, Максим Горький, Гюго, Штирлиц, Дюма, Наполеон, Жуков. В любой компании можно найти людей, которые поступками напоминают этих известных, реальных или вымышленных личностей [1].

Таким образом, разработка управленческих решений является очень ответственным, но с другой стороны и творческим процессом. При их разработке необходимо учитывать человеческий фактор, что позволит повысить эффективность не только принимаемых решений, но и всей управленческой деятельности.

Библиографические ссылки

1. Смирнов Э. А. Разработка управленческих решений : учебник для вузов. М. : Юнити-ДАНА, 2002. 271 с.
2. Травин В. В., Магура М. И., Курбатова М. Б. Подготовка и реализация управленческих решений : учеб.-практ. пособие. М. : Дело, 2004. 80 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Управленческие решения : учебник. 5-е изд., перераб. и доп. М. : Инфра-М, 2003.

© Пилипенко В. В., 2013

УДК 338

Е. И. Резаев, Ч. О. Тюлюш

Научный руководитель – Е. В. Баженова

Хакасский государственный университет имени Н. Ф. Катанова, Абакан

ПРОЕКТ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ ИЗНОШЕННЫХ АВТОМОБИЛЬНЫХ ШИН И РЕЗИНОВЫХ ТЕХНИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ В РЕЗИНОВУЮ КРОШКУ

Предложен инновационный проект создания производства по переработке изношенных автомобильных шин и резиновых технических изделий во вторичное сырье – резиновую крошку, используемую для производства резиновых покрытий стадионов, детских площадок, теннисных кортов, для производства обуви и напольных

ковриков, для укладки асфальта, для изготовления канатов и жгутов и др. Внедрение проекта снизит экологическую нагрузку на регион и увеличит налоговые поступления в местный бюджет. Проект является коммерческим и социально значимым.

Переработка использованных шин и иных резиновых технических изделий (РТИ) с каждым годом становится всё более актуальной проблемой во всем мире, так как это связано с бурным развитием мирового автомобилестроения.

На сегодняшний день существуют следующие варианты утилизации автомобильных шин: захоронение и сжигание. При захоронении, шина распадается в земле от 50 до 100 лет и на протяжении этого периода происходит вымывание ядовитых веществ, которые попадают в почву и атмосферу. При уничтожении шин методом сжигания, от одной тонны использованных шин в окружающую среду попадает больше 250 кг сажи и 450 кг токсичных газов, к тому же, из-за высокой температуры при горении их очень трудно потушить. В большинстве же случаев шины просто складываются и засоряют территории и свалки. Под воздействием солнца и воды, старые покрышки и шины способны выделять в почву и атмосферу очень токсичные вещества.

Поэтому сегодня необходимо искать новые способы решения экологической проблемы. Вместо опасного складирования или сжигания, передовые технологии и способы утилизации шин и покрышек дают возможность производить множество безопасных и полезных изделий из старых шин.

Актуальность данной темы обусловила цель настоящего проекта: решение экологических проблем региона путем внедрения в производство новой технологии переработки изношенных автомобильных шин и иных РТИ в востребованную для потребителей продукцию.

Объектом исследования является проект создания производства по переработке изношенных автомобильных шин и других РТИ с использованием технологической линии по переработке шин «EcoStep 500»¹.

Проект предусматривает организацию сбора и переработки автомобильных шин в востребованное сегодня вторичное сырьё – резиновую крошку. Это снизит экологическую нагрузку на регион и принесет часть доходов от реализации этого сырья в виде налогов в местный бюджет. Проект является одновременно и коммерческим, и социально значимым.

Проект предусматривает охват территории Республики Хакасия, близлежащих районов юга Красноярского края и Республики Тыва.

Рынок резиновой крошки представляет собой небольшое количество разрозненных производителей, производящих различные фракции резиновой крошки, разной по форме и качеству. В то же время группой

производителей резиновой плитки и брусчатки EcoStep сформирован устойчивый спрос на стандартизированный продукт: резиновую крошку, выпускаемую под нужды группы.

Резиновая крошка разных фракций сегодня очень широко используется не только как наполнитель для износостойкого асфальта, но и как сырьё для производства резиновых матов, брусчатки, беговых дорожек, покрытия для спортзалов. Крошку добавляют в рецептуру новых шин (до 10 %!), из нее изготавливают резиновый шифер, мастики, гидроизоляторы и т. д.

В Хакасии существует предприятие занимающееся переработкой шин – ЗАО «Черногорский Искож-Регенерат», в последнее время завод занимался переработкой крупногабаритных шин, а также производством резиновых прокладок для железной дороги и «лежачих полицейских». В настоящий момент предприятие находится на грани банкротства, имеет большие долги по налогам и зарплате, такое направление как переработка шин сейчас приостановлено.

Привлечение сырья для переработки предполагается от юридических лиц (шиномонтажные мастерские, автоколонны и другие организации, занимающиеся транспортировкой) и от физических лиц. Причем, от юридических лиц предполагается безвозмездный прием шин и резиновых изделий, это обосновано тем, что при размещении данного вида отходов на полигонах твердых бытовых отходов организациям придется платить от 15 рублей за тонну, а при размещении отходов в несанкционированных местах грозит штраф в размере от 100 тысяч рублей или приостановление деятельности до 90 суток². Для стимулирования физических лиц (так как для них штраф не установлен) возможен прием изношенных шин за небольшую плату. Также в дальнейшем предполагается заключение контрактов с организациями, занимающимися производством и продажей шин, на выдачу сертификатов и скидок физическим лицам на приобретение новых шин.

Анализ полученных показателей характеризует предприятие как выгодный объект для инвестиционных вложений. Потребности в инвестициях: 10 795 000 рублей. При 25 % снижении производственных показателей предприятие остается на уровне окупаемости. После семи лет операционной деятельности предприятия планируется достижение следующих экономических эффектов: получение чистой прибыли в размере 30 730 000 рублей; чистый дисконтированный доход в размере 5 290 000 рублей; налоговые поступления в бюджет в размере 4 700 000 рублей; производство и реализация 3 798 тонн высококачественной продукции.

¹ Линия по переработке шин «EcoStep 500» – автоматическая линия, предназначенная для измельчения изношенных автомобильных шин с металлическим и тканевым кордом в резиновую крошку EcoStep. Линия позволяет перерабатывать до 3 000 тонн автопокрышек в год, получая, при этом, до 1 800 тонн резиновой крошки.

² Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях : Федеральный закон Российской Федерации от 28 декабря 2009 г № 380-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс об административных правонарушениях».

Для проекта экологической направленности такое развитие событий можно считать успехом, так как положительные эффекты, полученные от деятельности проекта, ориентированы как на коммерческий аспект, так и на социальный. При оптимистичном ва-

рианте развития событий проект демонстрирует крайне хорошие динамические показатели, что так же увеличивает его инвестиционную привлекательность.

© Резаев Е. И., Тюлюш Ч. О., 2013

УДК 334.722.1

В. Е. Рубан

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

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНСАЛТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Рассмотрены особенности консалтинга, основные проблемы и перспективы развития консалтинговой деятельности в России.

В развитии малого бизнеса в Российской Федерации наблюдается единство и борьба противоположностей. С одной стороны, государство декларирует важность и необходимость развития малого бизнеса и предпринимательства в стране. С другой стороны, многие идеи и начинания в области развития бизнеса остаются на декларативном уровне, и в реальных условиях существует большое количество преград, снижающих заинтересованность в развитии бизнеса [1].

Консалтинг в России – бурно развивающееся и, безусловно, перспективное направление. Спрос на консалтинговые услуги в России растет, это объясняется тем, что качественно изменяется и улучшается как квалификация российских управленцев, так и квалификация, качество услуг отечественных консультантов.

Суммарная выручка 150 крупнейших консалтинговых групп по итогам 2011 года увеличилась на 21 % и стала двенадцатизначной, достигнув почти 104 млрд рублей.

Самыми динамичными в своем развитии за 2011 год стали консалтинговые практики в области производства и управления человеческими ресурсами. За 2011 год в этом сегменте услуг она достигла почти 2,5 млрд рублей, а ее рост, по сопоставимым данным, составил 67 %.

Суммарная выручка консалтинговых групп из нынешнего списка, полученная от услуг HR-консалтинга (управление персоналом), за 2011 год увеличилась на 40 % и составила 2,82 млрд рублей.

Благоприятная экономическая конъюнктура за 2011 год обусловила высокие доходы от оценочной деятельности и финансового консультирования. Суммарная выручка участников ренкинга от оценки по итогам 2011 года составила 8,5 млрд рублей, а от услуг финансового консалтинга – 7,97 млрд рублей, что, по сопоставимым данным, означает прирост за год на 20 % и 9 % соответственно.

Весомыми в 2011 году оказались и суммарные доходы по направлениям налоговых и юридических практик. Согласно данным участников ренкинга, эти услуги в прошлом году принесли им 7,49 и 5,03 млрд рублей соответственно. Опережающими темпами рас-

тут доходы от налогового консалтинга – на 21 % за год против 12 % роста выручки от юридического консалтинга.

Традиционно высокие доходы демонстрируют компании, специализирующиеся на ИТ-консалтинге: общая выручка в этом секторе услуг в 2011 году составила 53,3 млрд рублей, из них 63 % приходится на услуги разработчиков и системных интеграторов, а остальное – на услуги управленческого консалтинга. Прирост выручки по этим направлениям за год составил 23 и 18 % соответственно. Сектор ИТ-консалтинга продолжает расти за счет внедрения бизнес-приложений [2].

В настоящее время в России существует две модели экономики консалтинговых услуг. К первой относятся частные независимые консалтинговые и другие профессиональные (аудиторские, тренинговые, юридические и т. д.) компании. Ко второй модели относятся сохранившиеся госбюджетно финансируемые научно-исследовательские структуры (входящие в систему Академии наук, отраслевых и функциональных министерств и т. д.).

Первая модель имеет тенденцию к ускоренному росту и работает на рыночных началах, вторая – обслуживает в основном органы государственного управления и имеет тенденцию к сокращению. Это объясняется тем, что старые государственные формы внедрения научных знаний (через различные научно-исследовательские институты) практически исчезли, культура же привлечения независимых консультантов еще не успела получить достаточно широкого распространения.

Как показывает опыт, российские предприятия зачастую прибегают к «самолечению» проблем, пытаясь «сэкономить», что очень часто приводит к усугублению этих проблем, а также к финансовым и материальным потерям. Всё это происходит лишь потому, что большинство российских руководителей не обращаются за помощью к услугам консультантов, так как не имеют соответствующей информации о необходимых им консультационных услугах.

Делать прогнозы о процентных перспективах роста того или иного вида консалтинговых услуг было

бы неразумно в современных экономических условиях. Мы можем сказать одно, что динамика роста привлечения консалтинговых компаний руководителями предприятий и организаций в ближайшие десять лет будет стабильно возрастать вместе с ростом культуры использования консалтинговых услуг не только в случае кризиса, но и коррекции или совершенствования существующей ситуации, когда дела идут довольно успешно. Вполне логично будет предположить, что наиболее востребованными консалтинговыми услугами в ближайшие годы будут услуги по вопросам внешнеэкономической деятельности, маркетингу (в частности сбыту), общему управлению, финансам и подбору управленческих кадров, а также консультации по обучению кадров.

Современный рынок консалтинговых услуг весьма перспективен потому, что существует достаточное количество так называемых «потенциальных клиентов» или «неопределившихся клиентов», которые осознают важность работы с внешними консультантами, но в силу недостаточной информированности, отсутствия конкретных предложений со стороны консультантов или своей невысокой платежеспособности не решились, с кем из консультантов им следует со-

трудничать. Именно эта аудитория должна стать объектом внимания для консультантов при формировании спроса на консалтинговые услуги.

Консалтинговый бизнес имеет большие резервы для дальнейшего развития и увеличении его доли в экономике России, но для реализации этих резервов необходимы шаги со стороны государства по облегчению организации и развития предпринимательской деятельности, так и со стороны малого бизнеса по созданию нормальной конкурентной среды и понимания всех трудностей, с которыми приходится сталкиваться при осуществлении консалтинговой деятельности.

Библиографические ссылки

1. Самохвалов А. С. Стратегический подход к развитию предпринимательства в России // *Экономика и предпринимательство*. 2012. № 6 (204). С. 43–46.
2. Ханферян В. Снова в строю // *expert.ru: общенациональный деловой журнал «Эксперт»*. URL: <http://expert.ru/expert/2012/15/snova-v-stroyu/> (дата обращения: 04.04.2013.).

© Рубан В. Е., 2013

УДК 316.46

Л. А. Свердюк

Научный руководитель – А. В. Кукарцев

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

МОДЕЛИ ЛИДЕРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Рассматриваются современные модели лидерства.

Любая организация может рассматриваться с двух сторон: как формальная и неформальная. В них возникают два типа отношений: формальные – должностные, функциональные и неформальные – эмоциональные, психологические. Руководство – это феномен формальных, официальных отношений, а лидерство – феномен, порожденный системой неформальных отношений. Руководитель назначается извне, вышестоящим руководством, получает соответствующие властные полномочия. Лидер выдвигается из числа окружающих его людей, равных ему по статусу.

Лидерство это же тип управленческого взаимодействия, основанный на наиболее эффективном для данной ситуации сочетании различных источников власти и направленный на побуждение людей к общей цели. Лидерство характеризует отношения, в основе которых лежит доверие, признание высокого уровня квалификации, готовность поддерживать во всех начинаниях, личные симпатии, стремление перенимать положительный опыт.

В теориях лидерства существуют традиционные и ситуационные концепции, заключающиеся в том, что лидерство и его управленческий эффект могут быть измерены и легко определены. К сожалению, на практике это не всегда так. Потребность в разработке но-

вых подходов к изучению лидерства была вызвана тем, что традиционные и ситуационные подходы делали односторонний упор либо на черты поведения лидера, либо на ситуацию, в которой он выбирал нужный ему стиль. Поэтому появившиеся в последнее время концепции лидерства пытаются соединить эти две хорошо изученные стороны вместе.

Следовательно, выделяют 3 современные модели лидерства: концепция атрибутивного лидерства; концепция харизматического лидерства; концепция преобразующего лидерства.

Концепция атрибутивного лидерства – данная концепция опирается на теорию атрибуции, объясняющую причинно-следственную связь между тем, что произошло, и тем, что люди считают причиной происшедшего. Атрибутивный подход к лидерству исходит из того, что выводы лидера в равной мере, как и поведение последователей, обусловлено реакцией лидера на поведение последних. Наблюдая за работой подчиненных, лидер получает информацию о том, как она выполняется. В зависимости от этого он делает свои выводы о поведении каждого из работников и выбирает стиль своего поведения таким образом, чтобы адекватно реагировать на поведение подчиненного.

Концепция харизматического лидерства – имеются две противоположные позиции формирования имиджа лидера. Одна отрицает вообще какое-либо влияние лидера на организационную эффективность, а другая – ведет к лидерской харизме и попытке последователей приписать лидеру почти магические, а в отдельных случаях божественные качества. Харизма является формой влияния на других посредством личностной привлекательности, вызывающей поддержку и признание лидерства, что обеспечивает обладателю харизмы власть над последователями. Как источник лидерской власти харизма относится к власти примера, связанной со способностью руководителя влиять на подчиненных в силу своих личных качеств и стиля руководства. Харизма дает руководителю преимущества эффективнее оказывать свое влияние на подчиненных.

Концепция преобразующего лидерства – понятие преобразующего или реформаторского лидерства имеет много общего с харизматическим лидером, но трактуется существенно. Лидер-реформатор мотивирует последователей путем повышения уровня их сознательности в восприятии важности и ценности цели, предоставление им возможности совместить свои личные интересы с общей целью, создания атмосферы доверительности и убеждения последователей в необходимости саморазвития. Модель преобразующего или реформаторского лидерства предполагает наличие у лидера и последователей определенного поведения, пригодного, по мнению разработчиков модели, для творческого решения проблемы в кризисной ситуации.

Рассмотрим на примере компании «Gloria Jeans» современные модели лидерства. Компания «Gloria Jeans» является одной из крупнейших компаний в России по производству джинсовой одежды. И это-му она обязана своему президенту и генеральному

директору Владимиру Мельнику. Владимир Мельник обладает отличными лидерскими способностями. Один из главных принципов, которым он руководствуется, это поддержание низкой себестоимости. Он обладает не только хорошей интуицией, но и огромным опытом ведения бизнеса. Он постоянно меняет управленческие подходы, в связи с расширением своего производства. Исходя из того что Владимир Мельник – лидер-руководитель который меняет свою модель поведения в зависимости от ситуации, можно сделать вывод что он вписывается в рамки ситуационного подхода. А конкретно в современных моделях лидерства используется концепции атрибутивного лидерства. Согласно концепции руководитель ведет себя по-разному – в зависимости от требований реальности.

Новые концепции попытались объединить преимущества и достижения как традиционного, так и ситуационных подходов. В своих выводах эти концепции основываются на анализе лидерского характера и его взаимосвязи с имеющейся ситуацией.

Новые подходы концентрируют свое внимание на способности лидера создать новое видение решения проблемы и, используя свою харизму, передать ее значение последователям таким образом, чтобы это вдохновило и вызвало у них энтузиазм к осуществлению действий по достижению целей.

Библиографические ссылки

1. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент : учебник. 3-е изд. М. : Экономистъ, 2003. 528 с.
2. Медведев В. П. Основы менеджмента : учеб.-метод. пособие. В 2 т. М. : ИКК «ДеКА», 2002.
3. Мэскон М. Х., Альберт М., Жедоури Ф. Основы менеджмента. М. : Дело, 2002.

© Свердюк Л. А., 2013

УДК 658.5

М. В. Сухобокова

Научный руководитель – Е. С. Рыбакова

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

РОЛЬ КРИТЕРИЕВ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИ ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Рассмотрены основные критерии и их роль, благодаря которым осуществляется принятие управленческих решений и эффективная деятельность организации.

На протяжении всей деятельности организации постоянно возникают ситуации, когда перед руководством компании ставится задача эффективного выбора одного из возможных вариантов управленческих решений. Исходя из формируемых решение критериев, можно сделать вывод о том, что управленческое решение есть результат анализа, прогнозирования, оптимизации, экономического обоснования и выбора альтернативы из множества вариантов для достижения конкретной цели менеджмента. Разработка управленческих решений есть важнейший процесс, связывающий основные функции управления: плани-

рование, организацию, мотивацию, контроль. Важное условие существования и развития организации – принятие эффективных решений [1]. В экономике под эффективностью понимают соотношение результатов финансово-хозяйственной деятельности, которые характеризуются прибылью и затратами, которые влияют на прибыль.

Выделяют следующие критерии принятия управленческих решений [2]:

– внутренние, соответствующие показателям целей и производным от них показателям подцелей, стоящих перед предпринимательской структурой;

– внешние, соответствующие оцениваемым параметрам элементов внешней среды (рынок труда, потребителей, капитала; надсистема, социально-политическая среда);

– общие, к которым относятся: время, качество решения, степень участия исполнителей в процессе принятия управленческого решения, воспитательную ценность решения.

Для выбора наиболее эффективного управленческого решения, которое будет соответствовать поставленным целям компании, необходимо учитывать ряд таких критериев как: прирост прибыли, объемов производства и реализации продукции, изменение сроков окупаемости капиталовложений, повышение оборачиваемости оборотных средств, прирост экономической рентабельности, сокращение затрат на содержание управленческого аппарата.

При принятии и реализации управленческих решений критерии эффективности оказывают непосред-

ственное влияние на результативность управленческой деятельности. Роль критериев эффективности при принятии управленческих решений велика и заслуживает особого внимания со стороны руководства при выборе того или иного варианта развития событий. Это дает менеджерам возможность разрабатывать эффективные решения и добиваться достижения поставленных целей.

Библиографические ссылки

1. Башкатова Ю. И. *Управленческие решения : учеб.-метод. комплекс*. М. : Изд. центр ЕАОИ. 2008. 120 с.

2. Учитель Ю. Г. *Разработка управленческих решений*. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Юнити-ДАНА, 2007. 383 с.

© Сухобокова М. В., 2013

УДК 338.22.021.1

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

ИНСТРУМЕНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Правильно выбранная стратегия является эффективным механизмом стратегического управления, она направляет и мобилизует использование экономического потенциала предприятия.

Стратегическое планирование – это одна из функций стратегического управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения. В стратегическом планировании применяется достаточно много матриц той или иной направленности, которые помогают осуществлять анализ ситуации в организации в целом. Существует необходимость систематизации этих матриц, а также поэтапного внедрения такого подхода на всех этапах стратегического планирования. Целесообразно практическое применение матриц в стратегическом планировании разбить на отдельные этапы.

На первом этапе предлагается произвести первичный анализ деятельности предприятия. Для этой цели подобраны три матрицы. Матрица SWOT (Strengths, weaknesses, opportunities, threats) широко описана в литературе. Матрица MCC (Mission and Core Competencies) предполагает анализ соответствия целей предприятия и его основных возможностей. Матрица вектора экономического развития предприятия представляет собой таблицу, в которой представлены числовые данные основных показателей предприятия. На основе данных этой матрицы можно почерпнуть информацию для других матриц, а также сделать различные выводы уже на данном этапе.

Вторым этапом применения матриц является анализ рынка и отрасли. Здесь анализируются рынки, на которых функционирует предприятие, а также от-

расль в целом. Основными в подгруппе «Рынок» являются матрица BCG (Boston Consulting Group), исследующая зависимость темпов роста и доли рынка, и матрица GE (General Electric), анализирующая сравнительную привлекательность рынка и конкурентоспособность в отрасли и имеющая две разновидности: вариант Дэйа и вариант Мониенсона. Подгруппа «Отрасль» содержит матрицы, исследующие отраслевое окружение, закономерности развития отрасли. Основной в данной подгруппе является матрица Shell/DPM (Direct Policy Matrix – матрица направленной политики), исследующая зависимость отраслевой привлекательности и конкурентоспособности.

Следующие этапы стратегического планирования – анализ дифференциации и анализ качества. Дифференциация и качество выступают в данном случае как составляющие, с помощью которых возможно получение требуемого результата. В группе «Дифференциация» находятся три матрицы. Матрица «Улучшение конкурентной позиции» позволяет наглядно выявить закономерности и зависимости дифференциации от охвата рынка. Матрица «Дифференциация – относительная эффективность затрат» выявляет зависимость относительной эффективности затрат на данном рынке от дифференциации. Матрица «Производительность – инновации/дифференциации» показывает зависимость между производительностью данной бизнес-единицы и внедрением инноваций [1].

Ниже приведены краткие характеристики ряда матриц достаточно широко используемых при стратегическом планировании предприятия для анализа рынка и отрасли. Рассмотрим такие матрицы, как: матрица BCG, матрица SPACE, матрица Shell/DPM.

Матрица BCG представляет собой простую матрицу 2×2, в которой доля рынка и его рост пересекаются, формируя четыре квадрата: «звезды» (большая доля / высокий рост), «трудные дети» (малая доля / высокий рост), «дойные коровы» (большая доля / низкий рост) и «собаки» (малая доля / низкий рост). В зависимости от комбинации доли и роста рынка для каждого квадрата подбирается индивидуальная стратегия. В настоящее время ОАО «Красмаш» находится в квадрате «Дойные коровы», так как высокая доля на рынке, но низкий темп роста объема продаж. «Дойных коров» необходимо беречь и максимально контролировать. Их привлекательность объясняется тем, что они не требуют дополнительных инвестиций и сами при этом обеспечивают хороший денежный доход. Средства от продаж можно направлять на развитие «Трудных детей» и на поддержку «Звезд» [2].

Матрица Shell/DPM представляет таблицу, где оси X и Y отражают соответственно сильные стороны предприятия (конкурентная позиция) и отраслевую (продукт-рынок) привлекательность. Точнее, ось X отражает конкурентоспособность бизнес-сектора предприятия (или его способность извлекать преимущества из тех возможностей, которые имеются в соответствующей бизнес-области). Ось Y, таким образом, является общим измерением состояния и перспектив отрасли. На основе анализа конкурентной позиции и отраслевой привлекательности определяются возможные стратегии. ОАО «Красмаш» в данный момент находится в квадрате «стратегия усиления конкурентных преимуществ». Предприятие занимает среднее положение в привлекательности отрасли. Поскольку доля рынка, качество продукции, а также репутация предприятия достаточно высоки (почти такие же, как и у отраслевого лидера), то предприятие может превратиться в лидера, если разместит свои ресурсы надлежащим образом. Необходимо тщательно проанализировать зависимость эко-

номического эффекта от капиталовложений в данной отрасли.

Матрица SPACE – ценный инструмент анализа конкурентного положения предприятия. Он определяет стратегическое положение организации в отрасли, оперируя двумя внутренними (финансовая устойчивость и конкурентное преимущество) и двумя внешними показателями (устойчивость отрасли и стабильность внешних условий). Каждый из этих показателей может характеризоваться набором критериев. Например, в группу «конкурентные преимущества» войдут такие критерии, как доля рынка, качество продукта, его жизненный цикл и другие. Метод SPACE заключается в том, что для предприятия оцениваются четыре группы факторов, каждый из которых оценивается экспертно в шкале от 0 до 6. На основании субъективных данных по оборонно-промышленному комплексу мы определили положение ОАО «Красмаш» в квадранте консервативного стратегического состояния. Для улучшения такого положения необходимо повысить показатели промышленного потенциала (IS) [3].

Инструменты стратегического планирования очень удобны – именно этим объясняется их распространенность. Однако использование только матриц не является достаточным, так как они позволяют осуществлять стратегическое планирование с отдельных сторон и не показывают полной картины, но в соединении с остальными инструментами стратегического планирования дают возможность наглядно увидеть закономерности в процессах, происходящих на предприятии, и сделать правильные выводы.

Библиографические ссылки

1. Логинов Г. О., Попов Е. В. Матричные методы стратегического планирования деятельности кампании // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2004. № 2.
2. Стратегическое управление и планирование [Электронный ресурс]. URL: <http://www.stplan.ru>.
3. Технологии корпоративного управления [Электронный ресурс]. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Человеческий_капитал ; <http://www.iteam.ru/>.

© Терещенко К. В., Мельников М. В., 2013

УДК 669.713.7

М. Е. Тюмкаева, Е. П. Цыганова

Научный руководитель – С. А. Кропивенцева

Самарский государственный аэрокосмический университет

имени академика С.П. Королёва (национальный исследовательский университет), Самара

АКТУАЛЬНОСТЬ ВВЕДЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ АВИАПЕРЕВОЗОК В РФ НА ПРИМЕРЕ РЕЙСОВ САМАРА – КАЗАНЬ

В работе говорится о важности введения региональных перевозок, рассматриваются основные проблемы на пути их развития. Проводится расчёт себестоимости рейса Самара-Казань, а также определяется возможность конкурентирования воздушного транспорта с наземным.

Региональные и местные маршруты в настоящее время не способны генерировать пассажиропотоки,

обеспечивающие рентабельность перевозки. Это, в свою очередь, определяет высокую себестоимость

авиаперевозок, вследствие высоких удельных затрат и эксплуатации воздушных судов малой вместимости.

При этом данный вид авиаперевозок является социально значимым и не является предметом коммерчески эффективного бизнеса. Именно на маршрутах регионального и местного значения практически отсутствует конкуренция и стоимость перевозки высока для населения Российской Федерации [1].

В 2011 году в Российской Федерации на внутренних воздушных линиях перевезено 30,9 млн. пассажиров, что составляет 48,3 % от всех перевозок, выполненных российскими авиакомпаниями.

При этом из 30,9 млн 26,37 млн пассажиров (85,3 %) перевезено по маршрутам, связанным с Москвой или Санкт-Петербургом.

На долю региональных и местных перевозок приходится всего 4,53 млн пассажиров, что составляет 14,7 % от общего числа перевезенных пассажиров по внутренним маршрутам.

Средняя стоимость авиаперевозок на региональных авиалиниях в 4 раза превышает аналогичный показатель на магистральных внутрироссийских авиалиниях, при этом средний тариф экономического класса на внутрирегиональных направлениях (туда и обратно) составляет 23,2 тыс. рублей, что почти эквивалентно среднемесячной заработной плате населения Российской Федерации. Для сопоставления – в США стоимость поездки на борту региональной авиакомпании (туда и обратно) не превышает 5 % среднемесячной заработной платы населения.

При выполнении исследования были обозначены следующие цели:

1. Знакомство с существующей ситуацией в сфере региональных авиаперевозок.

2. Расчет себестоимости рейса регионального направления и сравнение стоимости с другими видами транспорта.

3. Определение степени актуальности введения региональных перевозок.

Для расчета себестоимости рейса использовался метод расчета по статьям затрат, представленный в книге Е. В. Костроминой «Авиатранспортный маркетинг».

В результате расчетов мы получили следующие цифры: стоимость билета на рейс Самара – Казань при 100 % загрузке и рентабельности, равной 20 %, составила 1976 рублей, при 60 % загрузке – 2 992 рубля, при 40 % загрузке – 8 739 рублей, при 20 % загрузке – 17 009 рублей.

В настоящее время формируются перечень критериев эффективности государственной поддержки воздушного транспорта, подготовлена программа субсидирования перевозок в Приволжском федеральном округе с тем, чтобы к 2020 году авиационная подвижность населения на местных воздушных линиях выросла до 7 поездок на 100 человек.

Библиографические ссылки

1. Костромина Е. В. Авиатранспортный маркетинг. М.: Авиабизнес, 2003. 383 с.
2. Министерство транспорта РФ: Дорожная карта развития региональных авиаперевозок. URL: <http://www.ato.ru/content/ministerstvo-transporta-rf-dorozhnaya-karta-razvitiya-regionalnyh-aviaperevozok>.

© Тюмкаева М. Е., Цыганова Е. П., 2013

УДК 669

П. А. Чибисов

Научный руководитель – А. В. Кукарцев

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

ФОРМИРОВАНИЕ АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Современная практика показывает, что менеджмент является наиболее слабым звеном в хозяйственном механизме промышленного предприятия. В ходе антикризисной деятельности промышленные предприятия столкнулись с множеством факторов, указывающих на необходимость коренного изменения форм и методов управления, применяемых при планировании, организации и мотивации деятельности.

Внедрение стратегического управления в системы управления отечественными промышленными предприятиями является не механическим процессом перенесения зарубежного опыта, а творческим поиском новых конкретных мер. При этом необходимо обеспечить поэтапный подход к подтягиванию системы управления отечественными предприятиями до современного уровня, не допуская игнорирования ключевых положений, выработанных зарубежными системами управления, и одновременно, с учётом фактора кризиса времени, тщательно отбирать и использовать только то, что необходимо для последовательно-

го приведения в соответствие долгосрочной стратегии и потенциала предприятия, его потребностей и возможностей в условиях быстро меняющейся конъюнктуры рынка.

Стратегическое управление – это процесс принятия и осуществления стратегических решений, центральным звеном которого является стратегический выбор, основанный на сопоставлении собственного ресурсного потенциала с возможностями и угрозами внешнего окружения, в котором оно действует. Стратегию можно рассматривать как основное связующее звено между тем, что организация хочет достичь – её

целями, и линией поведения, выбранной для достижения этих целей. Основной задачей стратегии является определение такой модели действий и направления деятельности, которые позволили бы предприятию достичь долговременных конкурентных преимуществ и развивать свою деятельность при постоянно изменяющихся условиях внешней среды [1].

В ходе антикризисной деятельности руководство промышленных предприятий осознало необходимость использования передового опыта ведущих производителей не только в технологической, но и в управленческой сфере. Даже первые шаги в этом направлении показали, что эффективное управление значительно повышает результативность производственно-хозяйственной деятельности. В условиях нестабильности экономической системы, замедления платежного оборота, недостаточной квалификации менеджеров на фоне вероятностного характера рыночной среды проблема формирования антикризисной стратегии промышленного предприятия является актуальной.

Как считает Н. Алексеев, в качестве кризисной следует признать любую ситуацию, в которой предприятие не успевает подготовиться к внешним изменениям и потеря рентабельности остается неизбежной.

Концепция антикризисного управления предприятием состоит из следующих основных элементов:

- диагностика финансового состояния и оценка бизнеса предприятия;
- разработка маркетинговой стратегии;
- применение инновационной стратегии;
- управление персоналом;
- финансовый менеджмент;
- антикризисное бизнес-планирование;
- организация процедуры банкротства предприятия.

При формировании антикризисной стратегии промышленного предприятия в основном используется стратегический подход.

Стратегический подход при формировании антикризисной стратегии предполагает проведение анализа среды, в которой действует предприятие, определение миссии и целей, анализ и выбор стратегии, реализацию стратегии, оценку и контроль осуществления стратегической линии [2].

Деятельность предприятий в условиях кризиса ориентирована в основном на осуществление срочных финансовых мероприятий, обеспечивающие решение задач финансового оздоровления, улаживание отно-

шений с кредиторами, организацию выпуска новой конкурентоспособной продукции. В условиях кризиса в качестве первоочередной выдвигается задача во что бы то ни стало сохранить основные фонды и ключевые технологии, ядро трудового коллектива. А также очень важно уделять внимание стратегической перспективе. Необходимо заняться разработкой стратегии дальнейшей деятельности предприятия.

Например, Красноярский завод комбайнов – одно из крупных предприятий сельскохозяйственного машиностроения оказался в кризисной ситуации в связи с падением спроса на зерно- и кормоуборочные комбайны «Енисей». Наиболее важной стала проблема выживания, которую менеджмент предприятия решал за счет производства разнообразной новой продукции. С 2008 года завод начал производство форвардеров и другой современной лесозаготовительной техники, которая пользовалась спросом на территории России и других странах. Продукция начала выпускаться при поддержке других предприятий – концерна Silvatec и Красноярского завода лесного машиностроения. Завод из единого предприятия превратился, по существу, в холдинг.

Минимальная продолжительность периода бескризисного состояния предприятия обеспечивается выбором его миссии, которая продиктована мотивом достижения устойчивого роста прибыли в размерах, достаточных для постоянного наращивания стратегического потенциала и уровня его конкурентного преимущества. Максимальная продолжительность периода бескризисного состояния обеспечивается выбором такой миссии, которая наилучшим образом соответствует требованиям микро- и макросреды и формируемыми этими параметрами ограничениям и условиям, корректируется в случае их изменений.

Внедрение эффективного стратегического управления деятельностью промышленного предприятия является мощным рычагом преодоления кризисных явлений. Инструментарием стратегического управления являются прогнозы развития.

Библиографические ссылки

1. Забелин Р. Г., Моисеева О. И. Основы стратегического управления. М. : ИВЦ «Маркетинг», 2003. 195 с.
2. Чернявский А. Д. Антикризисное управление : учеб. пособие. К. : МАУП, 2005. 208 с.

© Чибисов П. А., 2013

УДК 331(571.65)

В. В. Щебетун, А. А. Игнатович

Научный руководитель – Н. А. Карташова

Северо-восточный государственный университет, Магадан

РАЗРАБОТКА МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ВЫСВОБОЖДЕНИЕМ ПЕРСОНАЛА (НА ПРИМЕРЕ МАГАДАНСКОГО ФИЛИАЛА ОАО «ДАЛЬСВЯЗЬ»)

Рассмотрена актуальная для большого количества современных предприятий тема управления высвобождением персонала. В проекте разработан механизм управления высвобождением персонала на примере Магаданского филиала ОАО «Дальсвязь». При вынужденном высвобождении персонала авторы работы предлага-

ют использовать технологию внутреннего аутплейсмента и создания дочернего предприятия путем выделения его из Магаданского филиала ОАО «Дальсвязь» для трудоустройства высвобождаемых работников, что позволит сэкономить время и издержки компании, а также предотвратить негативные последствия высвобождения у увольняемых и оставшихся работников.

Планирование высвобождения или сокращения персонала имеет существенное значение в процессе кадрового планирования. Своевременные перемещения, переподготовка, прекращение приема кадров, а также осуществление обоснованного социально-ориентированного отбора кандидатов на увольнение позволяют регулировать внутриорганизационный рынок труда в процессе планирования сокращения персонала. За последние несколько лет целый ряд крупных предприятий России значительно сократили численность персонала, что говорит о высокой актуальности данной проблемы.

Высвобождение работников может быть крайне болезненно для его работников и ресурсозатратно для предприятия, что говорит о безусловной необходимости совершенствования этого процесса. Последствия неудачно проведенной процедуры по высвобождению могут ощущаться на протяжении длительного времени как у увольняемых сотрудников, так и у оставшихся сотрудников в виде демотивации, недоверия к руководителям. Поэтому управление высвобождением является одной из важнейших функций управления персоналом и требует согласованных действий руководства организации и службы управления персоналом.

Целью работы является разработка механизма управления высвобождением персонала на примере Магаданского филиала ОАО «Дальсвязь».

Для достижения цели работы были сформулированы следующие задачи:

- 1) дать характеристику МФ ОАО «Дальсвязь», проанализировать основные экономические показатели, а так же показатели, характеризующие кадровую структуру и движение кадров на предприятии;
- 2) разработать механизм управления высвобождением персонала;
- 3) провести оценку эффективности предложений.

Объектом исследования является персонал организации МФ ОАО «Дальсвязь».

Предмет исследования - механизм управления высвобождением персонала.

Хронологические границы исследования охватывают период с 2008 по 2011 годы.

Информационную базу исследования составили:

- учебная и методическая литература по вопросам управления персоналом предприятия;
- нормативные документы, регламентирующие вопросы управления трудовыми отношениями и процессами реорганизации предприятий;
- материалы научно-практических конференций и семинаров;
- публикации по проблеме исследования в периодической печати;
- данные оперативного учета кадрового состава предприятия, а также данные бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятия, полученные авторами в процессе разработки проекта;

– ресурсы сети Интернет, административно-управленческих порталов.

В работе отражены основные концепции управления персоналом, рассмотрены кадровые технологии, особое внимание уделено технологиям управления высвобождением персонала.

Также в работе приведена общая характеристика деятельности ОАО «Дальсвязь», основными видами деятельности которой являются предоставление услуг местной, внутризоновой, междугородной и международной связи, сотовой подвижной связи GSM-900, услуг телематических служб (в том числе службы электронной почты), службы доступа к информационным ресурсам, информационно-справочной службы и другие. Приведена характеристика службы управления персоналом на предприятии. Особое внимание уделено анализу состояния кадров на предприятии: проанализирована структура кадров, динамика движения кадров, рассчитаны основные её показатели (коэффициент оборота рабочей силы по приему; коэффициент оборота по выбытию; коэффициент общего оборота; коэффициент текучести кадров; коэффициент постоянства кадров). Также проанализирована динамика основных экономических показателей МФ ОАО «Дальсвязь».

В проектной части работы разработан организационно-правовой механизм управления высвобождением персонала с учетом требований законодательства в области регулирования трудовых отношений, а также механизм управления высвобождением персонала с применением внутреннего аутплейсмента и создания дочернего предприятия путем выделения его из МФ ОАО «Дальсвязь» для трудоустройства высвобождаемых работников.

Эффективность мер по проведению внутреннего аутплейсмента определена на основе сравнения расходов на сокращение персонала и в связи с переводом их в дочернее предприятие, а также достигнутых социальных эффектов.

Предложенный управленческий инструментарий позволит придать традиционно болезненному процессу высвобождения персонала смягчающий характер, так как даст возможность сэкономить время и издержки компании; а так же предотвратить негативные последствия высвобождения у увольняемых и оставшихся работников:

- избежать судебных разбирательств;
- создать свободные рабочие места для высвобожденного персонала;
- сохранить имидж компании как ответственного работодателя;
- избежать дальнейшей потери кадров;
- укрепить уверенность персонала в завтрашнем дне.

УДК 658

А. В. Ювкина
Научный руководитель – К. Ю. Лобков
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ХЛЕБОБУЛОЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрено значение хлебобулочного производства и разработаны основные направления развития предприятия ОАО «Красноярский хлеб», специализирующегося в отрасли хлебопечения.

Пищевая и перерабатывающая промышленность России – одна из стратегических отраслей экономики, призванная обеспечивать устойчивое снабжение населения необходимыми качественными продуктами питания.

Хлеб был и остается одним из основных продуктов питания населения нашей страны. Ежедневное повсеместное потребление хлеба позволяет считать его одним из важнейших продуктов питания, пищевая ценность которого имеет первостепенное значение. Он обеспечивает более 50 % суточной потребности в энергии и до 75 % потребности в растительном белке [1].

ОАО «Красноярский хлеб» является одним из ведущих предприятий по производству хлебобулочных и кондитерских изделий на территории Красноярского края, главной целью которого является повышение эффективности производства, удовлетворение общественных потребностей и получение прибыли. С целью повышения эффективности работы во всех сферах деятельности и удержания своих позиций на рынке, продолжают мероприятия по совершенствованию организационной структуры, функций и методов управления, минимизации затрат и совершенствованию технологий и модернизации оборудования с целью расширения рынков сбыта и обновления ассортимента востребованной на рынке продукции [2].

Миссия предприятия заключается в максимальном удовлетворении потребностей покупателей по производству хлебобулочных и кондитерских изделий на региональном рынке; в предоставлении продукции в

установленные сроки и по конкурентным ценам; в поддержании и повышении деловой репутации компании за счёт производства высококачественных и экологически чистых продуктов питания, применяя в производстве передовые технологии, а также за счёт расширения круга постоянных клиентов в России и за рубежом; в создании современных рабочих мест и в оказании социальной поддержки работникам.

Единственно правильным вариантом поведения компании для достижения эффективного долгосрочного функционирования и успешного развития является усиление повышенного внимания осуществлению анализа внешнего и внутреннего окружения. Проанализировав деятельность компании, были определены следующие события, которые могут произойти и оказать благоприятное воздействие на деятельность компании ОАО «Красноярский хлеб» (благоприятные возможности) и негативное воздействие (угрозы), а также сильные и слабые стороны (см. таблицу).

Проведя анализ возможностей, угроз, сильных и слабых сторон ОАО «Красноярский хлеб» можно выделить основные направления развития предприятия:

- наращивание производственных мощностей путем строительства новых и реконструкции действующих предприятий;
- совершенствование структуры ассортимента хлебобулочных изделий с целью наиболее полного удовлетворения потребностей населения на предприятиях безтарной перевозки основного и дополнительного сырья;

Анализ внешней и внутренней среды

Возможности	Угрозы	Сильные стороны	Слабые стороны
1. Благоприятные демографические изменения. Повышение рождаемости. 2. Снижение уровня конкуренции. 3. Увеличение уровня доходов населения. 4. Внедрение новых технологий. 5. Автоматизирование технологических линий	1. Увеличение числа конкурентов. 2. Расширение зоны покрытия сети конкурентами. 3. Снижение цены у конкурентов. 4. Высокий темп роста тарифов на услуги естественных монополий. 5. Рост цен на сырье. 6. Повышение требований покупателей к качеству товара и уровню обслуживания. 7. Сильное влияние административных структур на решения принятия по ценовой политике компании	1. Лидер рынка, известность компании. 2. Большая зона покрытия: широкий охват каналов сбыта, наличие собственной сети продаж, удобное географическое расположение. 3. Высокое качество услуг. 4. Постоянное внедрение новых товаров. 5. Реализация товаров под собственной маркой. 6. Широкий ассортимент продукции	1. Однородность рекламы для всех сегментов потребителей. 2. Большие издержки на обслуживания магазинов. 3. Высокая цена, низкая ценность инноваций для потребителя. 4. Нестабильность качества продукции и качественной её упаковки. 5. Недостаточно современная техническая оснащённость, изношенность ОФ. 6. Нехватка собственных финансовых ресурсов

- освоение прогрессивных технологических процессов приготовления теста с использованием агрегатов и установок, позволяющих комплексно механизировать и автоматизировать тестоведение;

- внедрение новых технологий (например, разработка и внедрение хлебопекарных печей новых конструкций с электрическим обогревом);

- улучшение качества продукции за счёт внедрения новых технологий упаковки и упаковочного оборудования и автоматизированных технологических линий производства, а также рациональное расходование сырья, сокращение потерь на всех стадиях технологического процесса;

- инвестирование в рост, т. е. рост занимаемой доли рынка, выход на новый сегмент существующего рынка, рост выручки на одного покупателя.

Сегодня производство хлебобулочных изделий – одно из важнейших стратегических отраслей пищевой

промышленности. Одной из ключевых составляющих стратегического управления является стратегия. Выбор стратегии и её реализация составляют основную часть содержания деятельности по стратегическому управлению.

Библиографические ссылки

1. Афанасьева Г. А. Адаптация хлебопекарной промышленности РФ к условиям рынка : автореф. ... дис. канд. техн. наук ; Моск. гос. акад. пиц. пр-в. М., 2009. 24 с.

2. Официальный сайт ОАО «Красноярский хлеб» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.krhleby.ru/>.

© Ювкина А. В., 2013

УДК 65.012.25

А. М. Богачева
Научный руководитель – Е. В. Сумина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В НАУКОЕМКИХ ОТРАСЛЯХ

Рассматривается процесс разработки маркетинговой стратегии для наукоемких предприятий. Перечислены основные этапы формирования плана маркетинга, приведены особенности, которые необходимо учесть в связи со специфичностью отрасли и инновационного характера продукта.

В современных условиях рыночной экономики и высокой активности конкурентной среды процесс управления организацией в различных отраслях хозяйствования многократно усложняется. Также немаловажным является то, что наше время – это период появления и развития множества новых технологий и инновационных разработок. Трудно представить себе на данный момент, хорошо развивающееся предприятие промышленного сегмента или организацию, функционирующую в сфере услуг, без научных исследований, постоянного обновления ассортимента, и новинок. Продвижение и правильная разработка данных новинок – это задача отдела маркетинга в соответствии со сформированным стратегическим планом мероприятий для достижения желаемого результата (например, успешная реализация нового продукта или услуги).

Однако инновационный маркетинг имеет свою специфику, а наукоемкие предприятия обладают определенными особенностями, которые необходимо учесть. Из выше сказанного следует, что вопрос о специфике разработки маркетинговой стратегии в наукоемких предприятиях является актуальным.

Для того, что бы рассмотреть алгоритм и специфику маркетинга для предприятий, создающих новое, необходимо дать определение ключевым терминам данного вопроса.

Маркетинг в научно-технической сфере - это комплекс маркетинговых исследований и мероприятий, как в сфере коммерческой инновации, так и в бесприбыльных областях научно-технической деятельности, направленный на получение максимальной отдачи от научно-технического потенциала фирмы [1]

Стратегия маркетинга – это генеральная программа маркетинговой деятельности на целевых рынках. Она включает главные направления маркетинговой деятельности фирмы и инструментарий комплекса маркетинга (маркетинг-микс или 4P-product, price, place, promotion), с помощью которого разрабатывают и осуществляют маркетинговые мероприятия для достижения поставленных целей [2].

Что касается составляющих маркетинговой стратегии, то их можно представить следующим образом (см. рис. 1).

Алгоритм разработки плана маркетинга универсальный как в наукоемких отраслях, так и в отраслях, для которых деятельность в сфере НИОКР не является очень значимой. Этапы разработки маркетинговой стратегии и последовательность их реализации следующая (см. рис. 2).

С другой стороны реализация данных этапов может проходить иначе, так как маркетинг в наукоемких отраслях имеет ряд особенностей. Эти особенности следующие.

1. Необходимость учета межотраслевого характера результата научно-технической разработки.
2. Необходимость прохождения комиссии.
3. Обязательное разъяснение рыночной потребности в инновации.
4. Обязательное осуществление послепродажного сервиса фирмой-производителем.
5. Зависимость сбыта наукоемкой продукции от объема и качества инновационного потенциала потребителя.
6. Необходимости выделять в ходе анализа рынка стадии жизненного цикла продукции или технологии.



Рис. 1. Составляющие маркетинговой стратегии

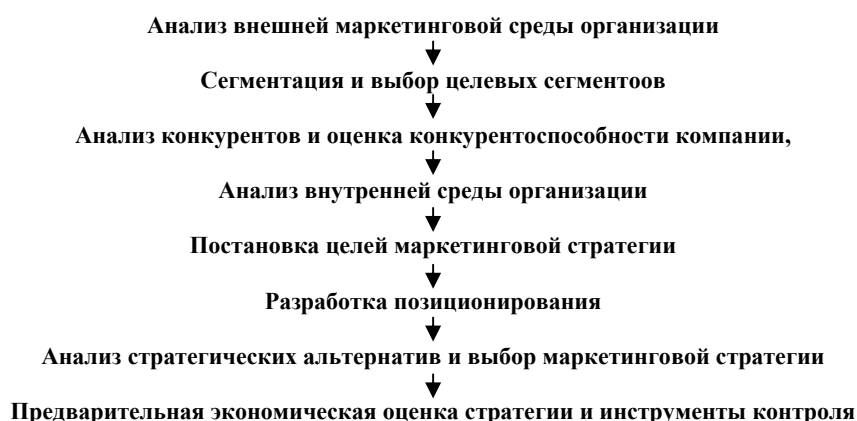


Рис. 2. Алгоритм разработки маркетинговой стратегии

Это обусловлено тем, что фаза зрелости и старения в жизненном цикле наукоемкой продукции могут наступать гораздо раньше по сравнению с традиционными продуктами. Поэтому маркетинг должен ориентироваться на максимум сбыта наукоемкой продукции уже на ранних стадиях цикла, обеспечивая выход на все новые рынки в короткий промежуток времени или отыскание новых сфер использования имеющейся технологии.

Все выше сказанное обуславливает высокий риск, требуемый большего объема информации и более высокие критерии и квалификации маркетингового исследования. Многократно увеличивается трудоемкость процесса, а также затраты на него [3].

Библиографические ссылки

1. Афанасьева Н. В., Багиев Г. Л., Лейдиг Г. Концепция и инструментарий эффективного предпринимательства // *Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]*. URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/m18/1.htm>.
2. Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х. *Маркетинг : учебник для вузов / под общ. ред. Г.Л. Багиева*. 2-е изд., испр. и доп. М. : Экономика, 2011. 718 с.
3. Фатхутдинов Р. А. *Инновационный менеджмент : учебник*. 6-е изд., испр. и доп. СПб. : Питер, 2008. 448 с.

© Богачева А. М., 2013

УДК 669.713.7

М. А. Гецов

Научный руководитель – Е. В. Сумина

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

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРОДУКТА В НАУКОЕМКИХ ОТРАСЛЯХ

Наукоемкие отрасли имеют свои отличительные черты, которые следует принимать во внимание при разработке маркетинговой стратегии продукта или услуги, которая в свою очередь включает процесс позиционирования.

Позиционированием называется процесс поиска такой рыночной позиции для компании, продукта или услуги, которая будет выгодно отличать ее (его) от положения конкурентов. Очень важно в данном случае определить понятие позиции фирмы. Позиция фирмы – это место или сегмент рынка, занимаемое данной фирмой в сознании потребителей по сравнению с аналогичными конкурирующими фирмами. Позиционирование осуществляется с учетом конкретной целевой группы потребителей, для которой создаются и предлагаются преимущества и уникальность. Без ясного представления о том, на что направлена позиция, очень сложно, даже почти невозможно, согласовать решения маркетинг-микс [1].

Наукоемкие отрасли – отрасли экономики, выпускающие продукцию, выполняющие работы и услуги с

использованием последних, передовых достижений науки и техники. Деятельность таких отраслей включает проведение обеспечивающих ее научных исследований и разработок, что приводит к дополнительным затратам средств и к необходимости привлечения к работам научного персонала [2].

Главными специфическими особенностями наукоемких производств являются следующие:

1) их комплексный характер, позволяющий решать все проблемы создания техники от научных исследований и опытно-конструкторских работ до серийного производства и эксплуатации;

2) сочетание целевой направленности исследований, разработок и производства на конкретный результат с перспективными направлениями работ общесистемного, фундаментального назначения;

3) высокий научно-технический уровень продукции, не имеющей зарубежных аналогов или не уступающей им;

4) высокая динамичность развития производства, проявляющаяся в постоянном обновлении ее элементов (объектов исследований, разработок и производства, технологий, схемных и конструктивных решений, информационных потоков и т. д.);

5) разветвленная внутри- и межотраслевая кооперация, вызванная сложностью наукоемкой продукции и специализацией предприятий и организаций;

6) интенсивный инвестиционный процесс – важнейший фактор достижения целей исследований и разработок высокого научно-технического уровня, сопровождающий реализацию крупных проектов;

7) наличие уникальных коллективов с большой долей ученых, высококвалифицированных инженерно-технических работников и производственно-промышленного персонала в общей численности занятых в разработках и производстве.

Из специфики наукоемких отраслей вытекают следующие проблемы:

- большой объем НИОКР, выполняемых НИИ, КБ и заводами, в результате чего у последних значительные производственные мощности загружаются выполнением экспериментальных образцов продукции, их доводкой;

- доминирование процесса изменения технологии над стационарным производством и связанная с этим необходимость регулярного обновления основных производственных фондов, развития опытно-экспериментальной базы;

- значительная продолжительность полного жизненного цикла техники, достигающая для некоторых ее видов 20 и более лет;

- высокая степень неопределенности (энтропии) в управлении самыми современными разработками,

по которым при принятии решений используются прогнозные оценки технологий будущего [3].

Позиционирование в наукоемких отраслях требует тщательного анализа и принятия во внимание всех аспектов процесса производства или оказания услуг. Оно должно быть ориентировано на определенный целевой сегмент, который в свою очередь напрямую заинтересован в получении уникального или инновационного продукта или услуги. Конкурентным преимуществом в процессе позиционирования должен служить тот факт, что продукт или услуга того или иного предприятия могут не иметь аналога или заменителя. Для производства в наукоемкой отрасли очень важно разработать долгосрочную стратегию, в том числе маркетинговую. Как правило наукоемкий продукт не является массовыми и это может вызвать некоторые сложности в выборе рынка сбыта. Также нужно принимать во внимание высокую степень неопределенности подобных отраслей. Нужно постоянно следить за продуктами и разработками в рамках своей страны и зарубежных государств, чтобы потом использовать полученную информацию для формирования или изменения маркетинговой стратегии и стратегии позиционирования.

Библиографические ссылки

1. Голубков Е. П. *Маркетинг: Словарь-справочник*. М.: Дело, 2000.
2. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. *Современный экономический словарь*. 2-е изд., испр. М.: Инфра-М, 1999. 479 с..
3. *Наука и высокие технологии России на рубеже третьего тысячелетия (социально-экономические аспекты развития) : монография / под ред. В. Л. Макаров и А. Е. Варшавский*. М.: Наука, 2001.

© Гецов М. А., 2013

УДК 334.021.1

А. А. Пузанов, А. А. Касьянов, В. В. Кишкан
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

О КОМПЕТЕНЦИЯХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Рассмотрены проблемы профессиональных, управленческих и коммуникативных компетенций государственных служащих, занимающихся подготовкой и реализацией проектов государственно-частного партнерства.

В Красноярском крае в соответствии с уставом края проводится политика частно-государственного партнерства в интересах устойчивого социально-экономического развития края. При этом органы государственной власти края в пределах своей компетенции участвуют в экономической деятельности и регулируют ее исходя из общих интересов населения.

В частности, Законодательным Собранием Красноярского края принят закон края «Об участии Красноярского края в государственно-частном партнерстве» (подписан Губернатором Красноярского края

12.12.2011) [1]. Предметом регулирования закона являются общественные отношения, возникающие в процессе принятия решений об участии края в государственно-частном партнерстве (ГЧП), реализации проектов государственно-частного партнерства и контроля за их осуществлением.

Анализ закона показывает, что предложенные нормы не затрагивают вопросов взаимодействия и соотношения законодательства о государственно-частном партнерстве, бюджетного законодательства и действующего законодательства в сфере инвести-

онной деятельности. Действительно, в правовой литературе государственно-частное партнерство относят к одному из видов инвестиционной деятельности [2].

В связи с этим перед государственными органами, ответственными за реализацию указанного закона, возникает ряд вопросов.

1. Кто определяет цели и задачи, установленные приоритетами социально-экономического развития края (п. 1 ст. 3 Закона), соответствие которым является основанием для принятия решения об участии края в государственно-частном партнерстве?

2. Каковы правовые последствия предоставления в рамках соглашения о государственно-частном партнерстве мер государственной поддержки? Чем отличаются такие меры от установленных в статьях 11–19 Закона края от 30 сентября 2004 года № 12-2278 «О государственной поддержке инвестиционной деятельности в Красноярском крае»? [3].

3. Чем участие края в государственно-частном партнерстве в формах, установленных в пп. 4 и 5 п. 1 ст. 5 Закона, отличается от вопросов распоряжения краевой собственностью в соответствии с действующим краевым законодательством?

4. Чем проекты, реализуемые на основе государственно-частного партнерства, принципиально отличаются от инвестиционных проектов, подлежащих регистрации и экспертизе в рамках краевого законодательства об инвестиционной деятельности?

Очевидно, что для эффективной работы по направлению государственно-частного партнерства государственным служащим необходимо иметь высокий уровень профессиональных, управленческих и коммуникативных компетенций, поскольку именно уровень компетенции государственных служащих влияет на результативность их работы.

Кроме того, серьезным препятствием в развитии ГЧП в РФ является отсутствие у региональных властей необходимых компетенций для подготовки и реализации проектов ГЧП. Это обусловлено тем, что данные проекты имеют более сложный характер, чем инвестиционные, и предполагают участие государства на достаточно длительный срок (от нескольких лет до нескольких десятилетий).

Отсутствие на федеральном уровне единого законодательного акта, закрепляющего сущность и механизмы государственно-частного партнерства, создает сложности в управлении механизмами такого партнерства.

В настоящее время более в чем в шестидесяти субъектах Российской Федерации приняты региональные законы, направленные на реализацию проектов ГЧП. Вместе с тем полноценная реализация проектов ГЧП на региональном и муниципальном уровне затруднена отсутствием необходимых норм в федеральном законодательстве.

Обзор законов субъектов Российской Федерации, регулирующих участие субъектов Российской Федерации в государственно-частном партнерстве, показывает, что нормативно-правовых документах субъектов РФ отсутствует в определении объектов государственно-частного партнерства, порядке заключения соглашения о ГЧП, формах участия в государст-

венно-частном партнерстве, координационных органах и др.

В связи с отсутствием специальной подготовки государственным служащим в настоящее время не хватает знаний и опыта подготовки проектов государственно-частного партнерства, то есть документов, определяющих комплекс мероприятий, реализуемый сторонами ГЧП в целях решения приоритетных задач социально-экономического развития региона, а также для организации и проведения конкурсов по проектам ГЧП и их последующего сопровождения.

«Центром развития государственно-частного партнерства» разработана концепция «квалифицированного заказчика» [5], цель которой – повышение профессионального уровня со стороны администрации. Данная концепция является готовой методологией и пошаговой инструкцией по реализации проектов ГЧП. Продвижение данной концепции происходит путем организации семинаров совместно с органами государственной власти в регионах, а также открытием различных подразделений при ведущих вузах России. Так, например, в МГИМО в 2011 году была создана кафедра экономической политики и ГЧП, осенью 2011 года в Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ начал работать Научно-образовательный центр ГЧП. Все эти подразделения ведут не только научную работу и осуществляют подготовку студентов, но и организуют курсы повышения квалификации для сотрудников региональных и муниципальных администраций, а также представителей бизнеса.

По нашему мнению, в результате повышения квалификации при изучении дополнительных профессиональных образовательных программ государственный служащий обязан повысить уровень профессиональных, управленческих и коммуникативных компетенций и должен:

Знать: понятийный аппарат государственно-частного партнерства:

содержание теорий, концепций и современных подходов к государственно-частному партнерству;

основные методы и содержание основных технологий государственно-частного партнерства;

основные направления повышения эффективности государственно – частного партнерства.

Уметь: критически оценить перспективы внедрения управленческих технологий в области государственно-частного партнерства;

анализировать и оценивать программы государственно-частного партнерства;

вырабатывать решения в области государственно-частного партнерства, учитывающие нормативную и правовую базу.

Владеть навыками (приобрести опыт деятельности): работы с нормативными актами, иными документами, регламентирующими работу в области государственно-частного партнерства;

подготовки проектов нормативных правовых актов в области государственно-частного партнерства, их финансово-экономического обоснования;

обоснования и анализа программ государственно-частного партнерства;

поиска, обработки и анализа информации, необходимой для подготовки и обоснования управленческих решений, а также анализа проблем в области государственно-частного партнерства.

Таким образом, на основе проведенного анализа можно сделать вывод, что для успешной реализации проектов государственно-частного партнерства в регионах Российской Федерации необходимо повысить компетенции государственных служащих, занимающихся проектами государственно-частного партнерства с учетом требований Указа Президента РФ «О дополнительном профессиональном образовании государственных гражданских служащих Российской Федерации» [6] и государственных требований к профессиональной переподготовке, повышению квалификации и стажировке государственных гражданских служащих Российской Федерации [7].

Библиографические ссылки

1. Об участии Красноярского края в государственно-частном партнерстве : Закон Красноярского края от 01.12.2011 № 13-6633 // Ведомости высших органов государственной власти Красноярского края. № 68(509). 22.12.2011.

2. Белицкая А. В. Государственно-частное партнерство как вид инвестиционной деятельности: пра-

вовые аспекты // Предпринимательское право. 2011. № 1. С. 25–29.

3. О государственной поддержке инвестиционной деятельности в Красноярском крае : Закон Красноярского края от 30 сентября 2004 года № 12-2278 // Ведомости высших органов государственной власти Красноярского края, № 28. 01.11.2004.

4. Селезнев П. Чиновникам не хватает компетенции для развития ГЧП // National Business. 2012. № 11.

5. Сильверстов С. Партнерство государства и частного сектора // Экономика России: XXI век. 2009. № 13.

6. О дополнительном профессиональном образовании государственных гражданских служащих Российской Федерации : Указ Президента РФ от 28.12.2006 № 1474 // Собрание законодательства РФ, 01.01.2007, № 1 (1 ч.), ст. 203.

7. Об утверждении государственных требований к профессиональной переподготовке, повышению квалификации и стажировке государственных гражданских служащих Российской Федерации : Постановление Правительства РФ от 06.05.2008 № 362 // Собрание законодательства РФ, 12.05.2008, № 19, ст. 2194.

© Пузанов А. А., Касьянов А. А.,
Кишкан В. В., 2013

УДК 338.45.01

М. В. Рыженкова

Научный руководитель – И. А. Мисинева

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

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В НАУКОЕМКИХ ПРОИЗВОДСТВАХ И ХАРАКТЕРИСТИКА ЕГО РАЗВИТИЯ В РОССИИ

Рассматриваются характеристики, по которым отрасли принято относить к наукоемким, изучаются особенности менеджмента наукоемких предприятий, дается описание положения наукоемких и технически сложных отраслей в РФ и направлений их возможного развития в современных условиях.

Наукоемкие или высокие технологии в условиях современности являются основной движущей силой развития экономики, как отдельно взятой страны, так и в мировом масштабе. Доминирующая роль наукоемких производств и информационных технологий в современной экономике определяется их растущим вкладом в уровень развития и благосостояния общества. Кроме того, сегодня они служат показателем стратегического уровня экономической мощи страны, ее национального статуса. Потеря имеющихся наукоемких технологий, производственного потенциала на самом деле означает деиндустриализацию экономики, деградацию социально-экономического развития общества, вследствие чего страна лишается научно-производственной и технологической базы экономического роста, считает ряд ученых. Наукоемкие производства – это отрасли экономики, выпускающие продукцию, выполняющие работы и услуги с использованием последних, передовых достижений науки и

техники. Деятельность таких отраслей включает проведение обеспечивающих ее научных исследований и разработок, что приводит к дополнительным затратам средств и к необходимости привлечения к работам научного персонала[1]. Принадлежность отраслей экономики к разряду наукоемких характеризуется показателем наукоемкости производства, определяемого соотношением объема расходов на НИОКР (Вниокр) к объему валовой продукции этой отрасли (ВВП). К началу XXI в. в экономически развитых странах сформировались пять основных наукоемких отраслей: аэрокосмическая, фармацевтическая, производство компьютеров и программного обеспечения, средств телекоммуникации и автомобилестроение.

Характерными особенностями наукоемких отраслей, определяющими их роль в экономике в целом, также являются такие показатели, как: темпы роста, в 3–4 раза опережающие темпы роста других отраслей промышленности; большая доля добавленной стои-

мости в конечной продукции; высокая заработная плата занятых в них специалистов; крупные объемы экспорта и, что особенно важно, высокий инновационный потенциал, способный обеспечить не только обладающую им отрасль, но и смежные отрасли экономики.

Главными специфическими особенностями менеджмента наукоемких производств являются следующие [3]: 1) его комплексный характер, позволяющий решать все проблемы создания техники от научных исследований и опытно-конструкторских работ до серийного производства и эксплуатации; 2) сочетание целевой направленности исследований, разработок и производства на конкретный результат с перспективными направлениями работ общесистемного, фундаментального назначения; 3) высокий научно-технический уровень продукции, не имеющей зарубежных аналогов или не уступающей им; 4) большой объем НИОКР, выполняемых НИИ, КБ и заводами; 5) высокая динамичность развития производства, проявляющаяся в постоянном обновлении его элементов; 6) разветвленная внутри и межотраслевая кооперация, вызванная сложностью наукоемкой продукции и специализацией предприятий и организаций; 7) высокая степень неопределенности в управлении самыми современными разработками, по которым при принятии решений используются прогнозные оценки технологий будущего; 8) наличие уникальных коллективов с большой долей ученых, высококвалифицированных инженерно-технических работников и производственно-промышленного персонала; 9) интенсивный инвестиционный процесс.

Длительное отсутствие государственной промышленной политики, ориентация на бюджетно-формирующие топливно-энергетический и перерабатывающий секторы экономики негативно сказались на положении наукоемких и технически сложных отраслей российской промышленности, таких как авиастроение, машиностроение, приборостроение. Отечественная экономика, ориентированная в основном на экспорт сырья и топлива на мировой рынок, не может длительное время устойчиво развиваться из-за резких колебаний конъюнктуры рынка и быстрого развития ресурсосберегающих технологий. В экономике России продолжают накапливаться экономические ограничения, которые препятствуют модернизации экономики и внедрению наукоемких технологий. Специалисты отмечают, что в настоящее время происходит промышленное освоение VI технологического уклада, который включает в себя наноэлектронику, генную инженерию животных, мультимедийные интерактивные информационные системы, высокотемпературную сверхпроводимость и т. п. В структуре российской промышленности и сферы услуг доля технологий пятого уклада пока составляет примерно 10 %, да и то только в наиболее развитых отраслях: в военно-промышленном комплексе и в авиакосмиче-

ской промышленности. Более 50 % технологий относится к четвертому уровню, а почти треть – и вовсе к третьему. В тоже время, по мнению некоторых специалистов, имеется ряд секторов, которые, располагая уникальными высокими технологиями, способны выполнить роль экспортного тарана. Это, прежде всего, авиакосмическая, лазерная, атомная промышленность, судостроение, космические услуги. Однако научно-технологический менеджмент является слабым звеном российских предприятий, считает ряд ученых. Поэтому инвестиционная (и инновационная) активность в реальном секторе не может быть реализована в должной мере по причине слишком малого количества специалистов, способных оценить коммерческий потенциал производственно-технологических проектов, грамотно управлять ими. Для ликвидации ограничений экономического роста необходимо преодолеть сложившуюся модель «сырьевого» развития и скорректировать экономическую политику государства. Главные направления внедрения наукоемких технологий сегодня сформулированы, созданы организационные структуры, которые опираются на государственные инвестиции [2]. Массовые инвестиции бизнеса в наукоемкие инновации, по мнению экспертов возможны лишь на базе: а) значительной инфраструктуры; б) понятной и прозрачной системы взаимоотношений в треугольнике «национальный бизнес – государство – иностранный бизнес»; в) ясной стратегии национального развития, включая стратегии развития ключевых отраслей и территорий. Ни одной из этих предпосылок, по мнению аналитиков, сегодня нет и для решения этих задач следует разработать программу стабилизации и последующего развития ранее созданных отраслевых программ внедрения в производство новой техники и энергосберегающих и экологически чистых технологий, обеспечить производство высокочистых веществ, в том числе металлических монокристаллов, материалов на их основе, композитных материалов функционального назначения, а также материалов нового поколения для нано- и оптоэлектроники, микроэлектромеханических систем.

Библиографические ссылки

1. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. *Современный экономический словарь*. М.: Инфра-М. 1999. 479 с.
2. *Программа координации работ в области нанотехнологий и наноматериалов в Российской Федерации, одобренная распоряжением Правительства РФ от 25.08.06 № 1188-р.* [Электронный ресурс]. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
3. Герчикова И. Н. *Менеджмент*. М.: Юнити-Дана. 2010. 512 с.

© Рыженкова М. В., 2013

УДК 338.45.01

А. В. Саламатова
 Научный руководитель – И. А. Мисинева
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ В РОССИИ

Изучаются ситуации в российской инновационной сфере, сравниваются организации деятельности в инновационной среде в России и в других странах. Уделено внимание существующим противоречиям в функционировании национальной инновационной системы и предложены направления ее развития.

Количество различных инноваций в современном мире огромно и человек уже не в состоянии адекватно оценить их истинное значение. Некоторые из них вообще не осознаются, хотя они играют значительную роль, как в жизни человека, так и общества. Инновации привели к старту индустриального общества. Правительства считают их панацеей с точки зрения ускорения экономического роста посредством повышения конкурентоспособности в мире. Инновации содействуют перемещению ресурсов в сферу более высокой производительности и прибыли. Именно инновации объясняют причину, по которой уровень отдачи от инвестиций в США, странах Западной Европы и Японии был значительно выше во второй, а не первой половине XX в. Тенденция к росту прибыли тесно связана с развитием интеллектуальноемких производств, в которых важны человеческие ресурсы, информационные секреты, ноу-хау [1]. Слово «инновация» часто воспринимается среди производителей в РФ лишь как возможность получить очередной грант – до внедрения дело доходит далеко не всегда. Российский бизнес, не уверенный в будущем, завышенным улучшениям предпочитает сегодняшнюю прибыль, и потому успех инновационных стартапов зависит не столько от прорывной идеи, сколько от грамотного администрирования и налаженных связей с производством. Примером может служить группа компаний «Металлургия Благородных Металлов» (ГК «МБМ»), созданная в 2005 году и успешно расширяющая свои позиции в таком сверхжестком конкурентном секторе как переработка драгоценных металлов. В ее составе инжиниринговая компания, разрабатывающая передовое оборудование и технологии (ООО «МБМ-инжиниринг»), производственная компания, на которой эти технологии реализуются (ООО «Сибпроект»), а также управляющая компания (ООО «Промышленная Группа „Металлургия Благородных Металлов“») [5]. Организационная структура ГК «МБМ» уже сама по себе является инновационной и не характерна для нынешнего российского бизнеса, который не вкладывается в разработку технологий [4]. Практически во всех отраслях картина одинакова, считают специалисты: если компания решается на модернизацию, то предпочтения отдаются уже зарекомендовавшим себя технологиям, в большинстве случаев – зарубежным. Но «зарубежное» далеко не обязательно означает «лучшее». Собственные технологии, разработанные ГК «МБМ», превосходят импортные аналоги. Одним из значительных достижений ГК «МБМ» является новая технология перера-

ботки катализаторов, используемых в нефтехимии. Но наряду с этим примером, российская экономика характеризуется низким уровнем инноваций: удельный вес инновационной продукции составляет около 4 %, в то время как в развитых странах – не менее 30 %. В такой ситуации инновационная модель развития РФ перестает быть абстрактным термином. Важность инновационного развития подтверждается декларированием на федеральном уровне исключительной роли инноваций в экономическом развитии, предостережением снижения промышленного потенциала, деградации научной и образовательной сфер. Инновационный путь развития для РФ, как и для всего мира, является безальтернативной стратегией. Только на этом пути в условиях глобализации и стремительного движения мира к постиндустриальной цивилизации РФ может рассчитывать на достойное место в мировом сообществе, отмечают ученые [2]. Современное состояние инновационной сферы в России говорит о серьезных противоречиях в ее функционировании: достаточно высокий научно-технический потенциал страны в период экономических реформ оказался на грани распада. В современных условиях инновационная деятельность во всех сферах социально-экономической активности, призвана не только закрепить результаты рыночных реформ, но и обеспечить устойчивость экономического роста и на этой основе – высокий уровень жизни. Однако даже компаниям, которые способны самостоятельно и разработать новые технологии, и внедрить их, без поддержки государства порой не обойтись. Препятствием для инноваций становится не только нехватка финансов, но и несовершенство законов. До сих пор в стране не было ни одной серьезной попытки использовать российские инновации как важнейшее конкурентное преимущество для создания диверсифицированной инновационной корпорации мирового уровня. В России нет инновационного бизнеса как реального сектора экономики. В стране нет ни одной крупной компании, производящей инновационную продукцию для мирового рынка, считают эксперты [3]. Количество проданных технологий и успешных проектов считается на штуки. В условиях глобализации экономических отношений все актуальнее становится вопрос активизации инновационной деятельности субъектов экономики, служащей основой для развития их конкурентных преимуществ. Однако доля наукоемкой продукции РФ в международной торговле незначительна: по разным оценкам она составляет от 0,35 до 1 % [1]. Основной причиной такого положения, на наш взгляд,

является то, что российская национальная инновационная система (НИС) находится лишь на стадии своего формирования и испытывает ряд проблем. Важно найти подходы к построению НИС России, адекватной требованиям рыночной экономики. Финансирование инновационной деятельности в нашей стране также требует изменений. Данные показывают, что расходы на НИОКР в РФ – 1,1 % от ВВП, что ниже уровня таких развитых стран, как Швеция (3,8 %), Япония (3,3 %), США (2,6 %), Германия (2,4 %) и ближе к уровню развивающихся стран (Индия – 0,7 %) [5]. В России более половины средств на финансирование НИОКР выделяется за счет государства. В развитых же странах основным инвестором в данную сферу является частный сектор.

Библиографические ссылки

1. Аньшин В. М., Филин С. А. *Менеджмент инвестиций и инноваций в малом и венчурном бизнесе*. М.: Анкил, 2003. 349 с.

2. Глуценко И. И. *Оценка эффективности системы управления инновационными проектами* // *Менеджмент в России и за рубежом*. № 3. 2006. С. 19–22.

3. Латышева О. Г., Матвеев А. А., Панова М. З., Назарова Н. Н., Митрофанова Н. П. *Политика и привлечение прямых иностранных инвестиций в российскую экономику* // *Экономика и жизнь*. 2002. № 1. С. 2.

4. Кургин Е. А. *О путях привлечения инвестиций в экономику РФ* [Электронный ресурс]. *Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»*.

5. Романовский Р. *Обгоняя прогнозы* // *Еженедельный журнал «Эксперт РА»*. 2011. № 15. С. 98–107

6. Степанов В. Н., Газовский Ю. В. *Методы снижения риска при лизинге промышленного оборудования* // *Финансы*. 2006. № 3. С. 21–22.

© Саламатова А. В., 2013

УДК 338.45.01

Н. В. Самошкина

Научный руководитель – И. А. Мисинёва

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

НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТВОРЧЕСКОГО ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ КОМПАНИЕЙ

В работе уделено внимание функциональным сферам применения креативного подхода в управлении организациями. Обозначена проблема сочетания в управлении современными компаниями творческого и научного подходов.

Современная ситуация подтверждает, что применение нестандартных творческих идей и решений в бизнесе и управлении – это результат усиления конкурентной борьбы, требующей от участников новых маркетинговых идей, совершенствования рекламных приемов, внедрение нестандартных инструментов и др. В области совершенствования управления предприятиями используют технологии менеджмента, основанные на творческом подходе, среди них бенчмаркинг, реинжиниринг, контроллинг. Решение многих вопросов стратегического развития также невозможно в компаниях без креативного мышления. Это процессы разработки миссии, поиска возможностей во внешней среде, разработки стратегического плана, поиск способов включения сотрудников в процесс проведения изменений и др. Внедрение инноваций в деятельности компаний также имеют в основе творчество и проявление креативности на разных уровнях, и на уровне руководителей и на уровне исполнителей. При этом, исследователи отмечают, что креативные решения чаще имеют более высокую степень непредсказуемости последствий и риска. Поэтому среди специалистов обозначена проблема обеспечения в управлении организациями сочетания научного подхода и креативности, которое во многом сродни искусству. Существует мнение, что творческий подход к

поиску и принятию решений используется в ситуациях, когда компания не обладает достаточным объемом информации для использования других, рациональных методов. Когда использование подходов, основанных на интуиции, заменяет недоступный, по ряду причин, анализ причинно-следственных связей и другие, основанные на реальных фактах и позволяющие дать объективную оценку ситуации. Сложности в получении качественной, своевременной информации для принятия решений, и связанный с этим риск, например, в компаниях с глобальными вертикально-интегрированными структурами, делают актуальной разработку методологии принятия креативных решений. Такие решения могут обеспечить компаниям уникальные конкурентные преимущества в условиях высокой динамичности внешней среды. При этом их использование определяет и ряд специфических профессиональных требований к управленческому персоналу. Руководители должны быть готовы применять различные типы мышления, развивать интуицию, иметь способность к обучению, к инновациям, понимать границы риска и иметь ряд других компетенций. Ряд ученых также указывает на необходимость уточнить понятийный аппарат креативного менеджмента, использование которого становится всё более актуальным в современных организациях, дей-

ствующих в условиях конкуренции. Предлагается вместо термина «творческие управленческие решения» использовать понятие «креативные управленческие решения». Креативными предлагается считать управленческие решения, которые имеют творческий процесс подготовки и являются созидательными, на-

правленными на получение позитивных последствий для получателя результата процесса, клиентов, сотрудников, бизнес партнеров и общества в целом.

© Самошкина Н. В., 2013

УДК 338.23

Л. Н. Сидорова, В. С. Сученкова
Научный руководитель – К. Ю. Лобков
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФОРМИРОВАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ДЛЯ РЕГИСТРАЦИИ В РЕЕСТРЕ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ, РЕКОМЕНДУЕМОЙ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В РФ

Рассматривается процесс создания и функционирования Реестра инновационных продуктов, технологий и услуг, рекомендованных к использованию в Российской Федерации. Представлена его роль в развитии экономики страны.

В Послании Президента Федеральному Собранию 5 лет назад, была предложена идея перевода экономики России на путь модернизации и инновационного развития.

Важной предпосылкой успешной модернизации, является эффективное инновационное партнерство науки, государства и предпринимательства. Для достижения поставленных стратегических целей была подготовлена Правительством России концепции развития страны до 2020 года. Основу концепции составляют пять «И» – институты, инвестиции, инфраструктура, инновации и интеллект. Модернизация экономики по этим направлениям имеет огромные масштабы работы.

В рамках поручения Комиссии по модернизации и технологическому развитию экономики России был создан Реестр инновационной продукции, технологий и услуг, рекомендуемых к использованию в РФ. Инициаторами создания Реестра выступили Государственный корпорации.

Целью создания Реестра инновационных продуктов, технологий и услуг, рекомендуемых к использованию в Российской Федерации, является оказание содействия формированию и развитию рынков инновационных продуктов (технологий и услуг), производимых на территории России.

Любая российская инновационная компания или индивидуальный предприниматель, разместившие заявку на включение своей продукции на сайте проекта, может стать участником Реестра. Компаниям – участникам оказывается поддержка по преодолению возможных административных и других барьеров для вывода инновационной продукции (технологий и услуг) на рынок. Реестр работает как интернет-ресурс на базе системы поддержки процесса внедрения инноваций StartBase, созданной в целях объединения информационного и торгового пространства. Экспертный совет проверяет заявленные продукты на соответствие следующим критериям: новизна, уникальность,

наличие конкурентных преимуществ, экономический потенциал внедряемых инновационных решений, ценность для потребителей. Продукция одновременно с научной, проходит открытую общественную экспертизу.

Создание реестра позволяет решить ряд важных вопросов для всех участников рынка.

Для тех, кто ищет инновационные решения для развития своего предприятия необходимо правильно сформулировать свои требования, удобная система поиска позволит подобрать оптимальные варианты или просто разместить свои инновационные стратегии, а система поможет привлечь сотрудников и партнеров.

Для тех, кто предлагает инновационный продукт, портал позволяет разместить о нем информацию для ознакомления участников, которые могут выразить свое мнение и интерес. Для разработки новой продукции таким способом можно привлечь необходимых специалистов и экспертов, которые помогут грамотно использовать ресурсы, а так же найти единомышленников и инвесторов для развития продукции, работ и услуг.

Для ученых и специалистов из разных сфер науки и экономики, Реестр предлагает ряд возможностей применить свой опыт в оценке проектов, помочь разработчикам важным советом и стать партнером в бизнесе, работая и совершенствуясь в той области, которая интересна специалисту. Благодаря открытости обсуждений, можно выражать свое мнение о работе продукта, давать рекомендации и предложить способы его развития, публикуя статьи и монографии, наравне с отраслевыми экспертами проводить открытую общественную экспертизу заявок на включение продукта (технологии, услуги) в Реестр, что способствует продвижению в профессиональном сообществе.

Для тех, кто ищет, как перспективно инвестировать свои вложения, система поможет найти востребованные рынком технологии и проекты, отвечающие

требованиям инвестора. А также система позволяет быть в курсе потребностей рынка инноваций, при постоянном мониторинге размещенных инновационных стратегий развития других компаний.

Для тех, кто хочет вывести свой инновационный продукт на рынок или найти новые рынки сбыта, Реестр позволяет рассказать о своем продукте и подобрать подходящих покупателей или помочь при участии в торгах размещенных потребностей компаний – участников. Из вышеуказанного следует, что Реестр является полезным для: поставщиков продукции, потребителей продукции, потенциальных инвесторов, ученых и специалистов.

Для того, чтобы зарегистрироваться в реестре, необходимо, чтобы продукт, услуга или технология соответствовала ряду критериев:

- технологические решения должны иметь прикладное значение и улучшать потребительские свойства новой продукции по сравнению с имеющимися аналогами или обладать новыми потребительскими характеристиками;

- продукция должна обладать полезной модификацией, обеспечивающей качественное улучшение эксплуатационных характеристик аналогичной продукции;

- прогнозные показатели должны превышать среднерыночный уровень экономической эффективности реализации предлагаемого продукта или услуги;

- разработчики и производители должны обладать правами на использование интеллектуальной собственности;

- производителю необходимо иметь достаточную научно-техническую и технологическую базу для выпуска и создания заявленной продукции.

Таким образом, для регистрации в Реестре продукция должна обладать свойствами инновационного продукта.

Реестр сотрудничает с инновационными бизнес – инкубаторами в регионах страны, производит выездные экспертные сессии, что позволяет определить успешные инновационные проекты в разных регионах и помочь в их развитии.

На сегодняшний день, Реестр находится в актуальном состоянии, выполняя цель своего создания, и решает ряд вопросов, позволяющих развивать инновационную экономику, поддерживать процессы коммерциализации инноваций, продвижения и стимулирования спроса на инновационную продукцию.

© Сидорова Л. Н., Сученкова В. С., 2013

УДК 520.8.05

А. А. Сукиасян

Научный руководитель – И. А. Мисинёва

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

КРИПТОГРАФИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ЗАЩИТЫ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ НАУКОЁМКИХ ОТРАСЛЕЙ

Изучены направления использования криптографических методов защиты информации компаниями, действующими в наукоемких отраслях, уделено внимание основным разделам криптографии.

Криптографические методы защиты информации – это специальные методы шифрования, кодирования или иного преобразования информации, в результате которого ее содержание становится недоступным, без предъявления ключа криптограммы и обратного преобразования [1]. Криптографический метод защиты, безусловно, самый надежный метод защиты, так как охраняется непосредственно сама информация, а не доступ к ней. Данный метод защиты в современных условиях реализуется в виде программ или пакетов программ. Современная криптография включает в себя четыре крупных раздела [2]: 1) Симметричные криптосистемы. В симметричных криптосистемах и для шифрования, и для дешифрования используется один и тот же ключ; 2) Криптосистемы с открытым ключом. В системах с открытым ключом используются два ключа - открытый и закрытый, которые математически связаны друг с другом. Информация шифруется с помощью открытого ключа, который доступен всем желающим, а расшифровывается с помощью закрытого ключа, известного только получателю сообщения; 3) Электронная подпись. Системой элек-

тронной подписи. называется присоединяемое к тексту его криптографическое преобразование, которое позволяет при получении текста другим пользователем проверить авторство и подлинность сообщения. 4) Управление ключами. Это процесс системы обработки информации, содержанием которых является составление и распределение ключей между пользователями. Основные направления использования криптографических методов компаниями, действующими на рынке наукоемких производств – передача конфиденциальной информации по каналам связи, установление подлинности передаваемых сообщений, хранение информации на носителях в зашифрованном виде [2]. Все виды защиты информации широко применяются на предприятиях аэрокосмической отрасли, так же как и на предприятиях других наукоемких отраслей. При этом предприятия, специализирующиеся на производстве высокотехнологичной продукции имеют специфические характеристики, проявляющиеся в том, что на них постоянно обновляются и совершенствуются технологии. Для защиты такой информации на требуемом уровне необходимо посто-

янно решать задачу адаптации существующих методов защиты информации к конкретным ситуациям.

Библиографические ссылки

1. ГОСТ Р ИСО/МЭК 27001–2006 Информационная технология. Методы и средства обеспечения безопасности. Системы менеджмента информационной безопасности. Требования : сб. М. : Стандартинформ, 2008. 32 с.

2. Кузнецов Н. А., Кульба В. В., Микрин Е. А. [и др.]. Информационная безопасность систем организационного управления. Теоретические основы : в 2 т. ; отв. ред. Н. А. Кузнецов, В. В. Кульба ; Ин-т проблем передачи информации РАН. М. : Наука, 2006. Т. 1. 495 с.

© Сукиасян А. А., 2013

УДК 658.5.001.76

М. В. Сухобокова, А. В. Цапорин
Научный руководитель – Е. В. Сумина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОБУЧАЮЩАЯСЯ ОРГАНИЗАЦИЯ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ В ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЕ

Представлены основные определения и характеристики обучающейся организации, сравнение с механистической моделью. Также рассмотрена ее роль в современной компании и инновационной среде, эффективность ее внедрения, с целью улучшения качества работы и достижения поставленных целей организации.

В современном обществе, которое базируется на знаниях, новых технологиях и инновациях, меняются подходы к структуре, организации и функциям компании. Управление персоналом является неотъемлемой частью деятельности организации и требует качественного отбора и обучения молодых и квалифицированных специалистов. Главным инструментом для этого служит модель «обучающейся организации».

Питер Сенге как основоположник модели обучающейся организации дает следующее определение: «обучающаяся организация» – это организация, где сотрудники постоянно расширяют свои способности создавать результаты, где взращиваются новые и всеобъемлющие модели мышления, где действует коллективное, свободное творчество, где сотрудники постоянно учатся тому, как учиться вместе [1].

Деятельность «обучающейся организации» направлена на изучение новых знаний и умений через систематическое решение задач на собственном опыте и опыте других, экспериментирование с новыми процессами, передачу знаний внутри организации между сотрудниками.

Данная деятельность подразумевает то, что персонал приобретает знания и умения, поскольку компания обучает своих сотрудников аналитическим навыкам, связанных с непрерывным улучшением процесса.

Концепции «обучающейся организации» по Питеру Сенге базируются на пяти «умениях организации»:

1. Мастерство в совершенствовании личности.
2. Интеллектуальные модели.
3. Общее видение.
4. Групповое обучение.
5. Системное мышление [1].

Говоря о содержании и структуре, обучающаяся организация в корне отличается от механистической модели.

Механистический подход к проектированию организации характеризуется использованием формальных правил и процедур, централизованным принятием решений, узко определенной ответственностью в работе и жесткой иерархией власти в организации. С такими характеристиками организация может действовать эффективно в условиях, когда используется рутинная технология (низкая неопределенность того, когда, где и как выполнять работу) и имеется несложное и нединамичное внешнее окружение. Немецкий социолог и экономист М. Вебер вошел в историю тем, что сформулировал понятие бюрократии как организации, имеющей определенные характеристики. Часто слово бюрократия ассоциируется с жесткостью, некомпетентностью, неэффективностью и нелепостью правил. В бюрократической модели заложено проявление при определенной ситуации этих негативных явлений. Поэтому необходимо четко различать то, как должна работать бюрократическая организация, и то, как она работает в ряде больших организаций. Свои преимущества, например такие, как универсальность, предсказуемость и производительность, бюрократическая система может реализовать при следующих условиях:

- в организации известны общие цели и задачи;
- работа в организации может делиться на отдельные операции;
- общая цель организации должна быть достаточно простой, чтобы позволить выполнить ее на основе централизованного планирования;
- выполнение работы индивидом может достоверно измеряться;
- денежное вознаграждение мотивирует работника;
- власть руководителя признается как законная [2].

Обучающаяся организация характеризуется тем, что решения в компании могут быть различными, в зависимости от оценки конкретной ситуации и ее ви-

дения. В пределах своих полномочий работник имеет право принимать самостоятельные решения. Дискуссии, разногласия вполне допустимы; отношения внутри организации не носят чрезмерно формального характера. В организации культивируется дух всеобщего сотрудничества, отношения в коллективе в фокусе внимания. Цели и задачи организации специально обсуждаются и разъясняются на всех уровнях. Коммуникация приветствуется, поддерживается и развивается по всей организации, между отдельными работниками и группами сотрудников. Также обучающаяся организация отличается более плоской организационной структурой, эффективными коммуникациями, партисипативным подходом к управлению персоналом, командной формой организацией труда.

Рассматривая данные модели организации, можно сказать, что традиционная схема построения органи-

зации является простой и понятной, она основывается на механистическом подходе.^[2]

Обучающаяся организация есть модель, которая создает условия для обучения, приобретения не только новых знаний, но и опыта. Благодаря своей активной и изменяющейся системе, она легко адаптируется к быстро меняющимся условиям внешней среды и создает для себя высокие конкурентные преимущества.

Библиографические ссылки

1. Сенге П. Пятая дисциплина. Искусство и практика самообучающихся организаций. 2006. 384 с.
2. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Экономистъ, 2006. 670 с.

© Сухобокова М. В., Цацорин А. В., 2013

УДК 338.1

Е. С. Торлопова

Научный руководитель – Е. В. Сумина

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

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Рассмотрена проблема инновационного развития бизнеса. Для более точного понимания проблемы, были рассмотрены понятия «инновационные процессы», «инновационная деятельность», «инновационная стратегия», а также необходимость развития инноваций для любой организации.

В современном мире, в постиндустриальную эпоху изменяется природа конкурентного процесса. Все меньше остается традиционных отраслей, в которых успех определяется умением находить баланс между затратами и выручкой. Все более актуальной стратегией, которую используют фирмы, становится не ценовая конкуренция, а получение временного монопольного преимущества на рынке в результате внедрения инноваций. Значимость инновационного прорыва осознается в настоящее время на всех уровнях: это и крупные предприятия, которые оперируют на международных рынках и конкурируют с транснациональными компаниями; это предприятия, действующие на внутреннем национальном рынке и вынужденные конкурировать с производителями импортной продукции [1].

Инновационные процессы являются наиболее перспективной формой развития рыночной экономики. Общественные преобразования, осуществляемые в России, предполагают активный поиск инновационных путей и средств, для кардинального обновления экономики. В связи с этим, понятен интерес отечественных ученых к феномену инновации, которые наряду с зарубежными специалистами активно принимают попытки к его всестороннему изучению.

Инновационная деятельность часто трактуется как деятельность, связанная с использованием новых (высоких) технологий. Многие предприятия пытаются в том или ином виде осуществлять инновационную деятельность самостоятельно, через создаваемые спе-

циально для этого дочерние структуры или инновационные центры, призванные способствовать продвижению и использованию инновационной продукции. Нанимаются специалисты – профессионалы в патентно-лицензионной деятельности, охране интеллектуальной собственности и прочим компонентам, необходимым для коммерческого использования инноваций [2].

Важнейшей составляющей стратегии бизнеса является инновационная стратегия-система компетенций (уникальных знаний, навыков, рутин, способностей), целей, инструментов и ресурсов для реализации управленческих решений, направленных на создание и развитие продуктовых, технологических и организационно-управленческих инноваций, принципы и элементы которой формируются в рамках общей стратегии бизнеса компании. При этом под способностями понимаются повторяющиеся действия по использованию активов для производства и продвижения продуктов.

При реализации инновационных стратегий следует обратить внимание на организацию исследований и разработок, – это широкий спектр инновационной деятельности предприятий, крупных корпораций. Успешное проведение исследований и разработок определяет качественную и количественную стороны стратегий предприятия: эффективный выход на рынок с новой продукцией, внедрение новых технологических и управленческих информационных технологий, обеспечивающих снижение издержек производства [3].

Для более глубокого понимания проблемы инновационной стратегии развития организации необходимо рассмотреть возможные классификации инноваций и стратегий. Важно понимать актуальность и необходимость данного вопроса для развития современного общества и конкурентоспособности во всех сферах деятельности.

Библиографические ссылки

1. Дунаев О. Н. К вопросу о концепции инновационного управления организацией // Вестник Томского гос. университета. 2011. № 352. С. 146–152.
2. Завлин И. Н., Васильев А. В., Стрекалов О. Б. Инновационный менеджмент. Казань, 2007. С. 48.
3. Коталько В. С. Эволюция теории стратегического управления. СПб. : ИД СПбГУ, 2006. 548 с.

© Торлопова Е. С., 2013

УДК 669.713.7

М. О. Торлопова

Научный руководитель – Ю. В. Данильченко

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

ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Рассмотрены и проанализированы маркетинговые стратегии предприятий, стратегические маркетинговые предприятия и инструменты их реализации. Проанализирована важность и роль стратегических инструментов маркетинга.

Маркетинговая стратегия является фундаментом маркетинговой деятельности компании.

Маркетинговая стратегия – планирование и реализация различных маркетинговых мероприятий. Маркетинговая стратегия является составным элементом общей стратегии компании, определяя основные направления деятельности компании на рынке в отношении потребителей и конкурентов.

Сегодня в условиях ужесточения конкуренции и увеличения насыщенности рынков грамотно выбранная маркетинговая стратегия во многом определяет успех фирмы на рынке, выводя компанию на качественно новый уровень бизнеса. Помочь в составлении успешной маркетинговой стратегии могут профессионально проведенные маркетинговые исследования.

Маркетинговая стратегия заключается в долгосрочном согласовании возможностей фирмы с ситуацией на рынке, т. е. в согласовании внутренней и внешней сред деятельности фирмы. Инструментами реализации маркетинговых мероприятий на этом уровне управления выступают:

- совершенствование организационной структуры фирмы;
- организация проникновения на новые товарные рынки;
- разработка и введение на рынок нового товара;
- свертывание деловой активности и уход с рынков, где стало невозможным получение устойчивой прибыли;
- проникновение на новые рынки посредством создания совместных предприятий;
- кооперация деятельности с фирмами, обладающими опытом успешной деятельности на интересующих рынках [1].

Все мероприятия в области маркетинга, рекламы, связей с общественностью (PR) и продаж должны

работать в одном направлении, а значит – согласовываться с данной стратегией и не противоречить ей. Именно такие мероприятия и реализовывают маркетинговую стратегию на практике, претворяя её в жизнь.

Если маркетинговая стратегия – это ствол дерева, то реклама, связи с общественностью (PR), выставки, полиграфическая продукция, места продаж, торговые представители и др. – его ветви. Поэтому маркетинговая стратегия будет максимально эффективной только в том случае, если все тактические шаги последовательны и являются её следствием. Часто происходит подмена понятий, маркетинговая стратегия отождествляется со стратегией бизнеса, либо рассматривается как набор маркетинговых действий. В терминологии Филипа Котлера суть стратегического маркетинга выражает формула «сегментирование, целеопределение, позиционирование» (СЦП).

Ключевыми понятиями маркетинговой стратегии являются: сегменты рынка, цели в отношении рынка и его сегментов, позиция компании на рынке и разрабатываемые на их основе альтернативные решения в отношении комплекса маркетинга. Маркетинговая стратегия – это средства, с помощью которых должна быть достигнута маркетинговая цель. Обычно её характеризуют целевой рынок и программа его освоения [1].

Маркетинговая стратегия разрабатывается в рамках общей корпоративной стратегии и должна быть с ней согласована. Процедура согласования может быть итерационной. Также маркетинговая стратегия во многом определяется сферой деятельности компании, её положением на рынке (является ли она лидером, последователем, занимает рыночную нишу и прочее), а также её устремлениями (стать первым и прочее). То есть конкурентная позиция компании и её страте-

гические задачи являются важными факторами формирования маркетинговой стратегии.

В динамичном и изменчивом мире компании все чаще ориентируются не на сохранение или увеличение доли существующего рынка, а на поиск новых или расширение существующих источников формирования добавленной стоимости (создание новых рынков).

Маркетинговая стратегия должна превратиться в связанный набор стратегий операционного уровня (стратегия сбыта, стратегия рекламы, ценообразования и пр.).

Как уже говорилось, для обеспечения успешной деятельности компании и повышения ее эффективности существуют различные инструменты маркетинга – способы обеспечения взаимоотношений между потребителем и компанией, или комплекс мероприятий, цель которых – оказать влияние на участников рынка и макросреду.

Инструменты маркетинга для достижения компанией поставленной цели, подбор и применение которых реализуется через процедуры комплекса маркетинга (маркетинг-микс, модель 4P): продукт, цена, продвижение, поставка.

Концепция комплекса маркетинга определяется набором основных инструментов маркетинга – товарная политика (нововведения, работа с ассортиментом, снятие с производства товаров, жизненный цикл которых завершился, обслуживание покупателей, сервисы и гарантии), ценовая политика (определение базовой цены, расчет цены, скидки, кредит), коммуникационная политика (реклама, публик рилейшнз) и сбытовая политика (маркетинговые исследования, продажи, освоение новых рынков и т. д.), а также разработка и реализация конкурентных стратегий [2].

Самый первый инструмент маркетинга – смета, согласно которой ресурсы фирмы распределяются по

подразделениям. Далее следуют такие инструменты маркетинга, как реклама – наиболее эффективный способ донесения информации о товарах до потребителя с целью продвижения товара, и PR – инструмент маркетинга, способствующий установлению и поддержанию взаимодействия, расположения, взаимопонимания и сотрудничества между компанией и обществом, формированию доброжелательного общественного мнения о продукте компании и ее деятельности, поддержание положительной репутации компании. Еще одним из инструментов маркетинга являются персональные продажи, однако этот инструмент весьма затратен, так как связан с подготовкой высококлассных специалистов по продажам, расходами на передвижение, психологическими нагрузками и пр. Наконец, самым важным инструментом маркетинга считается ценовая политика, политика ценообразования. Это обычно завершающий этап рыночной деятельности, и цена здесь – своеобразный индикатор условий, в которых компания существует и действует. Таким образом, в распоряжении компании имеются самые разные инструменты маркетинга, каждый из которых достаточно ресурсоемкий, поэтому необходимо подобрать наиболее подходящий вариант и комбинацию инструментов маркетинга для реализации маркетингового плана.

Библиографические ссылки

1. *Маркетинговая стратегия* [Электронный ресурс]. URL: <http://marketopedia.ru/33-marketingovaya-strategiya.html>.
2. *Инструменты маркетинга* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.marketingnews.ru/termin/88/>.

© Торопова М. О., 2013

УДК 330.322.54:519.86

Е. И. Божко
Научный руководитель – Д. Н. Суслов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРИ ОЦЕНКИ УСТОЙЧИВОСТИ И ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ

Описаны методы разработки инвестиционной стратегии, а также рассмотрены основные имитационные модели оценки рисков инвестиционного проекта по методу Монте-Карло.

Инвестиции являются одной из важнейших характеристик предприятия. Привлечь инвесторов сложно, поэтому нужно иметь грамотную и четкую инвестиционную стратегию.

Инвестиционная стратегия представляет собой один из важнейших видов стратегий предприятия, обеспечивающей все основные направления развития его инвестиционной деятельности и инвестиционных отношений путем формирования долгосрочных инвестиционных целей, выбора наиболее эффективных путей их достижения, адекватной корректировки направлений формирования и использования инвестиционных ресурсов при изменении условий внешней среды [4].

К числу наиболее известных и широко применяемых методов разработки стратегии организации относятся Гар-анализ.

Инвестиционный Гар-анализ заключается в нахождении той разницы, которая существует между внешней тенденцией развития организации и потенциально возможным путем ее развития [3]. Ключевой вопрос Гар-анализа можно поставить следующим образом: какую стратегию должна избрать организация, чтобы активизировать свою деятельность? На основании Гар-анализа из четырех возможных стратегий избирается оптимальное направление инвестиционной деятельности.

Компания, функционирующая в условиях внутренней инвестиционной закрытости, в лучшем случае обречена на относительно стабильное положение на рынке. Лидерства на рынке и роста компании можно добиться только с помощью инвестиционных способов активизации, соединяющих нынешнюю тенденцию развития организации с потенциальным, возможным путем ее роста.

Четыре стратегических направления инвестиционной деятельности различаются сразу по нескольким параметрам:

- длительность ожидания базового инвестиционного эффекта;
- величина требуемых первоначальных и предполагаемых последующих вложений;
- степень риска и вероятность достижения стратегической инвестиционной цели;
- оптимальный ожидаемый инвестиционный эффект.

Выбор метода разработки инвестиционной проекта является важным и ответственным шагом менеджмента компании, от этого решения зависит направление будущего развития компании.

На практике же существует ряд инструментальных методов оценки рисков, которые позволяют за счёт факторного анализа или имитационного моделирования определить целесообразность инвестиционного проекта.

Одним из наиболее популярных методов оценки финансовых рисков является имитационное моделирование по методу Монте-Карло и основе лежит идея создания математической модели для проекта с неопределёнными значениями параметров, для которых, зная вероятностные распределения параметров проекта, а также связь между изменениями параметров (корреляцию), можно получить распределение доходности проекта [1].

Главное при этом сделать правильный выбор модели исходя из конкретной ситуации. Естественно, необходимо учитывать заведомо субъективный характер той или иной избираемой модели и делать поправку на некую схематичность, излишнюю зарегулированность или заданность финансовой ситуации. Тем не менее именно модели позволяют в целом спрогнозировать конкретную ситуацию и оценить возможную вероятность инвестиционного риска. В настоящее время имеется определенный набор готовых программных продуктов таких как crystal ball, SAS, SPSS, @Risk и др. позволяющие это сделать [2].

Разработка инвестиционной стратегии и определение целесообразности инвестиционного проекта играет большую роль в обеспечении эффективного развития предприятия. Эта роль заключается в следующем:

- формирование механизма реализации долгосрочных общих и инвестиционных целей развития предприятия в целом и отдельных его структурных единиц;
- оценка инвестиционных возможностей предприятия;
- маневрирование финансовыми ресурсами;
- обеспечение быстрой реализации новых перспективных инвестиционных возможностей;
- выявление преимуществ предприятия в инвестиционной деятельности;

– обеспечение четкой взаимосвязи перспективного, текущего и оперативного управления инвестиционной деятельностью предприятия;

– формирование основных критериальных оценок выбора инвестиционных управленческих решений.

Влияние вышеперечисленных показателей делает предприятие с инвестиционной стратегией, разработанной с учетом изменением факторов внешней инвестиционной среды более устойчивым, а его инвестиционную деятельность более эффективной.

Таким образом, роль инвестиционной стратегии в развитие организации трудно переоценить. Она определяет долгосрочные цели развития предприятия, строит конкретные задачи по их достижению, оценивает реальные возможности и перспективы фирмы, позволяет использовать ее потенциал более эффективно, учитывает влияние различных внешних факторов на инвестиционную среду, в том числе и конкурентов, позволяет как можно быстрее внедрить на производство новые разработки.

Наличие инвестиционной стратегии и её моделирование значительно облегчает деятельность фирмы и привлечения внимания возможных инвесторов к ней. При вложении денег в тот или иной проект их

интересует в первую очередь целенаправленное использование руководством фирмы инвестируемых средств. А возможности их приложения и прописаны в инвестиционной стратегии предприятия.

На мой взгляд, разработка инвестиционной стратегии и имитационное моделирование проекта является важным направлением развития фирмы, грамотное составление которой это один из немногих критериев успешности организации.

Библиографические ссылки

1. Аверил М. Имитационное моделирование : учеб. пособие. СПб. : Питер, 2011. 842 с.

2. Хаббард Д. Как измерить все, что угодно. Оценка стоимости нематериального в бизнесе. М. : Олимп-Бизнес, 2011. 298 с.

3. Емельянов А. А., Власова Е. А., Дума Р. В. Моделирование экономических процессов. М. : Финансы и статистика, 2010. 368 с.

4. Лукашов Н. В. Управление инвестициями реального сектора экономики. СПб., 2012.

© Божко Е. И., 2013

УДК 657.21

М. П. Землянко

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

ПРОБЛЕМЫ УВЕЛИЧЕНИЯ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассматривается дебиторская задолженность предприятия, возможные проблемы увеличения оборачиваемости дебиторской задолженности. Производится сравнение коэффициентов оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности, предлагаются пути решения проблемы увеличения оборачиваемости дебиторской задолженности.

В процессе финансово-хозяйственной деятельности у предприятия постоянно возникает потребность в проведении расчетов со своими контрагентами, бюджетом, налоговыми органами. Отгружая произведенную продукцию или оказывая некоторые услуги, предприятие, как правило, не получает деньги в оплату немедленно, т. е. оно кредитует покупателей. Поэтому в течение периода от момента отгрузки продукции до момента поступления платежа средства предприятия находятся в виде дебиторской задолженности. Иными словами, дебиторская задолженность – это права требования, принадлежащие кредитору по неисполненным финансовым обязательствам контрагента, возникшим по тем или иным юридическим причинам. В установленный срок дебиторская задолженность должна быть выплачена, т. е. обращена в наличные деньги или денежные поступления на банковские счета предприятия [1].

Дебиторская задолженность может быть нормальной и просроченной. Нормальная дебиторская задолженность представляет собой задолженность, длительность которой не превышает сроков, установлен-

ных для оплаты товаров и услуг. Нормальная дебиторская задолженность обычно длится столько времени, сколько времени действует выписанный счет за товары или услуги. В свою очередь, задолженность за товары, работы, услуги, не оплаченные в установленные срок, представляет собой просроченную дебиторскую задолженность. При этом просроченная задолженность может быть сомнительной и безнадежной [2].

Рассмотрим соотношение оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности на примере ОАО «Русский алюминий». На основе аудиторского заключения по бухгалтерской отчетности ОАО «Русский алюминий» за 2010 и 2011 гг. были рассчитаны коэффициенты оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности [3].

В 2010 году коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности составлял 353,7, а в 2011 г. снизился до 243,53. В то же время, был рассчитан показатель периода погашения кредиторской задолженности, который в 2010 году составил 1,03 дня, а к 2011 г. вырос на 0,47 и составил 1,5 дня. Данный

показатель обозначает продолжительность оборота кредиторской задолженности в днях. Чем выше значение данного показателя, тем дольше компания использует чужие ресурсы. С одной стороны, это выгодно, с другой стороны, может свидетельствовать о просроченной оплате поставщикам, и как следствие, потере деловой репутации компании. Снижение коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности может свидетельствовать о более эффективной организации взаимоотношений с поставщиками, обеспеченности более выгодным графиком платежей, а также об использовании кредиторской задолженности как источника получения дешевых финансовых ресурсов.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности в 2010 году составляет 67,5. В 2011 году коэффициент снизился на 31,37 и составил 36,13. Также был произведен расчет показателя периода сбора дебиторской задолженности, который в 2010 году составил 5,4 дня, а в 2011 году – 10,1 дня. Чем ниже показатель периода сбора дебиторской задолженности, тем быстрее деньги за отгруженный товар возвращаются в компанию, и тем быстрее их можно использовать для закупки нового сырья, а значит, тем большую прибыль можно получить. Однако данный показатель пропорционально коэффициенту оборачиваемости дебиторской задолженности снижается. При этом, чем ниже коэффициент, тем выше потребность компании в оборотном капитале для расширения объема сбыта.

При проведении анализа была выявлена следующая проблема: при достаточно высоком коэффициенте оборачиваемости кредиторской задолженности, оборачиваемость дебиторской задолженности остается на довольно низком уровне, что является неблагоприятной ситуацией для предприятия. В свою очередь высокая оборачиваемость кредиторской задолженности свидетельствует об улучшении платежеспособности предприятия в отношении с поставщиками, бюджетом, внебюджетными фондами, персоналом предприятия и прочими кредиторами – своевременное погашение покупок с отсрочкой платежа. Для уравновешивания оборачиваемости кредиторской и дебиторской задолженности существует несколько методов ускорения дебиторской задолженности. На стадии создания производственных запасов: внедрение эко-

номически обоснованных норм запаса; расширение складских систем материально-технического обеспечения; комплексная механизация и автоматизация погрузочно-разгрузочных работ на складах. На стадии незавершенного производства: ускорение НТП; развитие стандартизации, унификации, оптимизации; совершенствование форм организации промышленного производства, применение более дешевых конструктивных материалов; увеличение удельного веса продукции, пользующейся повышенным спросом. На стадии обращения: совершенствование системы расчетов; увеличение объемов реализованной продукции вследствие выполнения заказов по прямым связям, досрочного выпуска продукции, изготовления продукции из сэкономленных материалов.

Применение данных мер поможет ускорить оборачиваемость дебиторской задолженности, а значит, повысит экономическую эффективность предприятия.

Таким образом, можно говорить о том, что дебиторская задолженность является важной частью активов предприятия. Для управления дебиторской задолженностью необходимо проводить анализ не только состояния компании кредитора, но и компании заемщика, чтобы всегда существовала уверенность возврата заемных денежных средств. Также необходимо проводить комплексный анализ не только дебиторской задолженности, но и кредиторской, чтобы выявить оптимальное соотношение, коэффициент оборачиваемости также определяет качество дебиторской задолженности.

Библиографические ссылки

1. Дебиторская задолженность предприятия: анализ и стоимостная оценка [Электронный ресурс] // Финансово-правовое агентство. URL: <http://www.fpa.su>.
2. Дебиторская задолженность. Понятие, виды и общие правила списания [Электронный ресурс] // Бухгалтерский учет, налогообложение, аудит в Российской Федерации. URL: <http://www.audit-it.ru>.
3. Финансовая отчетность [Электронный ресурс] // РYCAЛ. URL: http://www.rusal.ru/investors/financial_stat.aspx.

© Землянко М. П., 2013

УДК 658.148

М. В. Кольяк

Научный руководитель – М. А. Рагозина

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

РЫНОК АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ AIM ДЛЯ КОМПАНИЙ МАЛОЙ И СРЕДНЕЙ КАПИТАЛИЗАЦИИ В РОССИИ

Вопреки расхожему мнению IPO (первичных публичных размещений акций) доступно не только гигантам экономики, но и небольшим развивающимся предприятиям. Специально для таких компаний фондовые биржи упрощают условия листинга (список ценных бумаг, необходимых для биржевых торгов), создают альтернативные площадки. Первичное размещение на них позволяет значительно повысить капитализацию компании-эмитента и служит первым шагом к «большой» бирже.

Альтернативный инвестиционный рынок (англ. Alternative Investments Market) существует с 1995 года

при Лондонской фондовой бирже LSE (англ. London Stock Exchange). AIM изначально задумывался как

торговая площадка для молодых и динамично развивающихся предприятий. Рынок AIM предназначен и для небольших компаний, не отвечающих строгим требованиям. Поэтому в профессиональной среде рынок альтернативных инвестиций именуется как junior market (младший рынок) [1].

Можно констатировать, что за время своего существования AIM показывает впечатляющие результаты. На этот рынок приходится наибольшее количество проводимых в мире IPO. Сейчас на AIM торгуется 1685 компаний более чем из 30 стран мира с общей капитализацией около \$200 млрд. От России и СНГ на этой площадке по 21 компании, в основном из ресурсных и добывающих секторов.

К ключевому преимуществу AIM можно отнести наличие около 900 фондов – качественных инвесторов, готовых инвестировать десятки миллиардов долларов долгосрочных ресурсов в быстро растущие перспективные компании со всего мира.

Для AIM характерны весьма либеральные требования для допуска.

Во-первых, эмитент не должен соблюдать условие по минимальному размеру капитализации. Также отсутствуют требования к истории эмитента, т. е. присутствия на рынке в течение определенного времени. Акции эмитента могут не находиться в публичном обращении и не участвовать в торгах. Минимальные требования AIM к самим ценным бумагам. Акции не должны иметь ограничений на свободное обращение и могут быть предложены неопределенному кругу лиц [4].

Во-вторых, присутствие на этой площадке позволяет повысить свою капитализацию (по оценкам некоторых экспертов на 60–70 %). Котировка на AIM также дает возможность получить представление о реальной рыночной стоимости компании. С выходом на рынок повышается статус и уровень доверия компании. Наконец, допуск к торгам на AIM может служить шагом к официальному листингу на основной площадке Лондонской фондовой биржи.

Но необходимо отметить, что с 1 июля 2005 г. и по сей день в Великобритании действует Директива ЕС о проспекте ценных бумаг (EU Prospectus Directive) [2]. Согласно ее требованиям, чтобы предлагать ценные бумаги неограниченному кругу лиц, необходимо зарегистрировать проспект эмиссии в Управлении Великобритании по листингу (UK Listing Authority). Проспект необходим во всех случаях, когда предложение делается более чем ста лицам. Не нужен он только в том случае, если общая стоимость предложения не превышает 2,5 миллионов евро [3].

Перед тем, как компания – потенциальный участник AIM – примет решение о своём выходе на фондовый рынок, ей необходимо тщательно изучить все вопросы, связанные с предстоящим процессом.

Главный факт, который компаниям следует осознать – это то, что публичное размещение акций влечёт за собой подверженность рыночной неопределённости. С момента выхода компании на фондовый рынок, на стоимость её акций будут влиять факторы, находящиеся за пределами её контроля, такие, как настроение рынка, общие экономические условия и изменения в секторе, в котором действует компания.

Ещё один момент, который нужно иметь в виду – эмиссия неизбежно приведёт к повышению внимания к компании, её деятельности и руководству. Образно говоря, совет директоров должен быть готов к открытости и прозрачности, как финансовых показателей, так и стратегии компании.

Два года назад ведущие российские фондовые площадки – ММВБ и РТС – почти одновременно объявили о создании спецсекций для размещения «малых и средних» акций. Обе с весьма либеральными условиями листинга и в теории должны были привлечь внимание десятков потенциальных эмитентов. Однако ожидаемого их наплыва, к сожалению, не произошло, и после пары-тройки размещений тема «русского AIM» была несколько позабыта. Тем не менее, именно сейчас создание условий для IPO компаний малой и средней капитализации стала очень актуальной темой. Продолжающийся кредитный и долговой кризис поставил многие из небольших российских компаний в сложное положение и сделал крайне важным проведение IPO для финансирования дальнейшего роста.

Для этого, как ни парадоксально, надо выбрать путь более тесной интеграции российских площадок с AIM. Во-первых, российские биржи могли бы стремиться к заключению соглашения с LSE об упрощенной процедуре допуска на AIM для российских эмитентов уже торгующихся в России. Во-вторых, можно было бы начать договариваться об условиях для проведения «двойного» IPO на российской площадке и на AIM, что до сего дня еще не было реализовано (Европейская директива о проспектах эмиссии).

Хочется также верить, что государство не останется в стороне. Правительство и законодатель могли бы рассмотреть возможность создания дополнительных стимулов для инвесторов в акции компаний малой и средней капитализации. Например, возможность введения практики льготного налогообложения доходов, полученных инвесторами от вложений в акции компаний малой и средней капитализации (midCaps), прошедших листинг в соответствующих секциях российских бирж. Исходя из критериев AIM в России насчитывается не менее 1 200 перспективных midCaps. При создании соответствующих условий 200–300 из них могли бы провести IPO в ближайшие пять лет.

Библиографические ссылки

1. Сучкова Н. А., Житникова Е. А. Анализ возможностей современного рынка альтернативных инвестиций [Электронный ресурс]. URL: http://www.orelgiet.ru/23_11_10_12.pdf.
2. Исследование зарубежной практики IPO (Initial Public Offering) и возможности привлечения инвестиций [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gki.uz/uz/news/7460---ipo-initial-public-offer-in>.
3. Лондонская фондовая биржа (LSE) [Электронный ресурс]. URL: <http://forex-alfa.clan.su/>.
4. С низкого старта к высокой капитализации [Электронный ресурс]. URL: <http://delovoyimir.biz/ru/articles/view/?did=1619>.

© Кольяк М. В., 2013

УДК 336.2

Ю. В. Метелькова
 Научный руководитель – Н. Д. Корсукова
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

НАЛОГОВЫЕ ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СЕКТОРА

Коренной признак налогов – их принудительный характер. С этой точки зрения к ним относятся не только те платежи, в названии которых присутствует слово «налог», например налог на добавленную стоимость, подоходный налог с физических лиц и т. д. Налогами являются также таможенные пошлины, обязательные отчисления в государственные внебюджетные фонды, например в пенсионный фонд, и т.д. Все эти платежи в совокупности образуют налоговую систему.

Налоги представляют собой обязательные и безвозмездные сборы (изъятие средств), взимаемые государственными органами всех уровней с физических и юридических лиц по ставкам, установленным в законодательном порядке, с целью финансирования общественных расходов. Налоги являются необходимым звеном социально-экономических отношений в обществе и государстве и существуют с момента его возникновения. Иными словами, налоги – это плата за цивилизацию.

Впервые основные принципы налогообложения были сформулированы А. Смитом (1723–1790) в его основном труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776). И по сей день актуальны следующие принципы:

В настоящее время налоговые ресурсы подчиняются принципам бюджетного единства, бюджетной универсальности и непередаваемости доходов в расходы. Но иногда на практике из этих принципов делаются исключения, например высокая степень рациональности налоговой системы может сделать соизмеримыми денежные потоки, полученные от сбора налогов, и размер услуг, предоставляемых администрацией.

С экономической точки зрения налоги подразделяются на прямые и косвенные.

- Прямые налоги непосредственно взимаются с доходов или имущества налогоплательщика.
- Косвенные налоги устанавливаются на товары и услуги в виде надбавок к цене или тарифу.

За 2012 год Красноярский край перечислил в бюджет РФ налоги в сумме 268,8 млрд руб. Из них 125,2 млрд руб. ушло в федеральный бюджет, в краевой – 143,6 млрд руб. и в местные бюджеты – 29,7 млрд руб.

Такие данные приводятся в отчете УФНС по краю по итогам сбора налогов за 2012 год.

В структуре доходов в 2012 году большую часть составили платежи за пользование природными ресурсами (36 %) и платежи по налогу на прибыль (23 %). При этом, в прошлом году сбор налога на прибыль значительно уменьшился. Он составил 74 % от уровня 2011 года, и снизился на 21,2 млрд рублей.

В основном увеличение поступлений в бюджет РФ произошло за счет роста платежей за пользование природными ресурсами – на 63,5 млрд рублей. В структуре платежей за пользование природными ресурсами 99,9 % составляют поступления по налогу на добычу полезных ископаемых (увеличение в срав-

нении с 2011 годом произошло на 63,3 млрд рублей), за счет поступления по налогу на добычу нефти.

За 2012 год поступления в консолидированный бюджет края уменьшились на 4,4 млрд рублей. Главным образом, снижение связано с уменьшением платежей по налогу на прибыль (на 16,5 млрд рублей). Однако в прошлом году выросли сборы НДФЛ (на 4,6 млрд рублей), платежей по акцизам (на 3,4 млрд рублей) и налога по специальным налоговым режимам (на 1 млрд рублей).

В структуре поступления налогов и сборов в консолидированный бюджет края, поступления в краевой бюджет составили 79 % (113,9 млрд рублей), в бюджеты муниципальных образований – 21 % (29,7 млрд рублей). По сравнению с 2011 годом поступления налогов в краевой бюджет увеличились на 1,1 млрд рублей, в бюджеты муниципалитетов, напротив, уменьшились на 5,5 млрд рублей.

Налоговые поступления в консолидированный бюджет РФ за 2012 год выросли по сравнению с 2011 годом на 12,7 % – до 10,958 триллиона рублей, следует из материалов Федеральной налоговой службы.

В 2011 году ФНС перечислила в консолидированный бюджет 9,72 триллиона рублей.

Поступления налогов в федеральный бюджет за 2012 год достигли 5,165 триллиона рублей, что на 15,3 % больше, чем в 2011 году.

Поступления налога на прибыль организаций в консолидированный бюджет в 2012 году составили 2,355 триллиона рублей, увеличившись на 3,7 % к 2011 году.

НДС на товары, работы, услуги, реализуемые на территории России, в федеральный бюджет поступил на 1,886 триллиона рублей, увеличившись на 7,6 %. Поступления НДС на товары, ввозимые на территорию России, составили 104,65 миллиарда рублей, что на 13,7 % больше, чем годом ранее.

НДПИ в консолидированный бюджет в 2012 году поступил на 2,459 триллиона рублей (рост на 20,4 %), из них НДПИ на нефть – 2,133 триллиона рублей (рост на 15,5 %).

Поступления в консолидированный бюджет по сводной группе акцизов в 2012 году составили 783,642 миллиарда рублей (рост на 29,8 %). При этом в федеральный бюджет поступило 341,865 миллиарда рублей акцизов, в консолидированный бюджет субъектов РФ – 441,776 миллиарда рублей.

Библиографические ссылки

1. Журавлева Г.П. Экономика. М. : Юрист, 2009. Гл. 19.
2. Курс экономической теории / под ред. М. Н. Чепурина. Киров, 2010.
3. Павленков В. А. Рынок труда. Занятость. Безработица : учебник. М. : Изд-во МГУ, 2009.
4. Экономика : учебник / под ред. А. С. Булатова. М. : Юрист, 2009. Гл. 28.
5. Экономическая теория / под ред. В. И. Видяпина, А. И. Добрынина, Г. П. Журавлевой. М. : Инфра-М, 2010. Гл. 28.
6. Экономическая теория : учебник для вузов / под ред. В. Д. Камаева. М. : Владос, 2010. Гл. 10.

© Метелькова Ю. В., 2013

УДК 629.73

К. С. Молотилова

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

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОЙ АВИАЦИИ В РОССИИ

Рассматривается понятие малой авиации, развитие авиационной промышленности, а также существующие проблемы малой авиации в России и пути их решения.

Развитие отечественной авиационной промышленности и гражданской авиации России является одной из приоритетных комплексных задач структурной политики государства.

Малая авиация – социально значимый и необходимый для эффективного развития, производства и функционирования транспортной системы страны сегмент рынка авиаперевозок [1].

Условия разработки, производства и эксплуатации парка малой авиации имеют значительные региональные и функциональные отличия. Сложившееся в настоящее время положение в малой авиации характеризуется следующими негативными параметрами:

- отсутствие современного самолета на 15–19 пассажиров;
- аппаратов менее 8 мест достаточно много, но сертифицированных практически нет;
- по отдельным аппаратам (например «Автожир») даже нет требований по их сертификации;
- отсутствие проектов новых вертолетов вместимостью менее 7 мест [2].

Особенностью легкой авиации является большая доля стоимости двигателя и авионики в цене легких воздушных судов, в основном из-за использования зарубежных комплектующих.

На сегодняшний день главной проблемой малой авиации является то, что Россия – единственная страна мира, в которой эта сфера не регулируется ни одним законом и ни одним специализированным государственным органом [3].

Существующие проблемы малой авиации – регулирование вопросов приобретения, регистрации и сертификации малых воздушных судов, использования аэродромов для нужд малой авиации. То есть проблемы чисто законодательного характера. Значительной проблемой в развитии малой авиации является и тот факт, что отечественный авиапром практически не выпускает небольшие легкие лайнеры и вертолеты для гражданских нужд. А те воздушные суда, которые есть у частных лиц, – это в основном иномарки.

И запчасти, соответственно, тоже нужно покупать за границей.

Еще одной большой проблемой является проблема регистрации малых самолетов. Из-за то, что малый авиапарк состоит в основном из зарубежных самолетов, госорганы не очень скоро и быстро, а порою и просто неохотно регистрируют новинки малой авиации. На сегодняшний день данный вопрос более ли менее урегулирован.

Ввиду того, что производство конкурентоспособных воздушных судов находится в стадии развертывания, российские авиакомпании в целях удовлетворения спроса вынуждены, к сожалению, приобретать воздушные суда зарубежного производства. Но получая их, они из-за высоких таможенных пошлин и НДС автоматически увеличивают их цену более чем на 40 %, сразу же становясь неконкурентными с западными компаниями. Обострившаяся же ситуация с ростом цен на авиатопливо «выбила» около 80 % отечественных воздушных судов из области эффективной эксплуатации. В результате авиакомпании попали в безвыходную ситуацию. С одной стороны, отечественный авиапром не может предоставить необходимое количество самолетов, с другой, когда они вынуждены брать в лизинг западные самолеты, на них накладывается доплата более 40 %.

В целом по стране состояние инфраструктуры гражданских аэропортов уже не обеспечивает в полной мере даже безопасности полетов. Из общего количества российских аэропортов лишь две трети имеют взлетно-посадочные полосы с искусственным покрытием. Причем многие из них построены более двадцати лет назад и требуют срочного капитального ремонта [4].

В связи с перечисленными проблемами государственным органам, регулирующим деятельность гражданской авиации, предложены конкретные действия решения проблемы «малой авиации». Для этого на государственном уровне необходимо предпринять ряд комплексных мер:

- создать уполномоченный орган в области малой авиации и его структурные подразделения и территориальные органы в субъектах Российской Федерации;
- переработать законодательную базу авиации;
- создать учреждения подготовки авиационного персонала малой авиации;
- создать органы сертификации авиационного персонала и авиационной техники малой авиации;
- ввести уведомительный порядок полетов в «свободном пространстве»;
- усовершенствовать информационное обеспечение авиации, в том числе малой авиации;
- внести ясные и понятные для всех участников процесса изменения в законодательную базу, Федеральные авиационные правила;
- на период становления «на крыло» отечественного авиастроения, установить нулевые ввозные таможенные ставки и пошлины, а также НДС на воздушные суда и комплектующие к ним всех типов воздушных судов иностранного производства. По мере налаживания серийного производства отечественных воздушных судов, можно будет легко вернуться к заградительным пошлинам. Временное обнуление пошлин даст возможность сохранить отечественную гражданскую авиацию как транспортную отрасль и удовлетворять растущие потребности населения в воздушном транспорте;
- государству провести комплекс необходимых мероприятий по созданию рыночной среды на всех этапах сектора нефтедобычи, производства и обеспечения авиационным топливом [5].

Библиографические ссылки

1. Воздушный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: принят Государственной Думой ФС РФ 19 февраля 1997 года // Правовая база данных «КонсультантПлюс» (дата обращения: 30.12.2008).
2. О государственном регулировании развития авиации [Электронный ресурс]: Федеральный закон РФ принят Государственной Думой ФС РФ 10 декабря 1997 года // Правовая база данных «КонсультантПлюс» (дата обращения: 29.04.2008).
3. О городской целевой программе возрождения и развития региональных перевозок с использованием малой авиации на 2007–2010 гг. [Электронный ресурс]: Закон г. Москвы от 13.12.2006 № 63 // Правовая база данных «КонсультантПлюс» (дата обращения: 29.04.2008).
4. О развитии малой авиации : Проект Федерального закона [Электронный ресурс] // Авиационный форум. 2008. URL: http://www.forumavia.ru/forum/4/2/736559063905050254612019810412_1.shtml?topiccount=50.
5. Росавиация подготовит программу по развитию малой авиации в России [Электронный ресурс] // Риа-новости. 2006. URL: <http://www.rian.ru/society/20061208/56641074.html>.

© Молотилова К. С., 2013

УДК 336.77

А. М. Паранина

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

ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Изучены основные методы расчета кредитоспособности заемщиков; сформулированы основные проблемы оценки кредитоспособности; рассмотрены методы расчета кредитоспособности на примере ОАО «Росбанк».

Выдавая кредит, любой банк сталкивается с риском невозврата заёмщиком суммы основного долга и уплаты процентов. Для того чтобы это предотвратить, необходим тщательный и квалифицированный отбор потенциальных заемщиков, главным средством которого является анализ кредитоспособности клиента.

Перед кредитором постоянно стоит задача выбора показателей для определения способности заемщика выполнить свои обязательства по своевременному и полному возврату кредита. Сегодня эта проблема приобрела особую остроту: экономические трудности серьезным образом отразились на деятельности коммерческих банков. Общеэкономическая функция банков по трансформации рисков существенно ослабла. Просроченная задолженность по ссудам продолжает расти высокими темпами [1].

Кредитная деятельность коммерческих банков осложняется отсутствием у многих из них отработанной

методики оценки кредитоспособности, недостаточностью информационной базы для полноценного анализа финансового состояния клиентов. Большинство средних и мелких банков вообще не имеет должного аналитического аппарата и не поддерживает связь со специальными информационными, аналитическими и консалтинговыми службами, сведения которых позволяют получить более точную оценку кредитоспособности заемщиков. А ведь именно оценка кредитоспособности заёмщиков является одной из наиболее сложных и ответственных задач в деятельности коммерческого банка. Эффективная организация процесса оценки кредитоспособности позволяет, снизить уровень кредитных рисков банка, создать необходимые условия для качественного обслуживания клиентов банка, предъявляющих спрос на кредитные продукты.

На сегодняшний день нет строгого метода оценки кредитоспособности, по которому работал бы той или

иной банк. Каждый банк использует свою методику оценки кредитоспособности вкладчиков, исходя из собственных из собственных представлений о целесообразности применения тех или иных методов. Наиболее актуальными являются: Скоринговый метод, он имеет форму теста, состоящего из ряда вопросов позволяющих составить характеристику заемщика; метод финансовых коэффициентов, суть которого заключается в вычислении пропорций между отдельными позициями бухгалтерского баланса и форм отчетности, которые охватывают один и тот же период времени. Так же любой банк проводит анализ денежного потока, в основе которого лежит использование фактических показателей, характеризующих оборот средств у клиента [2].

Прогнозные модели банк получает с помощью статистических данных. При реализации данного метода используется функция, дающая оценку надежности заемщика. Эта функция рассчитывается путем умножения финансовых коэффициентов результатов деятельности заемщика на коэффициенты, рассчитанные в результате статистической обработки данных по выборке фирм, которые либо обанкротились, либо выжили в течение определенного времени [2].

Рассмотрим методику определения кредитоспособности заемщиков на примере ОАО «Росбанк», занимающим в рейтинге кредитных учреждений одну из ведущих позиций.

Росбанк в практике кредитования использует методику андеррайтинга – систему расчёта суммы кредита, которую заёмщик сможет выплатить, с учётом особенностей самого заёмщика (тип трудоустройства, ежемесячный доход и возможность его подтверждения, наличие созаёмщиков или поручителей, состав семьи и др.) [4].

Система андеррайтинга предполагает так же принятие либо положительного решения о предоставлении кредита, либо отказ в предоставлении ссуды. При оценке вероятности погашения кредита устанавливаются основные критерии: способность клиента погасить кредит (оценка уровня доходов), его готовность погасить кредит (анализ кредитной истории).

Качественный андеррайтинг позволяет решить две важные задачи: выявление мошенников, предотвращение их кредитования и предотвращение излишнего кредитования.

В настоящее время банки требуют от потенциальных клиентов широкий перечень документов, которые являются официальным основанием для получения кредита. Несмотря на то, что не существует официальной процедуры работы с ними, и каждый банк по своей собственной схеме собирает эти документы, в целом они должны содержать все необходимые сведения о заемщике [5].

Работа по созданию в России отлаженной системы сбора информации о клиентах – потенциальных заемщиках только начинается. Изучение зарубежного опыта и использование его в современной отечественной банковской практике поможет снять многие проблемы российских банкиров [3].

Таким образом, кредитоспособность – сложное, многоаспектное понятие, требующее классификации. В явном виде в специальной литературе такая классификация не дается, хотя многие определения характеризуют отдельные виды кредитоспособности. Их систематизация считается важной задачей, так как позволяет коммерческому банку определить круг показателей, учитываемых при оценке конкретного заемщика.

Библиографические ссылки

1. Галиева Г. Т. Кредитоспособность заемщика как метод управления кредитом в условиях рыночных отношений // *Кредитное дело*.
2. Палевич В. С. Теоретические и практические аспекты оценки заемщика коммерческим банком // *Деньги и кредит*. 2009. С. 36–39.
3. РегионБизнесКонсалтинг [Электронный ресурс] // *Оценочная компания*. URL: <http://www.rbkrt.ru>.
4. Росбанк : офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rosbank.ru/ru/>.
5. Черкашин А. О. Об оценке кредитоспособности заемщика // *Деньги и кредит*. 2010. № 2. С. 54–61.

© Паранина А. М., 2013

УДК 330.322

Н. Р. Рожкина, А. А. Рымарчук
Научный руководитель – А. В. Зиненко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

«МИСТ» – НОВАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ИДЕЯ ОТ «GOLDMAN SACHS»

Финансовый кризис ощутимо изменил русла финансовых потоков в мире. Деньги теперь утекают оттуда, куда раньше стремились, и оседают в подчас неожиданных регионах. К числу последних можно смело отнести группу стран под названием «МИСТ».

Мировой финансовый кризис оказал серьезное влияние на состояние глобальной финансовой системы и как по цепной реакции перекинулся на экономику разных государств. Сложившаяся ситуация заставила правительства развитых стран мира консолидировать усилия в поисках решений по выходу из кри-

зиса, а также использовать внутренний потенциал и резервы государства для поддержки реального производства и стабилизации национальной экономики.

11 лет назад главный экономист компании «GoldmanSachs» Джим О'Нил придумал акроним БРИК (Бразилия, Россия, Индия и Китай) и тем самым

ввел в оборот термин для четырех стран с развивающейся экономикой, которые, по его мнению, вплоть до 2050 года будут все больше доминировать, а вложенные в них инвестиции - приносить доход. Позже, в 2011 году к данному союзу присоединилась ЮАР, тем самым изменив акроним на БРИКС [3].

Однако, в прошлом году, он создал еще более мощный и быстро развивающийся союз под названием МИСТ, включающий в себя Мексику, Индонезию, Южную Корею и Турцию.

Страны-участники подобраны качественно (см. таблицу).

1. В настоящее время Южная Корея занимает одно из 1-х мест в мире по производству потребительской электроники. Сейчас в стране, как и во всем мире, наблюдается тенденция к переходу на цифровые технологии, что повышает спрос на такие продукты. Крупнейшие компании в отрасли – LG, Samsung и DaewooElectronics производят практически весь спектр потребительской электроники, большая часть которой идёт на экспорт.

Ежегодно Республика Корея вкладывает в сферу науки и технологий огромные инвестиции, что помогает ей каждый год сохранять свое место в числе 10 ведущих стран мира. Более 100 тыс. специалистов в области науки и инженерных специальностей выпускают ежегодно высшие учебные заведения страны. В 2006 году Республика Корея заняла четвертое место по количеству заявок на международные патенты, зарегистрированных Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС) [2].

2. Индонезия находится на перекрестке мировых торгово-экономических путей, более того, вблизи от центров мирового хозяйства – Китая, Индии. На данный момент страна сегодня занимает 3-е место среди торговых партнеров Китая. Недра Индонезии более чем богаты: большими запасами нефти, газа, угля, меди, золота и серебра.

По добыче олова занимает 2-е место в мире, никеля – 4-е; крупный поставщик цемента в Юго-Восточной Азии; 2-е место в мире по производству каучука; открыты месторождения алмазов и других драгоценных камней; занимает лидирующие позиции по производству пальмового масла; 60 % территории страны покрыты лесом и, что особенно важно, в тропических условиях древесину для производства целлюлозы можно выращивать за 7 лет, а не за 25, как в Северной Америке или Европе.

Индонезия занимает 4-е место в ряду самых посещаемых стран мира, а остров Бали признан лучшим островом в Азии. Туризм здесь активно набирает обороты, и уже приносит значительный доход в казну. В 2011 эту далекую страну посетило около 8 миллионов туристов, что принесло стране \$8,5 миллиардов [1].

3. Турция также является важным транспортным центром (для Европы, Африки и Ближнего Востока), одним из основных энергетических коридоров и либеральной страной с сильным и пользующимся поддержкой населения правительством, обеспечивающим политическую стабильность в течение последнего десятилетия.

Международные кредитно-рейтинговые агентства настаивают на том, что инвестиционный уровень турецкой экономики растет с каждым годом и пока Еврoзона борется с бюджетными дефицитами, Турция заявляет об огромном бюджетном профиците за счет роста налоговых поступлений. В 2011 году, по данным Конференции ООН по Торговле и Развитию, Турция заняла 23 место в мире и 9 место среди развивающихся рыночных экономик по показателям привлекательности для прямых иностранных инвестиций.

Одно из главных преимуществ – Турция имеет Соглашения о свободной торговле с Европейской Ассоциацией Свободной Торговли и 11 странами (Израиль, Македония, Хорватия, Босния и Герцеговина, Марокко, Палестина, Тунис, Сирия, Египет, Грузия, Албания) [1].

4. Мексика – занимает высокие позиции на мировом рынке по добыче нефти, тяжелой промышленности, сельского хозяйства и сферы услуг, в том числе туристического сектора. Мексика является одним из крупнейших поставщиков сырой нефти (около 50 %) и входит в пятерку стран по объемам разведанных залежей нефти. В сфере услуг, в частности в туризме занято около 30 % населения страны, наблюдается рост туристического трафика ежегодно.

На сегодняшний день, Мексика занимает 3-е место в мире по количеству аэропортов, пропуская вперед только США и Бразилию. В стране более 80 аэропортов, в том числе 55 международных. Вторая по величине экономика Латинской Америки, обгоняющая по темпам роста Бразилию. Происходит это также за счет рекордного экспорта автомобилей [2].

Поток прямых иностранных инвестиций в страны-участники МИСТ, млн долл.

Страны	Поток прямых иностранных инвестиций				
	2007	2008	2009	2010	2011
Мексика	31,492	27,14	16,119	20,709	19,554
Индонезия	6,928	9,318	4,877	13,771	18,906
Южная Корея	2,628	2,628	7,501	8,511	4,661
Турция	22,047	19,504	8,411	9,038	15,876

В случае если новая идея О'Нила станет столь же популярна, как концепция БРИКС, эти страны получат серьезную поддержку в сфере инвестиционной привлекательности и в первую очередь, конечно, крупнейшие из них. Особенно, стоит отметить, что эти страны никак не затронули проблемы относительно США и особенно европейских рынков, а также разочарование некоторых стран БРИКС. Населенные страны с низким уровнем жизни могут показывать высокие темпы роста экономики, так как это dogoняющий рост. Но, кроме этих двух параметров, МИСТ мало что объединяет.

Поэтому, можно сказать, что МИСТ – это попытка повторить удачный маркетинговый ход со странами БРИКС, которые также мало схожи, но этот маркетинг, как и в случае с БРИКС, может пойти, в первую очередь, на пользу экономикам этих стран, что явля-

ется не маловажным моментом для экономики мира в целом.

Библиографические ссылки

1. Конференция ООН по торговле и развитию : официальный сайт. URL: <http://unctad.org>.

2. Котов А. Страны MIST обогнали конкурентов из BRIC по доходности инвестиций // Ежедневная деловая газета «РБК daily». 2012.

3. Метфессель К. На смену БРИК приходит МИСТ // Деловая газета «Иносми». 2012.

© Рожкина Н. Р., Рымарчук А. А., 2013

**«СОВРЕМЕННЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ
В РАЗВИТИИ АЭРОКОСМИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА»**

УДК 658.7 669:65

Т. В. Анципирович, Д. С. Игнатова
Научный руководитель – Е. В. Белякова
Сибирский федеральный университет, Красноярск

**ПРИМЕНЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ИНСТРУМЕНТОВ
НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Рассмотрено применение логистических инструментов на промышленных предприятиях. Проведен анализ посредников предприятия ООО «КиК», по результатам которого была предложена замена одного из перевозчиков.

Все развитие современной логистики связано с системным совершенствованием инструментария движения материальных и информационных потоков для улучшения ее качества и снижения логистических издержек. В свою очередь эти два показателя являются очень важными для промышленных предприятий. ООО «КиК» – не исключение.

Современная экономическая ситуация требует от предприятий необычайной гибкости и мобильности в производстве и менеджменте. Уже повсеместно применяются различные инновационные логистические инструменты, внедряется концепция бережливого производства, и лишь немногие предприятия используют их одновременно с целью оптимизации издержек производства. Речь идет о комплексе мер под названием «бережливое производство + концепция 6 сигма», или концепция Lean Six Sigma [1].

Концепция Lean Six Sigma вобрала в себя лучшее, что позволяет предприятиям достичь наибольших экономических результатов в кратчайшие сроки. Концепция Lean Six Sigma имеет широкую область применения и может быть использована любыми предприятиями, независимо от размера и сферы деятельности. Говоря более конкретно о бережливом производстве, необходимо привести перечень основных инструментов [2]: система 5S (организация рабочего места); система TPM (Total Productive Maintenance — «Система всеобщего ухода за оборудованием»); система быстрой переналадки SMED; система Kaizen; система «JIT»; система Канбан; визуальный контроль; стандартные операционные процедуры (SOP); компоновка ячеек; предотвращение ошибок (Пока-Ёкэ).

Таким образом, Lean Six Sigma является инновационной концепцией с использованием различных методик и подходов, направленных на рост экономики территории за счет повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности каждого отдельно взятого субъекта хозяйствования и требует высокой квалификации и компетентности, начиная с топ-менеджмента и заканчивая рядовыми сотрудниками на предприятии. Теоретически, правильное применение этой концепции на российских предприятиях

(с опорой на мировой опыт), несомненно, даст колоссальный эффект, но, к сожалению, практика внедрения подобных зарубежных «ноу-хау» показывает, что в большинстве случаев успехи являются кратковременными и закрепить полученный результат не удается. Предприятие ООО «КиК» является положительным примером. В настоящее время уже внедрены такие инструменты, как система 5S, система TPM, предотвращение ошибок, визуальный контроль, стандартные операционные процедуры, система Kaizen, система «JIT», рассматривается возможность использования системы Канбан в производственной логистике.

Вышеуказанная система «JIT» применяется предприятием, в частности, в процессе сбыта готовой продукции потребителям-автозаводам. Большую роль играет качественная поставка продукции, которую необходимо доставлять в необходимом объеме, в точное время и требуемого качества. В последнее время на предприятии ООО «КиК» увеличились затраты на транспортировку и время на доставку продукции. Для решения проблем было принято решение провести анализ посредников экспертным методом [3], который в данной организации не осуществлялся.

Для его реализации была собрана группа экспертов, состоящая из зам. коммерческого директора, директора по качеству, менеджера по транспорту, менеджера по работе с автозаводами. Ими были выбраны критерии, по которым проводилась оценка перевозчиков: цена, транзитное время, надежность, технические и сервисные возможности, безопасность, наличие уставной документации, объем перевозки, отзывы от других организаций. Эксперт по данным критериям индивидуально выставлял баллы (1; 3; 5) каждому перевозчику. Затем при коллективном обсуждении отдельному критерию присваивался общий балл и, с помощью метода вспомогательной шкалы, удельный вес. Идея этого способа состоит в том, чтобы первичные оценки эксперт ставил в виде качественных. По итогам стало видно, что одним из важных для экспертов показателей является техническое и сервисное обслуживание.

Посредник	Категория	Набранный балл	Набранный балл, %	Цена	Транзитное время	Надежность	Технические и сервисные возможности	Объем перевозки	Безопасность	Наличие уставной документации	Отзывы от других организаций
Перевозчик А	хор	3,52	70,4	3	3	1	5	3	3	3	3
Перевозчик Б	отл	4,10	82,0	5	5	1	3	3	3	5	3
Перевозчик В	хор	3,42	68,4	1	3	5	3	1	5	1	5
Перевозчик Г	неудвл	2,40	48,0	3	1	1	1	3	1	1	3
Перевозчик Д	отл	4,28	85,6	3	1	3	5	5	3	5	3
Перевозчик Е	отл	4,60	92,0	5	1	3	5	5	3	5	3
Перевозчик Ж	отл	4,36	87,2	3	5	5	3	3	5	3	1
Перевозчик З	отл	4,16	83,2	3	5	1	3	5	5	3	1
Перевозчик И	хор	3,54	70,8	5	3	1	5	1	5	3	3
Перевозчик К	хор	3,44	68,8	3	3	3	5	3	3	1	3
Вес критерия				0,16	0,14	0,13	0,18	0,16	0,13	0,05	0,05
Максимальный балл		5									

Бланк анализа действующих посредников

Далее была разработана электронная форма в программе MS Excel, представленная на рисунке. Она проста и удобна в применении. В специальные окна вводятся баллы по каждому критерию и в итоге все результаты выводятся автоматически. Цветом отражается рейтинг посредника (красный – неудовлетворительно (0–50 %); желтый – хорошо (50–75 %); зеленый – отлично (75–100 %).

По результатам выявлено, что перевозчик Г не соответствует установленным критериям и получил категорию «неудовлетворительно». Поэтому было принято решение от него отказаться и найти другого, более соответствующего. Таким образом, итогом работы стало применение методики выбора посредников на предприятии ООО «КиК» и разработка электронных форм для наглядного представления результатов.

В последствии чего была произведена замена одного из посредников.

Библиографические ссылки

1. Кизим А., Березовский Э. Интеграция логистических инструментов в концепции «Бережливое производство» // Производственная логистика. 2012. № 3. С. 56–59.
2. Вэйдер М. Инструменты бережливого производства. Мини-руководство по внедрению методик бережливого производства : пер. с англ. М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. 121 с.
3. Все о логистике. URL: <http://www.lobanov-logist.ru> (дата обращения: 01.04.2013).

© Анципирович Т. В., Игнатова Д. С., 2013

УДК 339.54

В. Г. Бревнов

Научный руководитель – Л. Г. Чернова

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

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОРРЕКТИРОВКИ ТАМОЖЕННОЙ СТОИМОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Таможенная стоимость товаров имеет существенное значение в сфере государственного регулирования внешнеэкономической деятельности. Это неудивительно, поскольку она используется в качестве основы для взимания, таможенных пошлин, налогов и сборов, которые будут уплачены при перемещении товара через таможенную границу Таможенного союза, а также служит исходной величиной для формирования информации о стоимости объема внешней торговли. Соответственно от правильности определения таможенной стоимости зависит полнота взимания таможенных платежей. Немаловажным элементом процесса контроля таможенной стоимости является проведение корректировки таможенной стоимости.

Корректировка таможенной стоимости – это необходимая мера, направленная на пресечение случаев декларирования заниженной таможенной стоимости. Как показывает практика, декларанты занижают стоимость декларированного товара, тем самым пытаясь снизить размер таможенных платежей. Чтобы этого не происходило, должностные лица таможенных органов используют ценовую информацию, которая

обеспечивается, в том числе, посредством информационного обмена между таможенными органами Российской Федерации из различных источников, включая интернет и товарные каталоги, где содержатся исчерпывающие сведения о стоимости указанного в таможенной декларации товара. Если выявляются явные несоответствия, то должностные лица запрашивают у декларанта дополнительные документы,

подтверждающие реальную стоимость конкретно взятого товара. Если такие документы не предоставляются, то производится корректировка таможенной стоимости и новое определение таможенной стоимости на конкретный товар.

Основаниями для корректировки таможенной стоимости являются: обнаружение технических ошибок, произошедших при расчетах, явное несоответствие стоимости товара по документам и в расчетах таможенной стоимости, неправильный выбор основы расчета таможенной стоимости, несоответствие данных в расчетах таможенной стоимости и фактических исследований стоимости со стороны таможенных инспекторов. В соответствии с порядком корректировки таможенной стоимости установленному решением Комиссии Таможенного союза № 376 от 20 сентября 2010 г «О порядках декларирования, контроля и корректировки таможенной стоимости товаров», корректировка таможенной стоимости товаров осуществляется в соответствии с принятым таможенным органом решением о корректировке таможенной стоимости товаров по результатам проведения таможенного контроля до выпуска товаров либо по результатам проведения дополнительной проверки и таможенного контроля после выпуска товаров, в том числе в связи с рассмотрением письменного обращения декларанта (таможенного представителя) в случае если им после выпуска товаров обнаружено, что заявлены недостоверные сведения о таможенной стоимости товаров, неправильно выбран метод определения таможенной стоимости, неверно определена таможенная стоимость [1].

Корректировка таможенной стоимости товаров включает в себя расчет величины скорректированной таможенной стоимости товаров и пересчет таможенных платежей. В случае осуществления корректировки таможенной стоимости товаров декларантом либо таможенным представителем скорректированная таможенная стоимость товаров должна быть подтверждена документами, на основании которых производился ее расчёт. В случае осуществления корректировки таможенной стоимости товаров таможенным органом указывается источник использованных данных [2].

Затрагивая вопросы сущности и содержания механизма проведения корректировки таможенной стоимости целесообразно обозначить, проблемы с которыми сталкиваются таможенные органы в процессе её осуществления. Во-первых, до сих пор отсутствует единое информационное поле в рамках Таможенного союза, его формирование позволит централизованно

отслеживать информацию о стоимости, условиях поставки и иных сведениях, касающихся определения таможенной стоимости товаров, перемещаемых через таможенную границу. Осуществляемое в настоящее время совершенствование нормативной базы Таможенного союза является очень удобным для этого случаем. Во-вторых, отсутствует «Единая методика оценки эффективности применения процедуры корректировки таможенной стоимости товаров», а эффективность оценивается по значениям определенных показателей, таких как: количество произведенных корректировок, количество доначисленных в результате корректировок таможенной стоимости товаров таможенных платежей и других. Однако это в полной мере не может отразить эффективность применения данной процедуры. Несмотря на значимость затронутых проблем, их число остаётся весьма существенным [3].

На данном этапе сфере контроля таможенной стоимости уделяется значительное внимание, как со стороны таможенных органов, так и со стороны участников внешнеэкономической деятельности. При этом подходы к формированию, определению и, наконец, контролю и корректировке таможенной стоимости у них совершенно разные. Это и очевидно, так как таможенная стоимость – основа исчисления таможенных платежей. Участники внешнеэкономической деятельности, обжалуют решения таможенного органа о корректировке заявленной таможенной стоимости товаров, в арбитражных судах, как показывает практика, весьма успешно. Суды встают на сторону декларанта и отменяют решения, ранее принятые должностными лицами таможенных органов. Как следствие, вопрос эффективности применения процедуры корректировки таможенной стоимости товаров должностными лицами таможенного органа не теряет своей актуальности.

Библиографические ссылки

1. Таможенный кодекс Таможенного союза. М. : Рид Групп, 2012.
2. О таможенном регулировании в Российской Федерации : федер. закон от 27.11.2010 № 311-ФЗ (ред. 30.12.2012).
3. О порядках декларирования, контроля и корректировки таможенной стоимости товаров : Решение Комиссии Таможенного союза от 20.09.2010 № 376 (ред. 09.12.2011).

© Бревнов В. Г., 2013

УДК 347.77

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

ТАМОЖЕННЫЕ ОРГАНЫ В БОРЬБЕ С КОНТРАФАКТОМ

Борьба с контрафактной продукцией в наше время является актуальной темой, так как практически в любой отрасли рынка можно найти поддельный товар. Рассмотрен ущерб, наносимый контрафактной продукцией, и меры, принимаемые таможенными органами в борьбе с контрафактом.

Для современной экономики характерна ситуация, когда большие объемы товаров изготавливаются производителями незаконным способом, с использованием чужих торговых марок и фирменных наименований.

Контрафакт (англ. counterfeit – подделка) – подделка под известный бренд, то есть неправомерное использование чужого товарного знака. В основе контрафакта лежит нарушение интеллектуальных прав [4].

Движение контрафактных товаров по территории РФ наносит огромный ущерб в экономическом, политическом и социальном плане [5].

Учитывая немалый ущерб, наносимый экономике и обществу производителями контрафактной продукции, государственные ведомства и правоохранительные органы ведут с контрафактом постоянную борьбу. Противостоять экспорту и импорту контрафактных товаров призваны таможенные органы. В их задачи входит:

- выявление и задержание контрафактной продукции;
- взаимодействие с правообладателями интеллектуальной собственности (торговых марок, программного продукта, видеофильмов, аудиодисков и проч.);
- проведение экспертиз подлинности (аутентичности) товаров под заявленными брэндами;
- изъятие и уничтожение контрафактной продукции;
- проведение следственных мероприятий и участие в судебных процессах по фактам ведения бизнеса под чужим именем;
- составление и ведение Таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности;
- взаимодействие с Госторгинспекцией, предпринимательскими объединениями и силовыми структурами в вопросах изготовления, распространения и торговли контрафактной продукцией [3].

Российская таможенная служба в своей работе по предотвращению изготовления и распространения контрафактной продукции руководствуется нормами Таможенного кодекса (гл. 46 ТК ТС) и Кодекса об административных правонарушениях (КоАП). Статьи 14.10 и 7.12 КоАП РФ позволяют таможенным органам проводить расследования, связанные с нарушением прав владельцев интеллектуальной собственности. Введение процедуры расследования дает возможность таможене применить все процессуальные действия, которые предусмотрены КоАП РФ для доказательства вины в совершении правонарушения лицом, привлекаемым к административной ответственности [2].

Учитывая то обстоятельство, что как таможенные органы, так и владельцы товарных знаков заинтересованы в пресечении деятельности по изготовлению и торговле контрафактными товарами, между таможен и правообладателями осуществляется, чаще всего, тесное взаимодействие по многим вопросам. Так, например, представители компаний-правообладателей консультируют сотрудников таможни в части распознавания подделок, в проведении экспертиз, по техническим аспектам.

Согласно ТК ТС ст. 328, таможенные органы принимают меры по защите прав на объекты интеллектуальной собственности, таможенный реестр которых ведется данными таможенными органами в государстве – члене таможенного союза, и объекты интеллектуальной собственности, включенные в единый таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности государств – членов таможенного союза, а также в отношении объектов интеллектуальной собственности, не включенных в такие таможенные реестры [1]. Таким образом, главным инструментом сотрудничества с правообладателями выступает Реестр объектов интеллектуальной собственности ФТС России. Данный реестр облегчает задачу пресечения деятельности изготовителей контрафактной продукции. Владелец торговой марки («Coca-Cola», «Rolex», «Nike», «Chanel» и т. д.) вносит в таможенный реестр список производителей и продавцов (импортеров/экспортеров) легальной продукции (товаров, содержащих объект интеллектуальной собственности – торговую марку, знак обслуживания, изобретение и т. д.). Таможенный реестр интеллектуальной собственности позволяет представителям таможенной службы быстро определить контрафакт. Опубликование перечня объектов интеллектуальной собственности, внесенных в Реестр, осуществляется в официальных изданиях ФТС России и на официальном интернет-сайте www.customs.ru [3].

Если при совершении таможенных операций таможенным органом обнаружены признаки нарушения прав интеллектуальной собственности, выпуск таких товаров приостанавливается сроком на 10 рабочих дней.

По запросу правообладателя или лица, представляющего его интересы, этот срок может быть продлен таможенным органом, но не более чем на 10 рабочих дней, если указанные лица обратились в уполномоченные органы за защитой прав правообладателя.

Решения о приостановлении выпуска товаров и о продлении срока приостановления выпуска товаров

принимаются в письменной форме руководителем таможенного органа или уполномоченным им лицом.

По истечении срока приостановления выпуска товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности, выпуск таких товаров возобновляется, за исключением случаев, когда таможенному органу представлены документы, подтверждающие изъятие товаров, наложение на них ареста либо их конфискацию, либо иные документы в соответствии с законодательством государств – членов Таможенного союза [1].

В заключение следует отметить, что позитивные результаты в борьбе против изготовления и распространения контрафактной продукции может дать выработка комплекса мер: повышение уровня знаний в вопросах защиты объектов интеллектуальной собственности среди работников таможенных органов, повышение качества проводимых досмотров, совершенствование законодательных вопросов. Большое значение имеет также тесное сотрудничество между правоохранительными и таможенными органами государств, заинтересованных в снижении уровня международного потока контрафактных товаров. Международное сотрудничество предполагает развитие правовых, технических и административных основ для упрощения таможенных процедур, например, создание единой международной информационной системы, которая будет способствовать обмену оперативно значимой информацией и помощи в таможенных вопросах с таможенными органами многих стран. Подтверждается важность более активного взаимодейст-

вия с правообладателями товарных знаков с целью получения от них необходимой информации и методических пособий, позволяющих выявлять контрафактную продукцию. Эта необходимость связана с тем, что отличить визуально контрафактную продукцию от оригинальной становится все труднее.

Библиографические ссылки

1. Таможенный кодекс Таможенного союза (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 № 17) (ред. от 16.04.2010).
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 02.10.2012).
3. Статья vadim-galkin.ru [Электронный ресурс] // Контрабанда и контрафакт (Часть 4). Контрафактные операции. Роль таможенной службы в борьбе с контрафактом. URL: <http://vadim-galkin.ru/politics/customs/role-of-customs/>.
4. Статья [Lib.Ru](http://world.lib.ru) [Электронный ресурс] // Таможенные органы в борьбе с контрафактом в России и за рубежом. URL: http://world.lib.ru/p/palej_t_1/tamozhennueorganivborbeskontrafactomvrossiiizarubezhom.shtml.
5. Российская газета [Электронный ресурс] // Контрафакт отмечают на «дорожной карте». URL: <http://www.rg.ru/2012/10/16/poddelka.html>.

© Бронников В. О., 2013

УДК 658.7

Е. В. Бунавцова

Научный руководитель – Н. Т. Аврамчикова
Сибирский федеральный университет, Красноярск

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ МУНИЦИПАЛЬНО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ

Рассматриваются процессы управления муниципально-частными проектами как одной из форм проектов государственно-частного партнерства на муниципальном уровне. Описаны основы реализации МЧП-проектов, приведены схема формирования инвестиционной политики в муниципальном образовании по реализации инфраструктурных проектов.

Муниципально-частное партнерство представляет собой совокупность договоров, соглашений или контрактов по совместному использованию материальных и нематериальных ресурсов общества (местного самоуправления) и частного сектора (частных предприятий) на долговременной и взаимовыгодной основе для создания общественных благ (благоустройство и развитие территорий, развитие инженерной и социальной инфраструктур) или оказания общественных услуг (в области образования, здравоохранения, социальной защиты и т. д.) [1; 3]. Подобные МЧП-проекты способны обеспечить на длительную перспективу стабильный экономический рост муниципальных образований через увеличение показателей занятости

населения, развития торговли, увеличение спроса на бытовые услуги и т. п.

Наиболее распространенной формой создания МЧП – в России является концессия. Грамотное и эффективное управление МЧП-проектами несомненно позволит реализовать те преимущества, которые имеются у муниципальных образований. Комплекс преимуществ реализации МЧП-проектов можно разделить на два уровня и представить в виде таблицы [5; 3; 2].

Однако наличие преимуществ от использования модели ГЧП – и МЧП-проектов не уменьшает риски, с которыми сталкиваются как муниципальные образования, так и частный бизнес [4]. На сегодняшний

день важнейшей проблемой развития проектной практики МЧП в сфере инфраструктуры является неспособность муниципальных образований, имея привлекательные сферы и объекты для инвестирования, подготовить и «упаковать» проект для инвесторов. Другое основное препятствие для развития МЧП-практики – отсутствие квалифицированных частных компаний, владеющих ГЧП- и МЧП-инструментарием и вкладывающих средства в инфраструктурные проекты.

Основываясь на изложенном, в качестве рекомендаций, можно выделить следующие направления совершенствования развития ГЧП- и МЧП-проектов в России:

1. Дальнейшее формирование общей институциональной среды развития ГЧП (МЧП);
2. Совершенствование законодательной базы и расширение правоприменительной практики. Развитие региональной и муниципальной законодательной базы;

3. Создание единого государственного органа по вопросам ГЧП (МЧП), выработка единой концепции развития ГЧП (МЧП) в России;

4. Создание «центров компетенций» – организационных структур по инициированию и управлению проектами ГЧП (МЧП), в том числе в регионах;

5. Проведение информационной и образовательной работы в рамках продвижения ГЧП (МЧП). Решение кадровой проблемы.

На уровне муниципалитета решение вышеуказанных проблем облегчит прохождение административных процедур при реализации механизмов МЧП, увеличит приток частных инвестиций, решит проблемы городского бюджета в первую очередь по строительству объектов городской инфраструктуры и как результат увеличит социальный эффект от реализации инвестиционных проектов, осуществляемых на территориях муниципальных образований РФ.

Преимущества реализации МЧП-проектов

Для муниципального образования	Для частного бизнеса
– положительный бюджетный и социально-экономический эффект (возможность ускоренной реализации инвестиционного проекта); – привлечение частного капитала для строительства объектов общественного пользования; – перевод части рисков за адекватное вознаграждение на частных инвесторов; – оплата предоставляемых частным сектором услуг с возможностью сокращения денежных выплат в случае невыполнения требований по качеству; – привлечение управленческого и интеллектуального капитала частного сектора (управление проектом); – отсутствие бюджетных затрат на эксплуатацию объекта	– административное и политическое содействие государства в реализации проекта; – разделение рисков с государством; – гарантии со стороны государства: минимальной доходности; возврата вложенных средств, в виде права на получение доходов от платной эксплуатации объекта; частичного или полного возврата средств инвестора государством при неудачной реализации проекта; – возможность привлечения долгового финансирования; – затраты на проект в установленной доле; – сохранение стратегического контроля за создаваемыми активами путем передачи управленческих функций специальной проектной или управляющей компании

Библиографические ссылки

1. Белицкая А. В. Государственно-частное партнерство: историко-правовой аспект // История государства и права. 2010. № 21.
2. Дубровский В. Ж., Кузьмин Е. А. Управление проектами муниципально-частного партнерства как механизм обеспечения экономического развития муниципальных образований. Екатеринбург : УНИР ГОУ ВПО «УрГЭУ», 2012.
3. Кузьмин Е. А. Реализация проектов государственно-частного партнерства в муниципальных образованиях // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2010. № 4 (24). URL: <http://region.mcnip.ru>.

4. Никитенко С. М., Гоосен Е. В., Ковригина С. В. Партнерство бизнеса, власти и науки: состояние и перспективы / под ред. С. М. Никитенко. Кемерово : Сибирская издательская группа, 2012. 354 с.

5. Ревзина О. В., Минскова М. Г. Государственно-частные партнерства в России – правовое регулирование сегодня перспективы на будущее / Государственно-частное партнерство: пути совершенствования законодательной базы : сб. ст. ; под общ. ред. А. А. Зверева. М., 2009.

© Бунавцова Е. В., 2013

УДК 658.7: 339.9

А. С. Бутусин, О. В. Мирошниченко
Научный руководитель – А. В. Селиванов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВОЗВРАТНОЙ ЛОГИСТИКИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Предлагаются методы управления процессами возвратной логистикой с помощью которых регулируются потоки вторичного сырья в производственной системе предприятия.

Возвратная логистика – современная концепция управления отходами предприятий, как потоками вторичных ресурсов. Такая деятельность, предназначена для сокращения объема материалов в системе прямого перемещения и обеспечения повторной переработки остатков материалов.

Основой использования вторичных материальных ресурсов является их потенциальная способность заменять первичные ресурсы в обороте сырья. То, что вторичные ресурсы имеют материальную ценность, предопределяет их полезность. Как и для любого товара, полезность вторичных ресурсов субъективна, а поэтому разнообразна. Следовательно, все направления коммерции и логистики вторичных ресурсов обусловлены их полезностью, экономикой и экологичностью [1; 2].

Так, например, для ОАО «Машзавод» процесс образования отходов на предприятии не отслеживается и не сопровождается необходимой документацией, не формируются их базы данных. Из-за этого возникает проблема учета имеющихся и уже использованных отходов и соответственно возникает проблема с регулированием потоков вторичных ресурсов. Для устранения этой проблемы необходимо обеспечить решения ряда задач: классифицировать отходы по признакам; определиться с размещением склада возвратных потоков; установить условия хранения (отслеживать соблюдение условий и сроков хранения); экономичный раскрой материалов (использовать программные продукты, обеспечивающие эти возможности); маршрутизация отходов; автоматизация документооборота возвратной логистики; технологии утилизации отходов (повторное использование в новых проектах или продажа невостребованных отходов); разработать систему показателей движения возвратных ресурсов сбалансированной с ключевыми показателями производственной системы предприятия; формирование временной матричной структуры управления возвратными ресурсами; разработать систему рейтинговых оценок участников управления возвратной логистикой предприятия.

Для решения первой задачи в настоящее время предлагаются несколько классификаций возвратных потоков. Отходы, которые могут образоваться в процессе производства на ОАО «Машзавод» можно классифицировать по признакам [3]: марка, геометрические размеры, масса, остаточная стоимость, срок и условия хранения, направления использования отходов. Из данной классификации можно определить значения некоторых технико-экономических показате-

телей, которые способствуют оценке эффективности возвратной логистики на предприятии. Совокупность показателей должна согласовываться с общепринятой на предприятии сбалансированной системой ключевых показателей [4]. К общим показателям относятся: рентабельность продукции; удельная материалоемкость; коэффициент использования материалов; экономия расхода первичных материальных ресурсов; чистый дисконтированный доход. К частным показателям: коэффициент использования возвратных материальных ресурсов; коэффициент включения возвратных материалов (в проектных работах); коэффициент обмена возвратными ресурсами (учет работы группы предприятий или объединений холдингового формата); трудоемкость доставки возвратных ресурсов на рабочее место; коэффициент срока хранения возвратных материальных ресурсов; коэффициент пролеживания металлолома. Следует добавить, что рациональные области применения частных показателей характеризуются тем, что не допускается перерасход материальных ресурсов, поддерживается оборот возвратных ресурсов, выгодно замещаются первичные потоки ресурсов возвратными потоками.

Отходы образуются на двух этапах производства ОАО «Машзавод». В процессе подготовки материала к производству изделия и после производства. Образующиеся отходы, могут использоваться в производстве других изделий или не использоваться. Решение задач размещения, хранения, маршрутизации отходов имеет свои особенности для конкретных типов производств. Важными задачами, из перечисленных, являются экономичный раскрой материалов и автоматизация документооборота возвратной логистики.

Решение перечисленных задач должно производиться в локальном контуре управления процессами возвратной логистики [5]. Так, специалисты разных подразделений предприятия участвуют в подобной деятельности, что способствует повышению качества принимаемых управленческих решений и устранению упущенной выгоды в области возвратной логистики.

Следует добавить ещё возможности возвратной логистики на формирование дополнительной прибыли предприятия.

Возвратные отходы могут послужить дополнительным источником сырья и материалов и являются дополнительным доходом предприятия [6].

В заключении, следует сделать вывод, что эффективное управление процессами возвратной логистикой возникает в том случае, когда при анализе логистических операций определяется наилучшее соот-

ношение между издержками и устанавливаются направления деятельности предприятия, обеспечивающие повышение его прибыльности за счет регулирования потоков вторичного сырья.

Библиографический ссылки

1. Букринская Э. М. Реверсивная логистика : учеб. пособие. СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. 79 с.
2. Селиванов А. В., Вашилаев И. И. Методика эколого-экономического управления горным производством // Горный информационно аналитический бюллетень. М. : Изд-во МГГУ, 2009. № 11. С. 241–245.
3. Мирошниченко О. В., Селиванов А. В. Учет и классификация возвратных потоков промышленного предприятия // Современные проблемы экономического и социального развития : межвуз. сб. науч. тр. / под общ. ред. проф. Ю. В. Ерыгина ; Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. Красноярск, 2012. Вып. 8. С. 72–74.
4. Дыбская В. В. Взаимодействие смежных служб компаний при управлении логистическим сервисом //

Логистика: современные тенденции развития: материалы XI Междунар. науч.-практ. конф. СПб. : СПбГИЭУ, 2012. С. 92–94.

5. Selivanov A. V., Vashlayev I. I., Prokopovich D. A. Contour-Integrated Principle of Production Management on Mining Industry Enterprise // LOGISTICS & SUSTAINABLE TRANSPORT : Proceedings of the 9th International Conference (14–16 June 2012, Celje). Slovenia : Published by University of Maribor, Faculty of Logistics, 2012. P. 279–283.

6. Горских О. А., Селиванов А. В. Особенности управления логистическими затратами промышленного предприятия // Логистика: современные тенденции развития: материалы XI-ой Международной научно-практической конференции (19–20 апреля 2012 г., Санкт-Петербург) / ред. кол. В. С. Лукинский и др. СПб. : С.-Петерб. гос. инж.-экон. ун-т, 2012. С. 80–81.

© Бутусин А. С., Мирошниченко О. В., 2013

УДК 339.56.055

А. С. Бутусин, О. И. Чуркина
Научный руководитель – Д. А. Прокопович
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

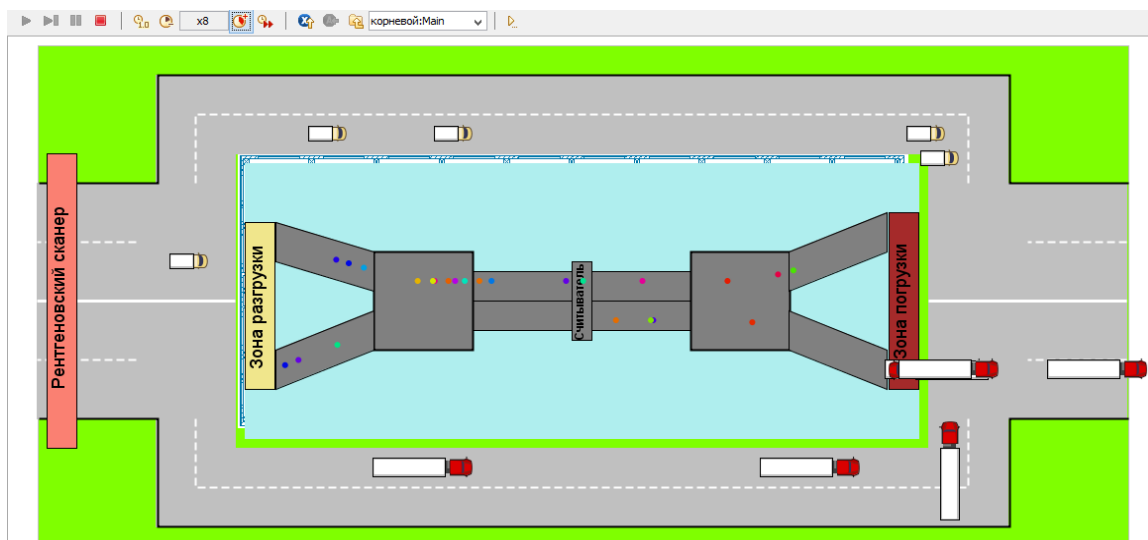
ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ТАМОЖЕННО-ЛОГИСТИЧЕСКОГО ТЕРМИНАЛА

В условиях рыночных отношений логистика решает вопросы эффективного продвижения товаров, как на внутреннем, так и на внешнем рынках. И в современном мире именно внешнеэкономическая деятельность является важным инструментом обеспечения прогресса российской экономики.

Особая роль при этом отводится таможенному регулированию как механизму, который обслуживает участников ВЭД. Однако в настоящее время на таможне РФ существует ряд проблем, которые препятствуют нормальному развитию нашей страны и существенно увеличивают логистические издержки на продвижение материального потока от производителя до потребителя. Во-первых, из-за досмотра вручную сильно увеличивается срок прохождения таможенного контроля. Также наблюдаются простои грузовых единиц из-за отсутствия предварительного информирования таможенной службы со стороны производителя. И еще одной проблемой является слишком большой объем бумажного документооборота. В свою очередь данное несовершенство процесса прохождения таможни РФ отражается на качестве и оперативности таможенного обслуживания различных грузов, а также создает предпосылки для нарушения таможенных правил и увеличения количества преступлений. А так как данная модель разработана еще в начале 1990 годов и на сегодняшний день безнадежно устарела и, мы считаем, что она требует немедленного переосмысления и модернизации.

В данной работе предлагается изменить модель таможенного контроля в России следующим образом – предполагается, что предприятие-производитель будет оснащать свои товары специальными метками наподобие RFID-меток, в которых хранится вся ин-

формация о товаре. После сравнения различных методов идентификации объектов RFID технология была выбрана благодаря своим характеристикам, которые на наш взгляд наиболее полно отвечают задачам, поставленным в работе. При этом для модернизации таможенного контроля на территории таможенно-логистических терминалов предполагается создание специальных ленточных конвейеров, по которым будет проходить груз и сканироваться стационарными считывателями, закрепленными рядом с конвейером на пути следования товаров, также для бесконтактного досмотра грузов будут использоваться рентгеновские сканеры. Предполагается, что перед отправкой груза для прохождения таможенного контроля производитель направит уникальные коды, присвоенные каждому товару, на таможню, где будет осуществляться сравнение заявленных и фактических кодов, что позволит исключить вариант провоза контрафакта. Далее груз будет сканироваться, и вся информация о товаре попадет в компьютер. Если груз соответствует всем требованиям, он продолжает свое движение до потребителя, в противном случае – он помещается на специальный склад, где проводится детальная проверка груза, а в случае нарушения законодательства – проводятся меры реагирования. Необходимо также отметить, что таможенная пошлина должна быть уплачена до непосредственной проверки груза, иначе партия не допускается к досмотру.



Модель таможенного контроля в России

Для наглядного представления предложенных изменений была разработана имитационная модель с использованием программного обеспечения AnyLogic.

В результате вложения государством данных инвестиций в инфраструктуру таможенной службы и осуществления данного проекта, мы получаем следующие результаты для различных заинтересованных сторон:

Эффекты для государства:

1. Повышение имиджа страны за счет улучшения качества и оперативности таможенного контроля.
2. Развитие внешнеэкономических отношений и увеличение товарооборота с другими странами.

Эффекты для таможни:

1. Автоматизация таможенного контроля.
2. Уменьшение загруженности таможенно-логистических терминалов.
3. Уменьшение количества случаев провоза запрещенных к свободному обращению товаров через таможенную границу.

4. Сокращение объема бумажного документооборота.

Эффекты для предпринимателей:

1. Сокращение времени прохождения грузов через таможенную границу, что в свою очередь сокращает общее время доставки товаров до потребителя.

2. Экономия денежных средств за счет снижения длительности доставки грузов, отсутствия дополнительных затрат на хранение на территории таможенно-логистического терминала.

3. Достижение конкурентного преимущества производителя за счет возможности снижения цены на

свою продукцию из-за экономии денежных средств при доведении товаров до потребителей.

4. Уменьшение риска потери и порчи товара.
5. Снижение субъективного фактора при прохождении грузов через таможенную границу.
6. Определение положения грузов в реальном времени за счет использования специальных меток.

Эффекты для конечных потребителей:

1. Сокращение времени получения необходимого товара.
2. Возможность покупки изделия по более низким ценам из-за экономии производителя.
3. Гарантия подлинности приобретенного товара благодаря использованию RFID-меток.

Библиографические ссылки

1. Бакаева О. Ю., Матвиенко Г. В. Таможенное право : курс лекций. 2009.
2. Покровская В. В. Таможенное дело : учебник. 2011.
3. Сандип Лахири RFID. Руководство по внедрению. Кудиц-Пресс, 2007.
4. Финкенцеллер К. Справочник по RFID. Изд. дом «Додэка-XXI», 2008.
5. URL: <http://aleut-broker.su>.
6. URL: http://www.badshops.info/art_sviaz/art_sviaz2.shtm.
7. URL: <http://interid.ru/store/internet-magazin/rfid-metki/trace-tech-id>.

© Бутусин А. С., Чуркина О. И., 2013

В. С. Горошко
Научный руководитель – Я. И. Шамлицкий
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КЛАССИФИКАЦИЯ ХАРАКТЕРИСТИК АДАПТИВНЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ДОРОЖНЫМ ДВИЖЕНИЕМ

Приведена классификация характеристик адаптивных систем управления дорожным движением. Произведено сравнение рассматриваемых систем на основе их характеристик.

Адаптивные системы управления дорожным движением (АСУДД) могут быть классифицированы различным образом. Некоторые из них лучше приспособлены для работы в артериальных сетях (например, ACS Lite и SCATS), в то время как другие лучше проявили себя в работе с многоузловыми сетями или сетями с решетчатой геометрией (например, SCOOT и UTOPIA) [1]. Однако, различные концепции и эксплуатационные характеристики, присущие всем этим АСУДД далеко не всегда подразумевают кардинальные различия в эффекте, получаемом при их применении.

Каждая из представленных АСУДД представляет собой нечто уникальное. Поэтому четкое сравнение особенностей каждой АСУДД практически невозможно. Однако, все же была сделана попытка оценить и сравнить различные принципы работы этих АСУДД. Среди всего многообразия принципов были обозначены наиболее значимые и представляющие наибольший интерес.

1. Обнаружение.

Различные АСУДД используют различные методы детектирования для оценки состояния движения, которая впоследствии используется для разработки стратегий регулирования движения в дорожной сети. Всего существует четыре базовых типа местоположения детекторов, используемых большей частью АСУДД:

- Детекторы стоп-линии (например, в некоторых АСУДД в США, а также в SCATS [2]).
- Детекторы «вблизи стоп-линий».
- Секторные детекторы mid-block.
- Секторные детекторы far-side [3].

Каждый из этих способов расположения детекторов диктует, в некоторой степени, применение определенного типа адаптивной логики регулирования движения, использующего в любом случае несовершенные измерения текущего транспортного состояния, обусловленные местоположением, числом детекторов и точностью технологии обнаружения.

2. Метод оптимизации.

Есть общепринятое понятие среди практиков использования АСУДД, что большинство АСУДД оптимизирует длительности сигнала. В действительности некоторые из них выполняют некоторую оптимизацию, которая обычно ограничивается одним пересечением. В некоторых процессах оптимизации используются эвристические методы, тогда как другие используют обширные методы поиска. Часть АСУДД формально не занимаются оптимизацией (отсутствует

процесс поиска и целевая функция); вместо этого, они регулируют длительности сигналов при помощи некоторых эвристических методов и общих концепций транспортного регулирования.

3. Иерархичность.

Интересно отметить, что все почти все АСУДД так или иначе, работают на двух или больше иерархических уровнях. Хотя некоторые системы характеризуются как более иерархические, чем другие, у них всех есть компонент, который использует параметры локальных контроллеров, а также тактических (или стратегических) компонент, который контролирует живой отклик регулирования движения на более высоком уровне [3]. Например, SCOOT, которую часто считают главным примером централизованных АСУДД, опрашивает локальные контроллеры, чтобы принять решение о пропуске пустых фаз (фаз без загрузки).

4. Регулируемые характеристики сигналов.

Большинство АСУДД управляет тремя главными типами длительностей сигналов: временем зеленого сигнала, длиной цикла и смещением. Однако, есть несколько АСУДД, которые не следуют этому правилу, потому что они все еще находятся в разработке (например, ACS Lite) или потому что их действия не основаны одновременно на всех трех длительностях сигналов (например, RHODES, InSync, и некоторые версии OPAC не используют длины цикла). С другой стороны лишь некоторые АСУДД регулируют или оптимизируют фазу, упорядочиваемую в режиме реального времени (например, BALANCE, MOTION и InSync) [1]. Это, прежде всего, потому что частые изменения в упорядочиваемой фазе могут вызвать негативные воздействия на движение.

5. Гибкость перестроения.

Для некоторых АСУДД (например, SCOOT, SCATS и LA ATCS) необходимо разделять всю область покрытия АСУДД на несколько подсистем [1]. В таком случае граничащее пересечение в одной подсистеме может иногда извлекать выгоду при исключении ее из текущей подсистемы и присоединения к соседней подсистеме. Если АСУДД поддерживает автоматическую переконфигурацию подсистем, говорят, что АСУДД поддерживает гибкое перестроение. SCATS известен своей логикой «marriage and divorce» (досл.: брак и развод), которая поддерживает автоматическую переконфигурацию подсистем, основанных на predetermined критериях [2].

В результате данной работы, помимо прочего, были сделаны некоторые интересные наблюдения:

– Высокое сходство принципов работы MOTION и BALANCE отражает тот факт, что эти две системы были разработаны в схожей среде в Германии в соответствии с немецкими стандартами и политикой.

– RHODES, OPAC, и InSync – системы, которые не нуждаются, чтобы локальные контроллеры использовали свою собственную логику.

– SCATS – единственная полностью реактивная система, которая не использует никакой транспортной модели, и, тем не менее, это одна из наиболее широко используемых АСУДД.

Библиографические ссылки

1. *Adaptive Traffic Control Systems: Domestic and Foreign State of Practice [Электронный ресурс] NATIONAL COOPERATIVE HIGHWAY RESEARCH*

PROGRAM : [2010]. URL: http://onlinepubs.trb.org/onlinepubs/nchrp/nchrp_syn_403.pdf (дата обращения: 21.03.2013).

2. *SCATS. Adaptive Traffic Control System [Электронный ресурс] TransCore Electronic Toll Collection Systems, RFID Products and Vehicle Tracking Systems* : [2013]. URL: http://transcore.com/pdf/SCATS_Brochure.pdf (дата обращения: 23.03.2013).

3. *Traffic Control Systems Handbook [Электронный ресурс] FHWA U.S. Department of Transportation* : [2013]. URL: http://ops.fhwa.dot.gov/publications/fhwahop06006/chapter_1.htm. (дата обращения: 24.03.2013).

© Горошко В. С., 2013

УДК 658.7

Д. А. Жиров

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

УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Рассматривается понятие денежный поток, а также описание процесса управления движением денежных средств, включающий в себя определенные процедуры.

В современных условиях хозяйствования многие предприятия поставлены в условия самостоятельного выбора стратегии и тактики своего развития. Осуществление почти всех финансовых операций предприятия генерирует определенное движение денежных средств в форме их поступления и расходования. Это движение денежных средств функционирующего предприятия во времени представляет собой непрерывный процесс и определяется понятием «денежный поток» [1].

Информация о движении денежных средств, связанных с финансовой деятельностью, позволяет прогнозировать будущий объем денежных средств, на который будут иметь права поставщики капитала предприятия.

Управление денежными потоками компании является важной составной частью общей системы управления ее финансовой деятельностью. Эффективное управление денежными потоками требует формирования специальной ее политики, как части общей финансовой стратегии компании. Процесс реализации данной политики разрабатывается в соответствии со следующими основными этапами:

- анализом денежных потоков компании в предстоящем периоде;
- исследованием факторов, влияющих на формирование денежных потоков компании;
- обоснованием типа политики управления денежными потоками компании;
- выбором направлений и методов оптимизации денежных потоков компании, обеспечивающих реализацию избранной политики управления ими;

- планированием денежных потоков компании в разрезе отдельных их видов;

- обеспечением эффективного контроля реализации избранной политики управления денежными потоками компании [2].

Эффективное управление денежными потоками повышает степень финансовой и производственной гибкости компании, так как приводит к:

- улучшению оперативного управления, особенно с точки зрения сбалансированности поступлений и расходования денежных средств;
- увеличению объемов продаж и оптимизации затрат за счет больших возможностей маневрирования ресурсами компании;
- повышению эффективности управления долговыми обязательствами и стоимостью их обслуживания, улучшению условий переговоров с кредиторами и поставщиками;
- созданию надежной базы для оценки эффективности работы каждого из подразделений компании, ее финансового состояния в целом;
- повышению ликвидности компании.

В результате высокий уровень синхронизации поступлений и расходований денежных средств по объему и во времени позволяет снизить реальную потребность предприятия в текущем и страховом остатках денежных активов, обслуживающих основную деятельность, а также резерв инвестиционных ресурсов для осуществления реального инвестирования.

В настоящее время банки предлагают различные кредитные продукты: овердрафт, срочные кредиты, кредитные линии, банковские гарантии, аккредитивы

и др. Для устранения краткосрочных кассовых разрывов предпочтительным считается использование овердрафта, но при постоянном использовании заемного капитала выбор видов кредитных продуктов должен основываться на учете действия финансового и операционного рычагов. На стадии оперативного управления синхронизация денежных потоков осуществляется посредством составления и выполнения платежного календаря, отражающего конкретные сроки, объемы, источники поступлений и направления расходования денежных средств [3; 5].

Управление денежными потоками означает осуществление их: планирования; прогнозирования; бюджетирования; текущего учета и контроль; анализа денежных потоков [4].

Подводя итоги вышесказанному можно сделать вывод что, управление денежными потоками – важнейший элемент финансовой политики предприятия, оно пронизывает всю систему управления предприятия. Важность и значение управления денежными потоками на предприятии трудно переоценить, поскольку от его качества и эффективности зависит не только устойчивость предприятия в конкретный период времени, но и способность к дальнейшему раз-

витию, достижению финансового успеха на долгую перспективу. Денежные потоки – один из центральных элементов жизнедеятельности любого предприятия. Управление ими является неотъемлемой частью управления всеми финансовыми ресурсами предприятия для обеспечения цели предприятия – получения прибыли.

Библиографические ссылки

1. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами / пер. с англ. М. : Финансы и статистика, 2008.
2. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. М. : Экономика, 2009.
3. Тренев Н. Н. Управление финансами. М. : Перспектива : Юрайт, 2007.
4. Бланк И. А. Управление денежными потоками. 2-е изд. Киев : НикаЦентр, 2007.
5. Хахонова Н. Н. Методологические аспекты формирования учетноаналитического обеспечения управления денежными потоками коммерческих организаций. Ростов н/Д: РГЭУ «РИНХ», 2005.

© Жировов Д. А., 2013

УДК 656.07

А. С. Зверева

Научный руководитель – М. В. Пименова

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

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

Определены основные особенности транспортных услуг, которые необходимо учитывать при оценке их качества.

С развитием рынка и обострением конкуренции на рынке решающим фактором при выборе транспортно-экспедиторской компании является качество транспортных услуг. Чтобы в полной мере соответствовать требованиям клиентов необходимо изучать запросы потребителей, возможности конкурентов, точно устанавливать и профессионально осуществлять маркетинговую стратегию транспортного обслуживания заказчиков. Под понятием «транспортная услуга» понимают не только перевозку грузов, но и операции, связанные с подготовкой и осуществлением этого процесса (погрузка, разгрузка, экспедирование, подготовка перевозочных средств, информационные и страховые услуги и др.). Качество транспортной услуги зависит от качества транспортного обслуживания, качества эксплуатационной работы и является частным случаем качества транспортной продукции. Процесс предоставления транспортных услуг в соответствии с установленными нормами и требованиями называется транспортным обслуживанием.

Показателем качества услуги является количественная характеристика одного или нескольких потребительских свойств услуги. Качество оценивается по

совокупности характеристик, определяющих их пригодность удовлетворять потребности грузоотправителей и грузополучателей в соответствующих перевозках. Результаты исследований, показывают, что привлечение нового клиента обходится гораздо дороже, чем удержание старого. Улучшение качества транспортного обслуживания ведет к увеличению клиентской базы и росту доходов. Удовлетворенность клиента предоставленной транспортной услугой определяется такими критериями качества как скорость, своевременность и безопасность перевозки, сохранность грузов, полнота удовлетворения спроса по объемам перевозок, комплексность транспортного обслуживания, доступность и уровень транспортного сервиса, оперативность и культура обслуживания клиентов при оформлении договоров и заказов на перевозку и т. д. Для того чтобы соответствовать требованиям клиентов нужно изучать их запросы, подход к каждому из них должен быть индивидуальным и предусматривать высокий уровень предоставляемых транспортных услуг при минимальном уровне затрат.

Можно выделить следующие особенности обеспечения качества транспортной услуги.

1. Качество транспортных услуг трудно оценить численно. Большинство показателей качества транспортной услуги не поддаются прямому количественному измерению, их можно оценить только экспертным путем, что значительно затрудняет процесс оценки. Однако многие качественные характеристики, субъективно оцененные клиентами, могут быть подвергнуты количественному измерению самой транспортной организацией при наличии разработанной методики их оценки.

2. Важным показателем качества является комплексность предоставления транспортной услуги, следовательно, качество услуги в целом определяется качеством каждой подуслуги. Клиент, как правило, предпочитает пользоваться услугами одного транспортного предприятия, у которого комплексно обеспечивалось бы интегрированное удовлетворение всех требуемых ему услуг. Несоответствие в качестве отдельной подуслуги может нивелировать качественное выполнение других подуслуг, в результате чего услуга в целом будет восприниматься как некачественная.

3. Поскольку производство транспортной услуги и ее потребление происходит одновременно, то предварительная аттестация качества услуги может быть недостаточно достоверной. Специфика транспортных услуг состоит в том, что их невозможно отозвать, исправить или верифицировать после предоставления. Основными несоответствиями в деятельности могут быть отклонения от ранее оговоренных параметров по составляющим, характеризующим деятельность производственных бизнес-процессов компании. Часть этих критериев согласовывается с клиентом перед началом работы, а часть критериев является внутренним требованием компании и гарантируется по умолчанию перед началом сотрудничества. Устранение выявленного несоответствия возможно только в случае его обнаружения на промежуточном этапе предоставления услуги. Для этого прорабатываются возможности устранения несоответствия путем улучшения аналогичных параметров на следующих этапах процесса предоставления услуги.

4. Непосредственное взаимодействие исполнителя услуги и ее потребителя, таким образом, клиент сам является участником технологии ее выполнения. При оказании транспортных услуг клиент опосредованно может влиять на качество ее исполнения. Это возможно, например, в случае предоставления клиентом недостоверной или неполной информации о предъявляемом к перевозке грузе. Для транспортной компании это чревато выбором нерационального типа

транспортного средства или технологии перевозки, погрузки или крепления, в результате чего возникнут несоответствия или нарушения в ходе выполнения транспортной услуги.

5. Важную роль в ощущении удовлетворенности потребителя при оказании транспортных услуг играют вопросы личного взаимодействия и обстановки. Наиболее важным зачастую является не действительное состояние вещей, а восприятие их потребителем, чье поведение может быть непредсказуемым. При оказании транспортных услуг потребители сами должны выбрать маршрут и способ доставки, оформить документы, доставить груз в пункт отправления и забрать из пункта назначения. Таким образом, потребители являются, по сути, частью рабочей силы при оказании услуг, поэтому необходимо создать для них соответствующие условия, провести обучение.

6. Исполнитель услуги не является собственником результата, кроме того, провести испытания для объективной проверки этого результата не всегда возможно. Это обстоятельство вызывает сложности при определении значений показателей качества транспортной услуги и комплексной оценке его уровня.

Чтобы учесть особенности обеспечения качества транспортной услуги особое значение приобретают экспертные методы оценки. Одним из эффективных, наглядных и полезных инструментов измерения качества обслуживания является использование методики SERVQUAL. Она была разработана с целью преодоления сложности перевода абстрактных рассуждений о качестве услуг в плоскость конкретных управленческих решений по улучшению качества обслуживания потребителей.

При проведении исследования необходимо решить две основные задачи. Во-первых, требуется выявить ожидания потребителя в отношении услуги, т. е. что потребитель рассчитывает получить при взаимодействии с компанией, предоставляющей услугу. Во-вторых, необходимо произвести оценку воспринимаемого качества услуги.

Транспортные компании должны регулярно осуществлять аудит качества услуг путем изучения клиентской базы, претензий, писем и предложений, а также с помощью специально созданных команд по аудиту качества. Измерение качества транспортного обслуживания должно основываться на тех же критериях, которыми руководствуются покупатели транспортных услуг.

© Зверева А. С., 2013

УДК 347.77

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

ПРОБЛЕМЫ ТАМОЖЕННОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Рассмотрены сущность, цель и проблемы таможенной экспертизы и ее применение при таможенном контроле, а также пути их решения.

Отталкиваясь от нормативной базы РФ, можно сформулировать следующее определение: таможенная экспертиза – это разрешение вопросов, возникающих при производстве таможенного оформления, или при проведении таможенного контроля, либо в стадии принятия таможенными органами предварительного решения, либо в иных таможенных целях, если разрешение таких вопросов требует специальных знаний.

Так, статья 330 Таможенного кодекса Таможенного союза содержит положение, согласно которому на основании заявлений правообладателей объекты интеллектуальной собственности включаются таможенными органами в Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности, который ведется в таможенном органе государства-члена таможенного союза в порядке и на условиях, установленных законодательством государств-членов таможенного союза [1].

Экспертиза, связанная с исследованием объектов интеллектуальной собственности, назначается таможенными органами и проводится экспертно-криминалистическими службами в рамках таможенного оформления и контроля.

По действующему законодательству в таможенных целях экспертизу назначают в порядке, предусмотренном Федеральным законом от 31.05.2001 г. «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» № 73-ФЗ и следующими нормативно-правовыми документами Российской Федерации [5]:

- при осуществлении таможенного контроля, статьей 138 ТК ТС «Таможенная экспертиза назначается в случаях, если для разъяснения возникающих вопросов при совершении таможенных операций требуются специальные познания» [1];

- при проведении экспертиз по делам об административных правонарушениях в области таможенного дела (нарушение таможенных правил) статьей 26.4 Кодекса РФ об административном правонарушении возникает необходимость в использовании специальных познаний в науке, технике, искусстве или ремесле судья, орган, должностное лицо, в производстве которых находится дело, выносят определение о назначении экспертизы [3];

- при проведении экспертиз в ходе расследования уголовных дел, относящихся к компетенции таможенных органов статьей 195 Уголовно-процессуального кодекса РФ «Признав необходимым назначение судебной экспертизы, следователь выносит об этом постановление» [4].

Цель таможенной экспертизы – получение ответа на вопросы, возникшие при осуществлении таможенного контроля.

Как отмечает А. В. Нестеров в своей статье о правовом регулировании таможенной экспертизы, анализ нормативно-правового регулирования судебно-экспертной деятельности в области таможенного дела свидетельствует о неблагоприятном положении дел в странах-участницах Таможенного союза [5].

По нашему мнению, проблема заключается в том, что при наличии большого количества экспертных организаций, выполняющих экспертизы в таможенных целях, нет правового документа, который единообразно регламентировал бы общие правовые аспекты назначения и производства экспертиз в таможенных целях, независимо в рамках таможенного контроля или любого вида судопроизводства.

Для исключения фактов получения противоречивых заключений экспертов в разных государствах-участниках при исследовании одного и того же образца товара в Таможенном кодексе Таможенного союза не должно быть отсылок к национальному законодательству государств-участников, регулирующему правовые отношения, юридические взаимодействия или формы юридических документов в сфере таможенной экспертизы.

Учитывая необходимость проведения исследования товарных знаков, должна быть введена правовая роль исследователя, на которую назначается должностное лицо экспертно-криминалистического подразделения таможенного органа при проведении исследования именно товарных знаков.

Кроме того, так как в таможенной практике России встречаются факты необоснованного назначения таможенной экспертизы специалисту, то необходимо четко разграничивать правовую роль эксперта и специалиста. В правовой доктрине существует разделение правовых ролей специалиста и эксперта, при этом специалисту запрещено проводить экспертизы и исследования.

Вопрос о необходимости создания в России специализированных судов для решения таможенных вопросов не раз поднимался в научных кругах, но так и не получил своего развития.

По мнению некоторых исследователей, таких как Е. И. Андреева, С. Н. Метельков, С. А. Кузьмин, А. В. Нестеров, необходим Федеральный закон «Об экспертизе», который охватывал бы как деятельность государственных, так и негосударственных экспертных учреждений и частных экспертов. Это несо-

мненно повлечет за собой необходимость кардинальной переработки многих норм закона, включая реорганизацию судебно-экспертной системы в целом.

Безусловно, нужен большой труд по решению всех обозначенных проблем, решение которых позволит на единой таможенной территории Таможенного союза:

- оптимизировать процесс назначения, организации и производства экспертиз в таможенных целях;
- снизить количество судебных решений не в пользу таможенных органов;
- поднять имидж таможенных правоохранительных служб государств-участниц Таможенного союза на должный уровень.

Библиографические ссылки

1. Таможенный кодекс Таможенного союза. М. : Рид Групп, 2012.
2. Об утверждении Порядка действий таможенных органов Российской Федерации при принятии мер по защите прав на объекты интеллектуальной собственности : Приказ Федеральной таможенной службы Российской Федерации от 25.03.2011 № 626.
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ.
4. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 № 174-ФЗ.
5. О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации : федер. закон от 31.05.2001 № 73-ФЗ.

© Казакова С. В., 2013

УДК 614.8.086.5

Д. К. Киселева, О. А. Немчинов

Научный руководитель – О. А. Немчинов

Самарский государственный аэрокосмический университет

имени академика С. П. Королёва (национальный исследовательский университет), Самара

АНАЛИЗ СТЕПЕНИ ВОЗДЕЙСТВИЯ СИСТЕМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ АВИАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПассажиРОВ АЭРОПОРТА

Произведен анализ безопасности и обоснованности применения металлодетекторной, мультимолновых и рентгеновских сканеров в аэропортах. Оценивается так же возможность оценки минимально и максимальной дозы облучения и возможность защиты от вредных воздействий всех представленных видов сканеров.

Вопросам антитеррористической защиты всегда уделялось большое внимание, особенно если дело касается особенно уязвимых объектов транспорта. Благодаря новым технологиям степень защиты в аэропортах сейчас находится на высоком уровне, но в последнее время СМИ всё чаще пишут об угрозе систем обеспечения авиационной безопасности для здоровья населения. Вот лишь некоторые примеры заголовков: «Роспотребнадзор обеспокоен массовым насаждением сканеров»; «Сканеры в аэропортах не опасны»; «Жесткие рамки. Роспотребнадзор предупреждает: сканирование в аэропортах вредно».

Противоречивые заголовки результат путаницы понятий. В целях безопасности полетов в каждом аэропорту действительно установлены сканеры, но не все они одинаково безопасны. Принципиально сканеры делятся на два типа – металлодетекторные (так называемые рамки) и сканеры, создающие полное изображение тела человека на экране [1].

Металлодетектор – электронный прибор, позволяющий обнаруживать металлические предметы. Принцип основан на возбуждении в зоне расположения металлического объекта импульсных вихревых токов. Системы признаны абсолютно безвредными и применяются повсеместно. Внешне выглядят как буква «П», через которую надо проходить не останавливаясь.

Если сканер выглядит как две будки, между которыми приходится останавливаться – это рентгенов-

ский сканер. Сканирование производится плоским веерообразным рентгеновским лучом. Система создает изображения с высоким разрешением, позволяющие оператору легко выявлять спрятанные опасные предметы. Безопасность для здоровья таких сканеров спорна: пассажир, прошедший контроль, получает дозу ионизирующего излучения. Количественное значение единовременной дозы зависит от модели установки. В таблице представлены две наиболее известные:

Название	Производитель	Норма дозы в год (по стране)	Доза за 1 досмотр	Безопасная доза в год (количество досмотров)*
Homosc an	СКБ«Медрентех», Москва, Россия	1мЗв	0,35 мкЗв	500
Secure 1000	Rapiscan, США	От 0,1 до 1мЗв (в разных штатах)	0,1 мкЗв	800

*По данным сайта «Бюро научно-технической информации» [2].

В таблице цифры безопасных досмотров не пропорциональны единовременным и по странам разные. В официальном экспертном заключении к установке

Номоскан указано: «При 1200 сканированиях в год, доза облучения контролируемого человека не превысит 0,3 мЗв в год, что составляет 30 %, от предела дозы. ... Если число индивидуальных контролей для отдельных людей может превысить 40 в год, то такой вид использования возможен только по согласованию с органами Роспотребнадзора» [3].

Важный момент: предел составляет 1мЗв, но при достижении цифры 14 мкЗв (40 сканирований), необходимо согласование. Дело в том, что нижнего порога появления биологического эффекта от радиации нет. Безопасная доза 1мЗв в год означает, что ежегодное такое облучение на протяжении 70 лет приводит к возникновению дополнительных 50 смертей на миллион человек. Такие числа называются приемлемыми, соизмеримо пользе от использования радиации [4]. Но национальные нормы радиационной безопасности не учитывают: не смертельные раки, вызванные радиацией, появление передающихся генетических мутаций, другие развивающиеся под воздействием радиации заболевания и широкий спектр иных последствий облучения.

Важно также знать, что эмбриональные клетки, сетчатка глаза и покровы кожи, ослабленные болезнями органы принимают на себя дозу, в порядке больше средней (1мЗв).

Можно обезопасить себя, зная следующее: многие страны уже отказались использовать рентгеновские сканеры; системы предназначены для выборочного контроля; часто летающим пассажирам, беременным и пассажирам со слабым здоровьем можно выбрать безопасную альтернативу – ручной досмотр.

Другой современной альтернативой является миллиметровый сканер, который использует в своей работе волны миллиметрового диапазона (радио-, световые или тепловые волны), т.е. неионизирующую радиацию, которая не вредит здоровью, но обеспечивает высокое качество изображения и достойный уровень безопасности. Многие аэропорты уже перешли только на миллиметровые сканеры. Внешне это кабины с двумя прозрачными стенами, где однократно перемещаются две антенны.

Таким образом, обеспечить свою безопасность пассажир может, если научиться визуально отличать одну установку от другой или будет уточнять информацию у сотрудников службы авиационной безопасности, и с осторожностью относиться к отелльному виду сканеров.

Библиографические ссылки

1. Патрышева А. Сканеры в аэропортах [Электронный ресурс] URL: <http://avia.travel.ru/airports/185242.html> (дата обращения: 15.01.2013).
2. Информационная система «Техника для спецслужб» [Электронный ресурс]. URL: www.bnti.ru (дата обращения: 15.01.2013).
3. Экспертное заключение на установку персонального досмотра «Номо-scan» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.медрентех.рф> (дата обращения: 18.01.2013).
4. Нормы радиационной безопасности (НРБ-99/2009).

© Киселева Д. К., Немчинов О. А., 2013

УДК 658.7

О. И. Ковалева

Научный руководитель – Н. В. Широченко

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

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ НА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Рассмотрены особенности реализации программы обеспечения необходимыми лекарственными средствами, описаны возможные риски при осуществлении данной программы и представлен перечень мероприятий, позволяющий их минимизировать.

Отличительной особенностью настоящего этапа развития логистики является стремительное возрастание роли услуг. Логистический подход в здравоохранении может быть использован на макро- и микроуровне. Он знаменует переход от управления объектами к управлению процессами. На микроуровне в здравоохранении каждое лечебно-профилактическое учреждение может рассматривать как объект материально-технического обеспечения с широкой номенклатурой материальных ресурсов (медикаментов, медицинского оборудования и т. д.). В сфере фармацевтического обеспечения логистический менеджмент может существовать как особый вид предпринимательства по закупке, хранению, доставке товаров потребителям.

Обеспечение мер социальной поддержки граждан в части лекарственного обеспечения (далее – ЛО) на территории края осуществляется в соответствии с нормативными и правовыми актами РФ и Красноярского края.

Финансирование расходов, связанных с оказанием гражданам государственной социальной помощи в виде набора социальных услуг (далее – НСУ), предусматривающей обеспечение необходимыми лекарственными препаратами, осуществляется за счет средств, поступающих в виде субвенций федерального бюджета бюджету края [1].

Участниками реализации программы на территории края являются: министерство здравоохранения Красноярского края (МЗ КК), Красноярский краевой

фонд обязательного медицинского страхования (ККФОМС), уполномоченная фармацевтическая организация, медицинские и аптечные организации.

В целях гарантированного обеспечения граждан лекарственными средствами, дополнительно введен особый порядок для федеральных льготополучателей. Так за счет средств краевого бюджета федеральным льготополучателям в 2011 г. отпущено лекарственных препаратов на сумму 131,6 млн рублей, за 10 месяцев 2012 г. – 35,2 млн рублей. Активно осуществляется доставка лекарственных препаратов на дом пациентам с ограниченными двигательными возможностями. С 2007 года организована работа «Горячей линии» для населения по вопросам ЛО [3].

Проблемы, возникающие при реализации программы выглядят следующим образом:

1. Нарушение страхового принципа программы за счет возможного отказа льготником от НСУ не позволяет обеспечить гарантированную качественную лекарственную помощь. Чем больше граждан сохраняют право на социальный пакет, тем больше средств приходится на финансовое обеспечение программы ОНЛС. В случае увеличения отказа льготников от НСУ, уменьшается финансирование, при том, что в программе, как правило, остаются тяжелобольные пациенты, нуждающиеся в дорогостоящей терапии.

2. Необходимость закупки лекарственных препаратов путем аукционов по международному непатентованному наименованию (далее – МНН), то есть по жесткому графику, с соблюдением длительной процедуры не позволяет оперативно предоставить лекарственную помощь в случае измененного спроса и учесть индивидуальные особенности организма.

3. В программе получают лекарственные препараты более 200 тысяч льготополучателей, в выписке и отпуске лекарственных препаратов участвуют 162 лечебных учреждений (далее – ЛУ), более 250 точек отпуска (аптек и аптечных пунктов), выписку препаратов осуществляют более 7 тысяч специалистов различного профиля и квалификации.

Существующие риски при реализации программы связаны как с количеством участников, так и условиями реализации. Наиболее существенные проблемы – недостаточное финансирование, недостоверность определения потребности в ЛП ЛУ и аптеками, перебои с поставками со стороны поставщиков, низкое качество исполнения заявок ЛУ, недостаточный контроль за обоснованностью назначения ЛП, что может вызвать дестабилизацию состояния льготного лекарственного обеспечения и социальное напряжение в регионе. Необходимость координации действий всех участников на обширной территории края по формированию и исполнению заявки на ЛП для льготополучателей, транспортировке товара, перемещению товарных остатков в случае изменения спроса, контроля

за исполнением программы на местах и т. д. при ограниченном кадровом ресурсе органа исполнительной власти, уполномоченного реализовывать программу ОНЛС – Министерство здравоохранения Красноярского края [2].

Тем не менее, в целях минимизации вышеуказанных рисков в крае проведена соответствующая работа, позволяющая обеспечить качество и доступность лекарственного обеспечения населению края, а именно:

1. Изменена организационная схема лекарственного обеспечения льготополучателей: с выделением уполномоченного склада с аптеко-проводящей сетью. Данная мера позволит обеспечить переходящий остаток лекарственных препаратов в аптеко-проводящей сети на начало следующего года.

2. Во исполнение поручения Губернатора Красноярского края № 20ГП снижен срок обслуживания по системе отсроченного обеспечения льготных рецептов: 10 рабочих дней до 7 календарных дней.

3. В амбулаторно-поликлинических учреждениях края введена новая форма выписки льготных рецептов: фельдшером через кабинет доврачебного приема для хронических больных, при стабильном течении заболевания.

4. Аптечными организациями осуществляется доставка лекарств на дом по льготным рецептам, принятым на отсроченное обеспечение.

Обеспечение льготными лекарственными препаратами в Красноярском крае осуществляет Государственное предприятие «Губернские аптеки», которое на сегодняшний день представляет собой широкую сеть государственных аптек и аптечных пунктов, расположенных на территории Красноярска и Красноярского края. В соответствии с распоряжением Правительства Красноярского края № 209-р от 31.03.2011 г. были объединены ГПКК «Губернские аптеки» и ККТП «Фармация». В связи с этим проведена реорганизация предприятий и принята новая структура управления.

Библиографические ссылки

1. О порядке отпуска лекарственных средств : Приказ Минздравсоцразвития РФ от 14.12.2005 № 785 (в ред. от 06.08.2007 г. № 521).
2. О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд : Федеральный Закон РФ от 21 июля 2005 г. №94-ФЗ «» (в ред. от 03.11.2010 № 290-ФЗ);
3. Министерство здравоохранения Красноярского края / Лекарственное обеспечение. URL: http://kraszdrazv.ru/documents/lekarstvennoe_obespechenie/page/2.

© Ковалева О. И., 2013

И. Ю. Козуля
Научный руководитель – Л. Г. Чернова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РЕПАТРИАЦИЯ РЕЗИДЕНТАМИ ВАЛЮТНОЙ ВЫРУЧКИ

Рассмотрены проблемы репатриации валютной выручки. Проанализирована ст. 19 ФЗ от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле», на основе которой были сделаны выводы о сроках и обязанностях резидентов при внешнеэкономических отношениях. Рассмотрена судебная практика, из которой выявлены проблемы применения норм об ответственности за нарушение требования о репатриации валютной выручки, в качестве основной отмечают проблему определения виновности лица. На основе проведенного исследования автором предполагается установить определенные требования по исполнению репатриации валютной выручки.

С принятием Федерального закона от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» существенные изменения претерпел институт репатриации валютной выручки российскими резидентами, призванный преодолеть «бегство капитала» из страны. Участникам гражданского оборота важно четко знать, в чем состоят требования к порядку репатриации валютной выручки, в том числе при проведении посреднических внешнеэкономических операций. В противном случае резиденты несут существенные экономические и правовые риски. Обязанность по репатриации валютной выручки.

Данная обязанность определена ст. 19 Закона и имеет два аспекта.

При осуществлении внешнеэкономической деятельности резиденты обязаны в сроки, предусмотренные внешнеэкономическими договорами (контрактами), обеспечить:

1) получение от нерезидентов на свои банковские счета в уполномоченных банках иностранной валюты или валюты Российской Федерации, причитающейся в соответствии с условиями указанных договоров (контрактов) за переданные нерезидентам товары, выполненные для них работы, оказанные им услуги, переданные им информацию и результаты интеллектуальной деятельности, в том числе исключительные права на них;

2) возврат в Российскую Федерацию денежных средств, уплаченных нерезидентам за не ввезенные на таможенную территорию Российской Федерации (неполученные на таможенной территории Российской Федерации) товары, невыполненные работы, не оказанные услуги, непереданные информацию и результаты интеллектуальной деятельности, в том числе исключительные права на них.

Резиденты вправе не зачислять на свои банковские счета в уполномоченных банках иностранную валюту или валюту Российской Федерации в следующих случаях:

– при зачислении валютной выручки на счета юридических лиц – резидентов или третьих лиц в банках за пределами территории Российской Федерации – в целях исполнения обязательств юридических лиц – резидентов по кредитным договорам и договорам займа с организациями-нерезидентами, являющимися агентами правительств иностранных государств, а также по кредитным договорам и договорам займа,

заключенным с резидентами государств – членов ОЭСР или ФАТФ на срок свыше двух лет;

– при оплате заказчиками (нерезидентами) местных расходов резидентов, связанных с сооружением резидентами объектов на территориях иностранных государств, – на период строительства, по окончании которого оставшиеся средства подлежат переводу на счета резидентов, открытые в уполномоченных банках;

– при использовании иностранной валюты, получаемой резидентами от проведения выставок, спортивных, культурных и иных аналогичных мероприятий за пределами территории Российской Федерации, для покрытия расходов по их проведению – на период проведения этих мероприятий;

– при проведении зачета встречных требований по обязательствам между осуществляющими рыбный промысел за пределами таможенной территории Российской Федерации резидентами и нерезидентами, оказывающими за пределами таможенной территории Российской Федерации услуги указанным резидентам по заключенным с ними агентским договорам (соглашениям), а также между транспортными организациями – резидентами и нерезидентами, оказывающими за пределами таможенной территории Российской Федерации услуги указанным резидентам по заключенным с ними договорам (соглашениям), а также при проведении зачета встречных требований по обязательствам между транспортными организациями – резидентами и нерезидентами в случае, если расчеты между ними осуществляются через специализированные расчетные организации, созданные международными организациями в области международных перевозок, членами которых являются такие транспортные организации – резиденты;

– при проведении зачета встречных требований по обязательствам, вытекающим из договоров перестрахования или договоров по оказанию услуг, связанных с заключением и исполнением договоров перестрахования, между нерезидентом и резидентом, являющимися страховыми организациями или страховыми брокерами;

– при зачислении валютной выручки на счета транспортных организаций – резидентов в банках за пределами территории Российской Федерации – в целях оплаты возникающих у таких транспортных

организаций за пределами территории Российской Федерации расходов, связанных с оплатой аэронавигационных, аэропортовых, портовых сборов и иных обязательных сборов на территориях иностранных государств, расходов, связанных с обслуживанием находящихся за пределами территории Российской Федерации воздушных, речных, морских судов и иных транспортных средств таких транспортных организаций и их пассажиров, а также расходов для обеспечения деятельности находящихся за пределами территории Российской Федерации филиалов, представительств и иных подразделений таких транспортных организаций.

Опираясь на статью 19 данного закона, можно сказать, что невозврат валютной выручки по основаниям иным, нежели указанным в ч. 2 ст. 19 Закона, контролирующими органами будет однозначно квалифицирован как нарушение законодательства о валютном регулировании и валютном контроле и повлечет привлечение к административной ответственности по части 4 или части 5 ст. 15.25 КоАП РФ либо к уголовной ответственности по ст. 193 Уголовного кодекса РФ.

Среди проблем применения норм об ответственности за нарушение, требования о репатриации валютной выручки в качестве основной отмечают проблему определения виновности лица при привлечении к административной ответственности. Согласно части 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ предусмотрена ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. Таким образом, должностным лицом, рассматривающим дело, должна быть дана оценка мерам, принятым лицом для зачисления выручки от экспорта товаров, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности или возврата денежных средств, перечисленных нерезидентам за не ввезенные на таможенную территорию Российской Федерации товары, невыполненные рабо-

ты, не оказанные услуги, переданные информация и результаты интеллектуальной деятельности. В одних случаях суды считают, что достаточными мерами является просто формальное направление контрагенту требования об оплате или возврате предоплаты, в других случаях даже обращения за юридической помощью в целях взыскания долга в стране нахождения контрагента не является достаточной мерой.

Такие меры не являются достаточными, поскольку при вывозе незаконной выручки участники внешне-торговой деятельности заключают соглашения, на продление внешнеторговых контрактов. Следовательно, административная и уголовная ответственность за нарушение требования о репатриации валютной выручки никоим образом не способствует борьбе с утечкой капитала из страны и, более того, создает дополнительные негативные последствия исключительно для добросовестных участников внешне-торговой деятельности. В самом деле, на практике организация, поставившая товары на экспорт и не получившая за них выручку вследствие недобросовестности контрагента, дополнительно обязана уплатить такую же сумму в виде административного штрафа. Поэтому вместо применения эффективных мер претензионно-исковой работы организация под страхом существенного административного наказания со стороны своего же государства вынуждена идти на поводу у своего недобросовестного контрагента и бесконечно продлять соглашениями срок расчета. Аналогичная ситуация в случае перечисления иностранному контрагенту аванса за поставляемые им товары.

Таким образом, необходимо установить определенные требования по исполнению репатриации валютной выручки:

1. Наладить механизмы противодействия злоупотреблению правом, в том числе, в виде заключения фиктивных контрактов;
2. Получения страховой выплаты при наступлении страхового случая по договорам страхования риска неисполнения нерезидентом обязательств.

© Козуля И. Ю., 2013

УДК 342.9

Е. В. Кузменко

Научный руководитель – И. В. Полухин

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

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРЕВОЗКИ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ГРУЗОВ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫМ ТРАНСПОРТОМ

Охарактеризован процесс международных железнодорожных перевозок, описан порядок взаимодействия таможенных органов и железных дорог.

Железнодорожный транспорт, в силу целого ряда причин и обстоятельств, стал и по сей день является основой транспортной системы Российской Федерации. Нет сомнений и в том, что и в будущем железным дорогам будет принадлежать лидирующее положение в транспортной системе страны. Но дальней-

шая глобализация мировой экономики бросает вызов Российским железным дорогам, подобный тем, с которым уже пришлось столкнуться другим транспортным компаниям. Постоянный рост экспортно-импортных операций и вовлечение предпринимателей в мировую торговлю, требуют адекватных мер со сто-

роны государства, транспортных компаний, и, прежде всего, таможенных органов и крупнейшего грузового перевозчика страны – ОАО «РЖД».

Международная железнодорожная перевозка – это перевозка грузов и пассажиров между двумя и более государствами на условиях международных железнодорожных конвенций. В Западной, Центральной и Восточной Европе действуют Соглашения о международных железнодорожных перевозках 1980 г. Россия также участвует в многосторонних международных региональных соглашениях по железнодорожным перевозкам – в Соглашении о международном грузовом сообщении 1951 г. и Соглашении о международном пассажирском сообщении 1951 г. Железнодорожные перевозки в отсутствие международного транспортного соглашения не являются международными, а имеют национально-правовой характер. Такая перевозка разбивается на несколько этапов и оформляется несколькими договорами перевозки: следование до пограничной станции — по закону государства места отправления, после пересечения границы по национальному праву соответствующего иностранного государства и т. д.

Железнодорожный транспорт является основным звеном транспортной системы России. Особая роль железных дорог Российской Федерации определяется большими расстояниями перевозок, отсутствием внутренних водных путей в главных сообщениях Восток – Запад, прекращением навигации на реках в зимний период, удаленностью размещения основных промышленных и аграрных центров от морских путей. Железнодорожная система России занимает второе место в мире по протяженности железнодорожных путей, уступая первенство лишь Соединенным Штатам Америки и первое место по протяженности электрифицированных магистралей. На сегодняшний день на российскую железную дорогу приходится 20 % мирового грузооборота железнодорожного транспорта. И это не удивительно, ведь российские пути входят в состав евразийской сети и связаны с железнодорожными системами Восточной Азии и Европы [2].

Какова сегодня ситуация с развитием железнодорожных международных перевозок в мире? Об этом, если внимательно изучить последние мировые новости, можно вполне объективно судить даже неспециалисту в этой области. Практически ежедневно говорится о том, что в системе международного железнодорожного сообщения происходят радикальные изменения. Развиваются такие направления перевозок, как контейнерные, пакетные. Усовершенствуется техническое обеспечение погрузочно-разгрузочных терминалов, складских, сортировочных помещений. Повсеместно внедряются новые методы высокоскоростного обслуживания железнодорожных грузовых составов в пунктах технического осмотра на пути следования. Осуществляется переход на централизованную схему оплаты за использование ж/д путей, составление маршрутного документа с наименьшим числом обязательных станций-стоянок, в том числе для осуществления таможенного контроля грузов. Все эти новшества призваны увеличить эффективность международных железнодорожных перевозок.

Касательно взаимодействия с таможенными органами, также существует нововведение, предназначенное для сокращения времени нахождения вагонов на железнодорожных пунктах пропуска в ожидании совершения таможенных операций и возможности заблаговременного планирования маневровых работ и отцепок – предварительное информирование.

Суть технологии предварительного информирования заключается в формировании документа о товаре и транспортном средстве и предоставлении ее таможенному органу до прибытия товара и транспортного средства на границу. По оценке таможен, это позволит сократить время проведения таможенных формальностей на границе до 15-20 минут. При предварительном информировании информацию может подавать не только участник ВЭД, но и любое заинтересованное лицо (перевозчик, экспедитор и др.). Информация может подаваться разными способами: через информационного оператора, через портал предварительного информирования в сети Интернет, или же путем создания собственной информационной системы, совместимой с информационной системой таможенных органов. При международной перевозке железнодорожным транспортом информация должна предоставляться за 2 часа до прибытия в пункт пропуска.

Таможенные органы осуществляют на основе поданной информации анализ рисков. Если рисков не выявлено, то осуществляется внутрисистемная обработка, форматно-логический контроль и присвоение уникального идентификатора предварительных сведений. При прибытии товаров и транспортных средств на таможенную территорию Таможенного союза заинтересованное лицо в пограничном пункте пропуска предъявляет распечатанный с компьютера штрих-код (т. е. идентификатор). Должностное лицо таможенного органа осуществляет запрос в систему, считывая штрих-код сканером, с последующей загрузкой предварительной информации в штатные программные средства. Затем осуществляются необходимые таможенные операции в пункте пропуска.

В предварительной информации должны обязательно указываться сведения о товарах, транспортных средствах их перемещающих, времени и месте прибытия. Если в течение 30 дней товар не прибыл, а предварительная информация подана, уникальный идентификатор аннулируется [1].

Если при проверке предварительной информации расхождения будут отсутствовать, то таможенные операции займут не более 15 минут, что значительно сократит время простоя, а значит и увеличит грузооборот.

Библиографические ссылки

1. Об утверждении Концепции системы информационного взаимодействия между ОАО «РЖД» и ФТС России при предварительном информировании : Распоряжение ОАО «РЖД» от 25.05.2009 № 1083р // РЖД – Партнер. Документы. 2009. № 19.
2. Железные дороги России. Общий курс. СПб. : Информационный центр «Выбор», 2004. 114 с.

© Кузменко Е. В., 2013

УДК 658.7

А. И. Куликова, Ю. В. Романова
Научный руководитель – Е. А. Нечушкина, Л. В. Иванова
Сибирский федеральный университет, Красноярск

ЛОГИСТИКА И ДИСЛОКАЦИЯ РИТЕЙЛЕРОВ НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ КОМАНДОР (Г. КРАСНОЯРСК)

Данная работа посвящена вопросу размещения торговых объектов, в частности магазинов сети «Командор», на Красноярском рынке ритейла. Авторами рассмотрена степень насыщения рынка города объектами торговли, определены «белые пятна», проанализировано размещение торговых объектов сети «Командор». В ходе работы выявлена и обоснована необходимость разработки новых принципов размещения торговых объектов.

За последнее десятилетие в российской экономике произошли кардинальные изменения в торговле. Основными изменениями являются существенное повышение удельного веса и абсолютных масштабов розничной торговли; движение в сторону внедрения западного опыта и тенденций. Одним из современных форматов торговли выступает торговая сеть, что обуславливает актуальность изучения выбранной темы [1; 4].

Цель исследования – анализ общих принципов организации и эффективного размещения торговых объектов, входящих в торговую сеть. Объект исследования – региональная торговая сеть «Командор» (г. Красноярск).

В процессе исследования были обозначены общие принципы размещения торговых объектов, как в зарубежной, так и в российской практике, проведен сравнительный анализ, а также анализ эффективности их применения в г. Красноярске. Авторами рассмотрена степень насыщения рынка города торговыми объектами, вследствие чего были выявлены, так называемые, «белые пятна» [5] (т. е. зоны, где торговые объекты представлены в недостаточном количестве, что свидетельствует о неудовлетворенности экономического спроса) и зоны, где наблюдается перенасыщение магазинами, детально проанализировано размещение торговых объектов сети «Командор» [3; 6].

В научной работе рассмотрена организация закупки товаров, в том числе проведен анализ основных поставщиков, а также эффективность размещения магазинов торговой сети «Командор» с позиции удаленности от складов поставщиков в г. Красноярске, а также результативность сотрудничества напрямую с производителями продовольственной продукции из районов Красноярского края [8].

Таким образом, в процессе анализа отмечено, что современная практика показывает необходимость разработки новых принципов размещения торговых объектов, что характерно, в том числе, и для г. Красноярска. На сегодняшний день наблюдается неравномерность размещения торговых объектов, отставание торговой инфраструктуры от темпов строительства и заселения. Перед Красноярском стоит и проблема качественного насыщения торговыми площадями: примерно половину торговых предприятий города составляют объекты нестационарной торговли – киоски, ларьки, палатки, а прирост новых торговых площадей осуществляется, в основном, за счет роста числа гипермаркетов и торговых центров [2; 3; 7].

Также были выявлены недостатки в размещении магазинов, входящих в исследуемую торговую сеть,

сформулированы выводы и предложения, в которых указывались «белые пятна» в г. Красноярске, создающие практически свободную от конкуренции нишу, и наиболее насыщенные торговыми объектами районы, к выходу на которые необходим особый подход, который должен обозначить исследуемое предприятие как явного лидера.

Научная новизна результатов состоит в формировании принципов рационального и клиентоориентированного размещения магазинов, входящих в розничную торговую сеть города. Практическая значимость результатов заключается в возможности их использования предприятиями розничной торговли при формировании сети собственных торговых объектов, а также органов местного самоуправления города Красноярска при принятии решений по поводу организации и проведении размещения розничной торговой сети.

Библиографические ссылки

1. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ : ФЗ от 28.12.2009 № 381-ФЗ (ред. от 30.12.2012).
2. Егоров В. Ф. Организация торговли: учебник для вузов. СПб. : Питер, 2006. 352 с.: ил.
3. Кулинич И. А. Совершенствование организации размещения розничной торговой сети города : автореф. дис. ... канд. экон. наук; 27.04.2012 / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. Красноярск, 2012. 26 с.
4. Кулинич И. А., Берг Т. И. Оценка эффективности размещения розничной торговой сети // Сегодня и завтра российской экономики : научно-аналитический сб. М. : Экономическое образование. 2010. № 40–41. С. 207–212.
5. Засыпкин В. От торговых комплексов к комплексной торговле [Электронный ресурс]. URL: <http://gornovosti.ru/tema/aktualno/ot-torgovykh-kompleksov-k-kompleksnoy-torgovle26266.htm>.
6. Зырянов А. В. Принципы размещения предприятий розничной торговли [Электронный ресурс]. URL: http://www.elitarium.ru/2009/12/29/principy_razmeshhenija.html.
7. Продуктовый ритейл Красноярска: взрыва не будет // Красноярское общественно-деловое издание «Дела.ru» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dela.ru/news/food-retail-plans/>.
8. Официальный сайт компании «Командор» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sm-komandor.ru/>.

© Куликова А. И., Романова Ю. В., 2013

УДК 347.77

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

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ ТОВАРАМИ, СОДЕРЖАЩИМИ ОБЪЕКТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Рассмотрен таможенный аспект развития международной торговли товарами, содержащими объекты интеллектуальной собственности.

Защита прав интеллектуальной собственности приобретает все большее значение в условиях глобализации мировой экономики и роста международной торговли. Через таможенную границу Таможенного союза перемещается все больше товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности, которая составляет значительную часть стоимости товаров. По некоторым оценкам, 80 % мировой торговли приходится на товары, содержащие интеллектуальную собственность [1].

В соответствии с ТК ТС одной из задач таможенных органов является обеспечение защиты прав интеллектуальной собственности на таможенной территории Таможенного союза, а также контроль за правильностью определения таможенной стоимости товара и взимания таможенных платежей. Поэтому при пересечении товарами таможенной границы Таможенного союза особое значение приобретают два аспекта: включение платежей за использование объектов интеллектуальной собственности в таможенную стоимость товаров, а также соблюдение мер по защите прав интеллектуальной собственности.

Использование технологий интеллектуальной собственности без надлежащих прав получило значительное распространение как среди развивающихся, так и среди развитых стран. Поэтому помимо контроля таможенной стоимости в отношении товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности, таможенными органами применяются меры по защите прав на объекты интеллектуальной собственности.

На специфичном рынке товаров, содержащих ОИС, недобросовестные участники внешнеэкономической деятельности могут получить конкурентные преимущества путем занижения таможенной стоимости товаров, нарушая права интеллектуальной собственности.

Необходимость обеспечения защиты прав интеллектуальной собственности, в том числе и при перемещении товаров через таможенную границу Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации, обусловлена постоянным увеличением объема объектов интеллектуальной собственности при международном перемещении товаров, особенно со вступлением России во Всемирную торговую организацию и требованием со стороны мирового сообщества к организации действенной защиты прав на ОИС, необходимостью защиты потребителя от некачественных товаров и рядом иных причин [2].

Несомненно, именно таможенные органы в большинстве случаев могут предотвратить ввоз контрафактных товаров на таможенную территорию Таможенного союза или их вывоз в другие государства. Вот

почему задачи в борьбе с незаконным оборотом объектов интеллектуальной собственности в условиях функционирования Единого экономического пространства возлагаются именно на таможенные органы.

Основной подход к защите интеллектуальной собственности таможенными органами при перемещении товаров через таможенную границу Таможенного союза заключается в реализации системы мер, связанных с приостановлением выпуска товаров, если таможенным органом обнаружены признаки нарушения прав интеллектуальной собственности [3].

Подводя итог, хотелось бы отметить, что таможенным органам принадлежит важная роль в защите прав интеллектуальной собственности при перемещении товаров через таможенную границу Таможенного союза. При этом существующий механизм защиты прав интеллектуальной собственности таможенными органами является основным барьером на пути проникновения контрафактной продукции на таможенную территорию Таможенного союза. Эффективная реализация таможенными органами Таможенного союза сложившейся системы мер защиты прав интеллектуальной собственности, а также дальнейшее совершенствование механизма борьбы с контрафактной продукцией и использование международного опыта защиты объектов интеллектуальной собственности будут не только способствовать предотвращению оборота контрафактной продукции на таможенной территории Таможенного союза, но и, что немало важно, будут способствовать позиционированию государств, образовавших Единое экономическое пространство, как способных обеспечить и гарантировать защиту прав интеллектуальной собственности национальным и зарубежным производителям.

Библиографические ссылки

1. Интеллектуальная собственность и ВТО [Электронный ресурс] // Креативная экономика. URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/22773/>.
2. Интеллектуальная собственность: таможенный аспект [Электронный ресурс] // TKS.RU – все о таможене. URL: <http://www.tks.ru/columns/ionicheva/2011/09/15/0001>.
3. Товары, содержащие объекты интеллектуальной собственности: роль таможенной оценки в регулировании внешнеэкономической деятельности [Электронный ресурс] // LAW MIX. Бизнес и власть. URL: <http://www.lawmix.ru/bux/24267>.

© Курдюк Ю. А., 2013

УДК 342.9

Е. А. Лапатская
Научный руководитель – Л. Г. Чернова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ТАМОЖЕННОГО ОФОРМЛЕНИЯ И ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ ТОВАРОВ В НЕТОРГОВОМ ОБОРОТЕ

На сегодняшний день в связи с развитием сотрудничества России с зарубежными странами и упрощению перемещения физических лиц, возрастает пассажиропоток и соответственно увеличивается объем перевозок, осуществляемых физическими лицами, что делает весьма актуальными проблемы эффективности таможенного оформления и таможенного контроля товаров в неторговом обороте.

В литературе нет однозначного понятия неторгового оборота. Для целей таможенного дела неторговый оборот можно определить как измеряемый в денежном выражении объем ввоза и вывоза товаров и транспортных средств, предназначенных для личных, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, нужд физических лиц.

Известно, что основная нагрузка в части сбора таможенных платежей приходится на юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, являющихся субъектами внешнеторгового оборота. Тем не менее, на сегодняшний день возросла численность физических лиц, перемещающих товары в неторговом обороте и потенциальная сумма платежей перечисляемых ими в бюджет.

В настоящее время на таможенную территорию Таможенного союза с освобождением от уплаты таможенных платежей можно ввезти товары для личного пользования, таможенная стоимость которых не превышает 1 500 евро в эквиваленте, или 10 000 евро при перемещении воздушным транспортом, и (или) общий вес которых не превышает 50 кг [1].

Если ввозимые товары для личного пользования превышают стоимостные и весовые показатели, физическое лицо обязано уплатить таможенные платежи по единой ставке 30 % от таможенной стоимости товаров, но не менее 4 евро за 1 кг веса, в части превышения стоимостной нормы 1 500 (10 000) евро в эквиваленте и (или) весовой нормы 50 кг. [1]

В случае ввоза неделимого товара (весом более 35 килограммов, состоящий из одной единицы или одного комплекта товара) уплачивается совокупный таможенный платеж.

Многие субъекты неторгового оборота пытаются воспользоваться данным льготами с целью ухода от налогов и нежелательных для них таможенных платежей, в результате чего государственный бюджет лишается большой доли потенциальных платежей.

Если под видом товаров для личного пользования заявлены и выпущены товары, ввезенные с целью их использования в предпринимательской деятельности, то такие товары считаются незаконно перемещенными через таможенную границу и к таким товарам после их выпуска применяются нормы Таможенного кодекса таможенного союза без учета особенностей, установленных главой 49 Кодекса.

В связи с этим данная сфера деятельности в последние годы является актуальной и требует внесения

изменений и усовершенствования порядка контроля таможенной стоимости товаров, ввозимых физическими лицами.

В то числе проблемным вопросом остается определение предназначения товаров, ввозимых физическими лицами для личного потребления [4].

Определение предназначения товаров осуществляется таможенным органом исходя из заявления физического лица, характера и количества товаров, а также частоты перемещения лица и (или) товаров через таможенную границу таможенного союза [1].

В случае отнесения товаров, перемещаемых физическим лицом через таможенную границу, к товарам не для личного пользования таможенные операции в отношении таких товаров (включая таможенное декларирование) совершаются в порядке, предусмотренном для участников внешнеэкономической деятельности.

При оценке стоимости товара, перемещаемого физическим лицом через таможенную границу Российской Федерации и предназначенного для личного пользования, в целях определения наличия состава преступления или административного правонарушения, а также для исчисления размера административного штрафа должна использоваться таможенная стоимость товара [3].

Таможенная стоимость в этом случае определяется на основании стоимости таких товаров в случае наличия у физического лица оригиналов документов, подтверждающих ее. Если же такие документы у лица отсутствуют либо у таможенного органа есть обоснованные причины полагать, что представленные документы не достоверны, должностное лицо таможенного органа определяет таможенную стоимость товаров на основании имеющейся ценовой информации по аналогичным товарам, в том числе указанной в каталогах иностранных фирм, осуществляющих розничную продажу аналогичных товаров [2].

На сегодняшний день отсутствует методика корректировки таможенной стоимости товаров (транспортных средств) бывших в употреблении, ввозимых физическими лицами для личного пользования с учетом года выпуска, процента естественного износа, технического состояния, пробега, формы реализации и др., что значительно затрудняет работу таможенных органов при определении таможенной стоимости таких товаров [4].

Таким образом, для эффективного оформления товаров в неторговом обороте, а также увеличения пе-

речисления в бюджет установленных платежей, необходимо дальнейшее совершенствование законодательной базы и разработка методик контроля и пресечения незаконного перемещения через таможенную границу товаров для личного пользования.

Библиографические ссылки

1. Соглашение между Правительством РФ, Правительством Республики Беларусь и Правительством Республики Казахстан от 18.06.2010 г. «О порядке перемещения физическими лицами товаров для личного пользования через таможенную границу таможенного союза и совершения таможенных операций, связанных с их выпуском» [Электронный ресурс] // Официальный сайт КТС. URL: <http://www.tsouz.ru>.

2. Таможенный кодекс Таможенного союза. Приложение к Договору о Таможенном кодексе Тамо-

женного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 № 17 [Электронный ресурс] // Официальный сайт КТС. URL: <http://www.tsouz.ru>.

3. О формализации решений по таможенной стоимости и исчислении таможенных платежей : Письмо ФТС РФ от 06.10.2010 № 05-41/48871 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru>.

4. О проблемных вопросах осуществления таможенными органами СЗТУ таможенного контроля в неторговом обороте и путях их решения [Электронный ресурс] // Северо-Западное таможенное управление. URL: <http://sztu.customs.ru>.

© Лапатская Е. А., 2013

УДК 658.516

О. А. Лишутина, А. А. Парамонова
Научный руководитель – А. В. Пугач
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФОРМИРОВАНИЕ СТАНДАРТА ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОПЕРАТОРА КЛАССА А

Рассматривается формирование стандарта логистических услуг, который будет принят как результат объединения ведущих практиков отрасли для решения системных проблем. Рассмотрены мнения ведущих менеджеров логистических компаний. Выявлены преимущества и недостатки, внедряемого стандарта перевозчика класса А для Российской логистики.

23 апреля 2012 года на учредительном собрании общероссийская общественная организация «Деловая Россия» приняла решение о создании отраслевого отделения по логистике. Задачами создания данного отделения стали решения о создании единого стандарта качества логистических услуг. В первом собрании приняли участие ведущие менеджеры крупных логистических компаний – лидеров рынка 3PL: Перри Нойман (Kuhne & Nagel), Хью Лоран (FM Logistic), Марк Бреннейзер (STS Logistics), Майкл Хесс (Tablogix), представители компаний DB Schenker и EN+ Logistics. В дальнейшем к данной рабочей группе присоединились и такие российские компании как ВЛ Лоджистик, компания «АЛИДИ» [1].

Участники встречи выразили поддержку новому начинанию, подтвердили необходимость создания отраслевого отделения и свою готовность принять участие в его работе, а также отметили необходимость сотрудничества с уже работающими в «Деловой России» отраслевыми отделениями и комитетами.

По словам председателя отделения по логистике Кирилла Власова, основная цель создания отделения – формирование промышленных стандартов отрасли и взаимодействие с органами государственной власти и государственных монополий.

Второе заседание отраслевого отделения по логистике прошло 28 июня 2012 года. В результате которого рабочая группа разработала отдельные пункты стандарта перевозчика класса А – услуга FTL (Full

Truck Load – перевозки целыми транспортными единицами). Целью создания данного документа является объединение показателей качества выполнения услуги и сопоставления уровня качества предоставляемой услуги с ценой [2].

Давать оценку соответствия показателей логистического оператора стандарту на начальном этапе будут сами компании. Если стандарт будет принят рынком как эффективный механизм работы, можно будет проводить аудит фирмы на соответствие стандарту. Аудит будут проводить специально созданные фирмы, которые с помощью критериев, четко описанных в стандарте, будут определять можно ли присвоить компании рассматриваемый стандарт.

Преимуществом, внедряемого стандарта перевозчика класса А для Российской логистики является унификация ключевых показателей эффективности для объективной оценки уровня сервиса каждой логистической компании в глазах потребителя услуг. Предлагаемые стандарты могут использоваться всеми логистическими операторами и транспортно-экспедиционными компаниями в качестве ориентиров при организации текущей операционной деятельности, а также лечь в основу стандартных договоров.

Основная задача внедрения стандарта перевозчика класса А для Российской логистики – это помощь заказчику при отборе исполнителя. Главный недостаток стандарта перевозчика класса А для потенциального заказчика – ограниченные возможности проверить

соответствие исполнителя определенному стандарту. Заказчик должен иметь возможность проверить соответствие уровня до начала сотрудничества, до внесения изменений в логистический процесс. Коммерческий директор EXIMP LOGISTIC К. Кирсанов предлагает при разработке использовать легко проверяемые критерии или информационные данные, находящиеся в свободном доступе. Одним из таких критериев «классности» может служить степень открытости логистического оператора. По мнению председателя совета директоров ВЛ Лоджистик В. Ерукаева: «Должна быть разработана процедура добровольного прохождения проверки на соответствие стандарту и получение категории А, В или С. Должны быть определены независимые структуры для проведения таких проверок (саморегулирующиеся организации, консалтинговые конторы и т. п.), обладающие высокой степенью общественного доверия, прежде всего у потребителей логистических услуг» [3].

Следующие собрание рабочей группы FTL состоялось 20 сентября 2012 года. В совещании приняли участие профильные менеджеры крупных логистических компаний – лидеров рынка 3PL: Кюне и Нагель, Асстра, Санна, СТС Логистикс, ФМ Логистикс, Мейджор Карго Сервис, представители ассоциаций АЕВ и BVL, перевозчик ТРАНКО [1].

Ранее утвержденный участниками рабочей группы «Стандарт логистического оператора класса А» позволил сформировать требование к единому страховому продукту, совмещающему надежность механизма страхования грузов и универсальность страхования ответственности логистической компании. К участию

в тендере на разработку такого продукта будут приглашены все ведущие страховые компании.

По мнению авторов статьи, лидеры данных компаний не достаточно четко проработали предложенный стандарт. Основными недочетами являются:

- сбор большого количества статистических данных по оказанию услуг. Для эффективного действия стандарта требуется выработать общие показатели, сократив количество уже имеющихся критериев;
- описание методики оценки качества услуг. Необходимо сертифицировать данный стандарт, причем сертификат должна выдавать компания, которая известна и авторитетна в логистической среде;
- сложность понимания. Стандарт должен быть прост и понятен рядовому потребителю;
- дополнительные расходы. Компании будут нести затраты связанные с проведением аудита, что вероятнее всего отразится на конечной стоимости оказываемых услуг в сторону увеличения. Но сами потребители, будут точно знать, за какие именно логистические услуги они платят деньги.

Библиографические ссылки

1. Проблемы современной логистики 2012: Сайт общероссийской общественной организации «Деловая Россия» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.deloros.ru>.
2. Репик А. Российские логисты формируют новый стандарт работы // Логистика. 2012. № 7. С. 6.
3. Калугин Е. Стандарт логистического оператора // Логистика. 2012. № 8. С. 44.

© Лишутина О. А., Парамонова А. А., 2013

УДК 347.77

А. В. Любецкий

Научный руководитель – А. П. Сурник

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

ПРОБЛЕМАТИКА ВВЕДЕНИЯ ЕДИНОГО ТАМОЖЕННОГО РЕЕСТРА ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Рассмотрены проблемы и перспективы создания в Таможенном союзе Российской Федерации, Республики Беларусь и Республики Казахстан Единого таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности.

Одним из механизмов защиты таможенными органами товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности (товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров) является создание Таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности (ТРОИС).

ТРОИС РФ представляет собой таблицу, в которой перечислены охраняемые таможенными органами объекты интеллектуальной собственности, а также такие дополнительные сведения о них, как описание изображения, наименование товара, код по единой товарной номенклатуре, правообладатель и его доверенные лица.

Регистрация объекта интеллектуальной собственности в ТРОИС является самым эффективным способом борьбы с недобросовестной конкуренцией. Она позволяет блокировать ввоз и вывоз контрафактных товаров и обеспечить надежную защиту интересов правообладателей, поскольку таможенные органы смогут безошибочно определять наличие объектов интеллектуальной собственности в перемещаемом товаре.

Таможенный кодекс Таможенного союза предусматривает два вида таможенных реестров объектов интеллектуальной собственности: национальные — для каждой страны Таможенного союза (например,

ТРОИС РФ) и Единый таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности (ЕТРОИС) — действующий во всех странах-участниках Таможенного союза.

21 мая 2010 в Санкт-Петербурге подписано Соглашение о Едином таможенном реестре объектов интеллектуальной собственности государств — членов Таможенного союза, в котором указано, что в единый реестр могут быть включены объекты авторских прав, смежных прав, товарных знаков и знаков обслуживания. В ЕТРОИС, в отличие от ТРОИС РФ, не включаются такие объекты интеллектуальной собственности, как наименования мест происхождения товаров [1].

Единый таможенный реестр не является реестром, который включает в себя таможенные реестры государств — участников ТС. В него вносятся товары независимо от национальных таможенных реестров. Его особенность состоит в том, что в него включаются объекты интеллектуальной собственности, подлежащие охране в каждом из государств, т. е. одновременно в Казахстане, Белоруссии и России.

В настоящее время в ЕТРОИС нет ни одного объекта, реестр предусмотрен только отсылочными нормами таможенного законодательства. Отсутствует и понимание того, как будет решаться множество вопросов в таком наднациональном документе [2].

Непонятно, как включать в ЕТРОИС одни и те же объекты интеллектуальной собственности, например, товарные знаки, права за которыми закреплены в странах ТС за разными правообладателями. Не будут ли они являться контрафактными при импорте из одной страны ТС в другую? Это старая проблема, вызванная прекращением существования СССР и хорошо известная производителям кондитерских изделий. Отчасти ответом на этот вопрос является предложение, высказываемое многими экспертами, пойти по пути Евросоюза: создать знак Таможенного союза, по аналогии со знаком Евросоюза, который будет служить пропуском для товаров между странами ТС.

Следующая проблема — в странах Таможенного союза существует различное отношение к принципу исчерпания прав: в Российской Федерации и Беларуси применяется региональный принцип (владелец торговой марки не теряет прав на товар после продажи), а в Казахстане — международный (права владельца торговой марки прекращаются в момент продажи товара) [3].

Относительно новая проблема — принятие в 2010 году Федеральной таможенной службой России принципа «ex officio». В Белоруссии и Казахстане таможенные органы не могут останавливать партию поддельных товаров с признаками контрафакта без заявления компании-правообладателя. В России же таможенники задерживают груз и запрашивают у

правообладателя подтверждение подлинности товара. После чего (если подлинность товара не подтверждается) может быть заведено дело об административном правонарушении, а правообладателю предложено внести свой объект интеллектуальной собственности в ТРОИС РФ [2].

Кроме различий в странах ТС мер уголовной и административной ответственности, в доработке нуждается и правовая терминология. Это касается таких понятий, как «поддельная продукция», «контрафактные действия», «фальсифицированные» (последнее в РФ используется только относительно лекарственных средств, в соответствии с ФЗ «О лекарственных средствах»).

Правообладатели говорят, что сегодня процедура регистрации в ЕТРОИС пока сложнее, непонятнее и затратнее, чем включение своего объекта интеллектуальной собственности во все три национальных реестра одновременно [1].

В январе 2013 на конференции «Права интеллектуальной собственности» в Индии министр по экономике и финансовой политике ЕЭК упомянул о подготовке проекта Договора о товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров в Таможенном союзе, который должен определить единые правила защиты объектов интеллектуальной собственности во всех странах Таможенного союза.

Таким образом, большинство экспертов склоняется к тому, что ЕТРОИС, как и многие другие проекты Таможенного союза, опередил своё время, поскольку хоть «де-юре» страны и составляют единое экономическое пространство, «де-факто» — это всё же разные экономические, правовые и гражданские системы. Тем не менее, первые шаги к тому, чтобы ЕТРОИС заработал в полную силу, сделаны, и появление в реестре первых товарных знаков уже не за горами [3].

Библиографические ссылки

1. Курочкина О. Л. Проблемы создания цивилизованного рынка интеллектуальной собственности на территории Таможенного союза Россия–Беларусь–Казахстан. // Таможенный союз 2010: первые итоги и перспективы: Материалы научно-практической конференции. М., 2010.
2. Таможенные вопросы интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] // Copyright.ru – авторское право в России. URL: http://www.copyright.ru/news/main/2012/06/22/prava_tovar_naruscheniya/.
3. Права интеллектуальной собственности обсудили на Всемирной конференции в Индии [Электронный ресурс] // Стратег. URL: <http://strateg.su/news/1003-prava-intellektualnoj-sobstvennosti-obsudili-na-vsemirnoj-konferencii-v-indii.html>.

© Любецкий А. В., 2013

УДК 658.7

Ю. С. Мамонова, Ю. В. Русина
Научный руководитель – Н. В. Широченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СКЛАДОМ

Анализируются проблемы, с которыми можно столкнуться при внедрении автоматизации системы управления складом. Выявлены мероприятия, которые позволят решить данные проблемы и разумно использовать складское пространство.

К решению задачи автоматизации складского хозяйства разные предприятия приходят по-разному, однако у каждого из них есть проблемы в работе склада, которые становятся в определенный момент весьма критичными. Руководство не может своевременно получить нужную информацию, работа персонала выходит из-под контроля, товар «загадочно исчезает». Одним из них становится внедрение автоматизированной системы управления складом, которое сталкивается с рядом проблем.

Основная проблема – игнорирование оптимизации. Для успешной автоматизации необходимо наличие таких факторов, как достаточные исходные данные о товаре, четкое представление складских бизнес-процессов, подготовленный персонал. Отсутствие каждого из них делает проект внедрения автоматизации складской системы более длительным, менее предсказуемым и более рискованным [3]. В идеале предприятие должно пройти все стадии оптимизации склада, чтобы достигнутый эффект от внедрения складской системы был максимальным. Желательно провести, по меньшей мере, логистический аудит работы складского хозяйства, по возможности, организационно «расшить узкие места» и уже после этого наложить на упорядоченный складской рабочий процесс систему автоматизации.

Ошибка в выборе между оптимизацией и автоматизацией – вторая проблема внедрения. Если склад нуждается всего лишь в наведении порядка в процессе хранения и упрощении процедуры поиска при отборе, то не стоит ему навязывать полнофункциональную автоматизацию [3].

Третья проблема – отсутствие или низкое качество данных о товаре, товародвижении, штриховых кодах. Даже если предприятие имеет финансовые возможности и желание организовать процесс полнофункционального внедрения, оно физически не сможет этого сделать пока не будут собраны и выверены требующиеся для этого данные.

Сжатые сроки и малый бюджет – очередная проблема внедрения автоматизации. Если объем ресурсов не позволяет внедрить полномасштабную систему автоматизации, то, возможно, проект по автоматизации основных складских операций на основе типового программного продукта и типовой проектной документации поможет быстро решить наиболее острые проблемы склада, а остальной функционал можно реализовать позже.

Психологические сложности, возникшие у сотрудников, также приостанавливают процесс автоматизации

склада. Во-первых, персонал не желает выполнять дополнительные операции. Во-вторых, кладовщики боятся работать в информационной системе. Спустя только некоторое время отношение изменится, люди станут больше доверять информационной системе [2].

Автоматизированная система управления позволяет, во-первых, управлять складским пространством. Часть пространства освободится, можно будет приобрести новые стеллажи, специальное оборудование для грузов разного типа, будет работать каждый кубический метр. Во-вторых, увеличить число операций, выполнять функции распределительного центра. Многие грузы нуждаются в дополнительных операциях обработки, например, разукрупнение партии, разукрупление и наклеивание стикеров на товар, предпродажной подготовке [1].

В качестве примера можно рассмотреть внедрение автоматизированной системы управления складским хозяйством в ОАО «Московская объединенная энергетическая компания», один из филиалов которого находится в г. Красноярске.

В результате аудита, проведенного на предприятии заказчика, были выявлены слабые стороны действующей в компании системы управления логистикой, которые заключаются в отсутствии единого информационного пространства и единого номенклатурного справочника, что делало невозможным ведение консолидированного учета складских остатков.

После проведенного анализа ОАО «МОЭК» было предложено разработать самостоятельную систему оперативного управления логистикой и интегрировать ее в существующую систему управления бухгалтерским и налоговым учетом. Для достижения условия оперативного доступа к информации было решено создать единую базу, объединяющую данные всех удаленных объектов предприятия.

Сегодня ОАО «МОЭК» работает на интегрированном решении в едином информационном пространстве. Оптимизация логистической системы позволила заказчику высвободить человеческие и временные ресурсы; сократить время на выполнение операций, связанных с планированием потребностей, оформлением документов и составлением отчетности; уменьшить влияние человеческого фактора при выполнении операций.

Благодаря внедренному на предприятии решению, консолидированная информация в системе позволяет заказчику определять политику компании в отношении складских остатков на ближайший период, а так

же анализировать надежность поставщиков и определять методы работы с ними [4].

Внедрение автоматизации складской системы будет успешнее, если склад будет лучше организован с логистической точки зрения, разумнее и проще будут построены его бизнес-процессы. Поэтому, прежде чем принимать решение об автоматизации, не лишним будет подумать, во-первых, о том, все ли предоставляемые логистикой возможности использованы на данном складе. Во-вторых, каким уровнем подготовленности к автоматизации располагает складское хозяйство – что известно о товаре, о складских процессах, какие есть ресурсы (финансы, время, персонал), можно ли интегрировать корпоративную информационную систему и, в-третьих, какой уровень автоматизации нужен именно сейчас, в сложившихся условиях, для данной компании, с текущим состоянием ресурсов и набором потребностей. Такой взвешенный подход уберезит предприятие от лишних трат и позволит

достичь именно того результата, который ожидается им от внедрения системы автоматизации складского хозяйства.

Библиографические ссылки

1. Автоматизация складского хозяйства, коммерческого склада : офиц. сайт Party Logistic Engineering. URL: http://pl-e.ru/w/PL_Engineering.
2. Ярутов В. Как автоматизировать склад? // Деловой мир. URL: <http://delovoyumir.biz/ru/articles/view/?did=1419>.
3. Нужна ли автоматизация складу // Директор информационной службы. URL: <http://www.belerp.com/modules.php?name=Pages&pa=showpage&pid=118>.
4. Внедрение автоматизированной системы управления складским хозяйством ОАО «МОЭК». URL: <http://www.mrcb.ru/?25599>.

© Мамонова Ю. С., Русина Ю. В., 2013

УДК 658.7

В. В. Миронович

Научный руководитель – Е. В. Белякова

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

УПРАВЛЕНИЕ ПОСТАВЩИКАМИ КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СНАБЖЕНИЯ НА АЭРОКОСМИЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Рассмотрены основные задачи управления поставщиками для осуществления эффективного материально-технического снабжения аэрокосмического предприятия.

Управление поставщиками является одним из важнейших элементов системы материально-технического снабжения. Оно нацелено решать задачи стратегического выбора поставщиков, выбора новых видов разрабатываемой продукции из возможных альтернатив, реализации всего цикла закупок, а также оперативного мониторинга и оценки деятельности поставщиков.

Так как качество поставляемой продукции относится к числу важнейших критериев при осуществлении закупок на аэрокосмических предприятиях, то основной акцент при управлении поставщиками делается на квалификации и оценке поставщиков.

Основными задачами при управлении поставщиками на аэрокосмическом предприятии, являются: классификация поставщиков; выбор способа закупки; квалификация поставщиков и закупаемой продукции; оценка качества продукции и работы поставщиков.

Классификация поставщиков является инструментом разделения поставщиков на группы, в зависимости от уникальности производимой и/или поставляемой продукции, а также определения требований к поставщику и качеству поставляемой продукции.

Для аэрокосмических предприятий характерно преобладание закупок из единственного источника, что отражает сложившуюся тенденцию монополизации поставок, связанную со стратегическими решениями, направленными на длительное партнерство, надеж-

ность поставок и уменьшение информационных рисков.

Однако, с выходом федерального закона от 18.07.2011 № 223 «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», тенденция выбора способа закупки изменяется в сторону проведения конкурсов. По мнению экспертов, это не может не отразиться на качестве закупаемой продукции, так как повышает возможность входа на рынок недобросовестных поставщиков.

Минимизацию рисков, связанных с выбором недобросовестного поставщика позволяет осуществлять существующая система выработки требований, предъявляемых к качеству закупаемой продукции и оценке поставщика и состоящую из следующих элементов: квалификация продукции; квалификация поставщика; приемка и входной контроль продукции.

Квалификация продукции основана на проверке соответствия качества продукции требованиям научно-технической и конструкторской документации, а также возможности ее применения в условиях повышенных требований эксплуатации изделий.

Основными требованиями к качеству продукции, также являются:

- подтверждение качества продукции (сертификация);
- длительная гарантия на продукцию;

- сертификация производства;
- стабильность качества продукции;
- совершенствование качества продукции.

Структура квалификации материала выглядит следующим образом:

- оформление технического решения на проведение закупки и квалификацию продукции;
- согласование дополнительных требований к материалу (при необходимости) и условия поставки;
- закупка опытного образца;
- проведение испытаний опытного образца;
- получение заключения на возможность применения;
- внесение продукции в список разрешенной для применения.

Квалификация поставщика на аэрокосмическом предприятии – это проверка соответствия поставщика требованиям заказчика.

Основными требованиями для квалификации поставщика на аэрокосмическом предприятии, являются:

- наличие СМК – ISO серии 9000;
- надежность поставок;
- качество взаимодействия;
- гибкость;
- наличие дилерского или представительского документа на право поставки продукции производителя;
- репутация поставщика.

Дополнительными требованиями для квалификации поставщика могут быть:

- наличие собственной производственной и научной базы (для продукции НИОКР);
- наличие лицензии Федерального космического агентства;
- подтверждение применения продукции другими покупателями РКП;
- аудит производства со стороны покупателя.

Квалификация материалов и поставщиков осуществляется только для продукции, используемой при

изготовлении изделий основного и вспомогательного производства, а также важнейшей наземной оснастки и оборудования.

При выборе поставщика также оцениваются такие критерии как отдаленность поставщика, сроки выполнения заказа, периодичность поставок, минимальный размер партии, условия распределения рисков.

После проведения закупочных процедур и последующей поставке продукции, необходимо проводить оценку качества поставленной продукции и работы поставщика.

Оценка качества продукции и поставок является очень значимым критерием в системе менеджмента качества аэрокосмических предприятий, ведь на основе оценки поставщиков, принимаются последующие решения о продолжении с ними дальнейшей работы.

Как правило, оценка поставщика осуществляется на основе разработанных методик и критериев, сформированных экспертам в своих областях компетенции: проектирование конструкций, технология производства, материаловедение, материально-технического снабжение и др.

На основании анализа и полученных выводов, экспертами рекомендуется либо продолжить работу с поставщиком либо приостановить.

Подводя итоги, можно сказать, что закупки – один из ключевых элементов бизнеса современной компании. Снижение расходов, связанных с закупкой материалов и услуг, позволяет компании повысить рентабельность. Вместе с тем, недопустимо снижение качества закупаемых продуктов, а значит, необходим выбор квалифицированных поставщиков и формирование с ними устойчивых и взаимовыгодных партнерских отношений. Управление этими процессами позволяет компании уменьшить риски закупок и выстроить надежные цепочки поставок.

© Миронович В. В., 2013

УДК 658.7

В. В. Мохнаткин

Научный руководитель – Е. В. Белякова

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

РАЦИОНАЛЬНОЕ ОБРАЩЕНИЕ С БЫТОВЫМИ ОТХОДАМИ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ГОРОДСКОЙ ЛОГИСТИКИ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Раскрыта особенность управления бытовыми отходами как одного из основных потоков в городской логистике. Рассмотрен зарубежный опыт, в том числе технологии, направленные как на сохранение экологии, так и максимальное использование имеющихся ресурсов. Выявлены проблемы внедрения современных технологий переработки мусора в России и предложены пути их решения.

Город является образованием с высокой концентрацией множества логистических потоков: транспортных, торговли, финансовых, информации, энергии, воды, отходов... Городская логистика – комплекс логистических решений, направленных на оптимизацию таких потоков в рамках подсистем города и его

инфраструктуры. Рассмотрим одно из значимых направлений городской логистики – управление бытовыми отходами.

С развитием и постепенной урбанизацией городских поселений одной из самых сложных задач, решаемых властью, стало обращение с образующимися

отходами в процессе жизнедеятельности городского населения. Сейчас развитое мировое сообщество разработало и использует большое количество технологий, направленных не только на сохранение экологии, но и на максимальное использование имеющихся ресурсов. Самые распространенные – это технологии сжигания мусора [1]. В конце XIX века в Англии начал функционировать первый мусоросжигательный завод (МСЖ), что значительно упростило борьбу с отходами и уменьшило количество мусора на свалках. Например, в Париже около 60 % потребляемой энергии производится за счет сжигания городских отходов. В Гётеборге (Швеция), эксплуатируется МСЗ производительностью 400 тыс. т в год твердых бытовых отходов (ТБО). Ежегодно завод вырабатывает 1 184 тыс. мВт тепловой энергии и 288 тыс. мВт электричества, что равносильно сбережению 120 тыс. тонн мазута. В центре Вены построен МСЗ Шпиттлау, обеспечивающий теплом 60 тыс. квартир. Всего в мире насчитывается более 2500 МСЗ и только 40 из них находятся в России. Для сравнения в США функционирует более 550 МСЗ.

В городе Красноярск был опыт строительства мусоросортировочного завода, но, понеся убытки, завод закрылся. Рентабельность таких заводов подрывает отсутствие системы первичной сортировки мусора, которая значительно снижает издержки аналогичных производств на западе. Технологий автоматической сортировки мусора с помощью оптических и магнитных сенсоров недостаточно. Необходимо найти золотую середину между первичной сортировкой отходов их «производителями» и утилизацией мусора на заводе. Эксперименты с введением первичного разделения мусора в Санкт-Петербурге, Москве и некоторых других городах России заканчивались неудачей. По результатам опроса, проведенного телеканалом «Вести», целью которого было выяснить, почему не работает система раздельного сбора мусора, большинство жителей Санкт-Петербурга (43 %) винят менталитет горожан, которые с детства привыкли выкидывать все в один контейнер. Чуть меньше (39 %) видят проблему в слабой организации процесса коммунальными службами. 16 % сетуют на то, что им плохо разъяснили значимость данной процедуры [2]. Исходя из этих данных, можно сделать вывод о необходимости комплексной работы с населением.

Рассмотрим зарубежный опыт [3]. Например, житель Швейцарии законодательно обязан сортировать мусор. За соблюдением закона следит полиция, которая способна привлечь к суду за выброшенный окурок. Так же имеется практика, когда для сортировки и избавления от мусора нанимается «специалист».

В США мусор должен выбрасываться в определенные контейнеры. В качестве наказания за невыполнения данных требований действует система штрафов. Также существует возможность сдать бытовые отходы за плату в коммерческие структуры, которые продают мусор предприятиям. Некоторые штаты США используют систему депозитов: при покупке товаров в таре, которую можно переработать, покупатель платит определенную сумму в качестве залога, а при сдаче бутылки он получает эти деньги обратно. В

последние десятилетия в США начал использоваться программа RRR – Reduce, Reuse, Recycle (Уменьшить потребление. Использовать снова. Переработать).

В Германии лекарства с просроченной датой принимают аптеки. Для старых батареек есть приемные пункты в любом супермаркете. В 2006 г. экономический эффект в Германии от использования вторичных ресурсов (алюминия, цинка, металлолома, макулатуры) оценивался в 3,6 млрд евро. Внедрение новых методов управления отходами привело к созданию дополнительно 250 000 рабочих мест, а экспорт технологий и оборудования для переработки и утилизации отходов оценивался в 4 млрд евро.

Япония разработала уникальную технологию уборки и сортировки бытового мусора, благодаря которой 90 % перерабатывается и только 10% подлежит сжиганию. Отходы делятся на категории сгораемые и несгораемые. Отдельные баки существуют и для пищевых отходов. В сельской местности и частном секторе существуют специальные места для сбора отсортированного мусора. Законом предусматривается сбор и сортировка мусора, его вывоз и переработка. Фирмы, производящие электронную и другую технику, обязаны обеспечить условия сбора, и переработки произведенных ими приборов по окончании их эксплуатации.

В Швеции действует система, при которой семья платит половину стоимости вывоза отходов, если подписывает обязательство сортировать отходы, а также компостировать органические остатки. Вредные отходы выносятся в специальном контейнере непосредственно перед сбором мусора.

Разные страны прибегают к различным способам стимуляции населения к сбору и сортировке мусора. Берлинские подростки, собирающие мусор и сдающие его на переработку, получают финансовое вознаграждение. Нидерландские муниципальные власти выдают специальные купоны экологической лояльности активным участникам программы раздельного мусора. Такой купон дает льготы на оплату коммунальных услуг и жилья. В Барселоне дети поощряются лакомствами, а взрослые – благодарностью от властей.

Резюмируя вышесказанное можно отметить, что наиболее эффективным является комплекс мер по утилизации отходов. Для создания и реализации соответствующих программ, необходимо пересмотреть законодательство, разработать систему мотивации для предприятий, а также наладить социальную работу с населением. Чем раньше данные мероприятия воплотятся в жизнь на территории России, тем менее критичными будут последствия столь долгого бездействия.

Библиографические ссылки

1. URL: http://blogs.cityonlinemoscow.ru/blogs/ecotechprom/termicheskaya_pererabotka_musora_obekti_vnyu_vzglyad_plyusov_okazalos_bolshe.
2. URL: <http://www.pravda.ru/society/how/15-02-2011/1066637-trash-0/>.
3. URL: <http://ria.ru/eco/20100521/236953849.htm>.

УДК 656.7.025

О. А. Немчинов, И. Е. Паршикова
Научный руководитель – О. А. Немчинов
Самарский государственный аэрокосмический университет
имени академика С. П. Королёва (национальный исследовательский университет), Самара

УСЛОВИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ АВИАПЕРЕВОЗОК В РОССИИ

Рассматривается современное состояние дел в региональных пассажирских авиаперевозках. Отмечены причины медленного роста рынка региональных перевозок. Рассматриваются пути выхода из сложившегося положения.

Для России с её огромной территорией и разной плотностью заселения, значение региональных воздушных перевозок трудно переоценить. Специфика географического и климатического положения, низкая плотность наземной транспортной сети в ряде регионов, большие размеры страны обуславливают необходимость широкого использования авиационного транспорта.

Одной из приоритетных задач современной авиации является развитие региональных перевозок. Сообщение между пунктами, удаленными от друга на расстояние до 1000 км, позволит значительно улучшить взаимосвязь между регионами и поднять экономику страны на новый уровень. Проекты по развитию региональной и местной авиации в Российской Федерации могут быть реализованы при соблюдении ряда условий, таких как:

- эффективное планирование (включает в себя оценку спроса, маршрутные сети, подбор оптимального парка воздушных судов, план движения, график оборота, технического осмотра и ремонта и др., в том числе комплексный бизнес-план);
- участие всех основных заинтересованных сторон (полномочных представительств Президента РФ в федеральных округах, руководителей субъектов Федерации, крупных муниципалитетов, федеральных органов власти);
- возможность привлекать инвестиции по низким ставкам (наличие государственного механизма предоставления субсидий на приобретение парка воздушных судов, специализированная лизинговая компания);
- создание всего комплекса инфраструктуры (авиакомпаний, аэропорты, центры технического осмотра и ремонта, учебные центры и др.);
- субсидии за счет средств бюджетной системы Российской Федерации (средств федерального бюджета, бюджета субъектов Российской Федерации и крупных муниципалитетов);
- наличие независимого интегратора/координатора проекта (единого отраслевого профессионального центра с опытом разработки аналогичных стратегических проектов) [1].

В настоящее время в России в области региональных авиаперевозок существует две основные проблемы – авиатехника и аэродромная сеть. Несмотря на формально достаточный парк региональных воздушных судов, подавляющая часть самолетов морально устарела, является экономически неэффективной, исчерпала свой ресурс. Существенной проблемой явля-

ется разнородность существующего парка региональных ВС, что требует большого количества обслуживающих специалистов и запасных частей.

Если говорить о ближнемагистральном парке, который может быть использован при выполнении региональных полетов, то не создано полноценной замены Ту-134 и Ан-24. Современные воздушные суда внедряются (РС-12, Ан-3, Ан-38, SAAB-340B, ДЭШ-8-100/200, EMB-120ER), но в недостаточном количестве.

В настоящее время региональная воздушная перевозка демонстрирует потребность в ВС на 7–10 пассажиромест, расходующих двадцать-двадцать пять килограммов горючего на сто километров, обслуживаемом одним пилотом, скоростью порядка четырехсот километров в час и умеющим садиться на любую расчищенную площадку. Желательно наличие «поддерживающей» провозной мощности различной пассажироместности: на пятнадцать, на двадцать пять, сорок пять, семьдесят пять кресел. Существует определенное требование к дальности – 2 000–3 000 км для некоторых ВС (использование таких типов ВС возможно при полетах между областными центрами).

Существующая авиатранспортная инфраструктура, созданная еще в советское время, не позволяет добиться значительного развития как отрасли в целом, так и региональных авиаперевозок, без существенных инвестиций. Реконструкция региональных аэродромов, аэровокзалов, топливозаправочных комплексов, развитие структуры и технической оснащенности системы управления воздушным движением (УВД), строительство и реконструкция ангаров могут быть реализованы по мере возрастания платежеспособного спроса. Необходимо изменить подходы к формированию аэропортовых сборов, метео и УВД. Действующие тарифы на эти услуги в большинстве случаев не подходят для региональной авиации [2].

Основной задачей развития регионального авиатранспортного комплекса является снижение совокупных транспортных издержек для потребителей. В любой системе регионального авиасообщения есть оптимальное значение пропускной способности транспортного комплекса с точки зрения минимизации совокупных (инвестиционных и операционных) приведенных издержек ее потребителей [3].

К сожалению, на данный момент не достигнуты оптимальные количественные и качественные уровни развития региональных перевозок. Это связано с состоянием воздушного флота, в частности самолетов, которые могут быть оптимально задействованы

именно в региональных перевозках. Также проблемой является существенная стоимость билета на региональные рейсы.

Если удастся решить эти проблемы региональных перевозок и соблюсти условия, необходимые для их успешного функционирования, перевозки на расстояние до 1 000 км смогут занять нишу, в которой на данный момент, к сожалению, воздушный транспорт не лидирует.

Библиографические ссылки

1. Корень А. В. Развитие региональной и местной авиации в Российской Федерации: условия и принципы

// Наука и транспорт. Гражданская авиация. 2012. № 1. С. 38–39.

2. Акбулатов Т. Э. Оценка эффективности различных путей развития регионального транспортно-го комплекса РФ // Научный вестник МГТУ ГА. 2012. № 181. С. 5–11.

3. Горн И. В. Региональные авиаперевозки в России // Научный вестник МГТУ ГА. Серия менеджмент, экономика, финансы. 2007. № 118. С. 7–12.

© Немчинов О. А., Паршикова И. Е., 2013

УДК 586.7

Е. А. Панкова

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

К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ «ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ЗАТРАТЫ»

Противоречия в подходах различных авторов к большинству понятий логистики к настоящему времени практически сгладились. Исключение составляет определение такого понятия, как «логистические затраты», которое по-прежнему остается малоизученным и требует уточнения. Недостаток информации о логистических затратах является преградой в принятии эффективных управленческих решений. В данной статье рассматриваются различные точки зрения на определение логистических затрат, их сравнение и обоснование выбора.

Исследование логистических затрат впервые началось в зарубежной литературе в 60-х гг. XX в. немецким экономистом М. Куфелем. Он рассматривал их как затраты на перемещение материалов на предприятии. С его точки зрения, **логистические затраты** – это категория издержек, означающая денежное выражение использования имущества предприятия, вызванного планированием, выполнением и контролем (кроме технологических процессов) перемещения во времени и пространстве всех форм материалов [3]. При этом, автор не выделяет затраты на содержание запасов сырья, материалов, готовой продукции, изготовление упаковок, послепродажный сервис.

Начиная с 90-х гг. XX в. проблема изучения и определения логистических затрат была затронута в работах таких российских экономистов как Л. Б. Миротин, Ы. Е. Ташбаев и О. Г. Порошина. По мнению вышеперечисленных авторов логистические затраты представляют собой затраты трудовых, материальных, финансовых и информационных ресурсов, обусловленных осуществлением предприятием своих функций по выполнению заказов потребителей [4].

Савенкова Т. И. определяет **логистические затраты** как затраты, связанные с выполнением логистических операций (размещение заказов на поставку продукции, закупка, складирование поступающей продукции, внутрипроизводственная транспортировка, промежуточное хранение, хранение готовой продукции, отгрузка, внешняя транспортировка и др.), а также затраты на персонал, оборудование, помещение, складские запасы, передачу данных о заказах, запасах, поставках [1].

Моисеева Н. К. дает похожее определение, добавляя возможность появления форс-мажорных ситуаций. По её мнению **логистические затраты** представляют собой денежное выражение использованной рабочей силы, средств и предметов труда, финансовые затраты и различные негативные последствия форс-мажорных событий, которые обусловлены продвижением материальных ценностей (сырья, материалов, товаров) на предприятии и между предприятиями, а также поддержанием запасов [2].

Анализ различных точек зрения позволяет выявить, что отличие во взглядах авторов касается определения понятия и интерпретации сущности, состава, способа оценки отдельных элементов логистических затрат.

Каждое из вышеперечисленных определений является правильным и имеет право на существование, но для того чтобы решить на какое определение в дальнейшем опираться, необходимо изучить специфику деятельности анализируемого предприятия. В данном случае таким предприятием является ООО «Тетра-Логистик».

ООО «Тетра-Логистик» было основано в 2008 году. В конце 2009 года совместно с компанией «Леста» был запущен проект по созданию складского комплекса класса «А» в Красноярске. Комплекс «Тетра-Логистик» занимает площадь более 30 тыс. кв.м на территории в 9 га. Он включает высокотехнологичные складские помещения на 12 тыс. палет. Складской терминал оборудован 11 доковыми зонами для разгрузки-погрузки машин, крытой авторампой для приема малотоннажных автомобилей и двумя желез-

нодерожными тупиками [5]. Складской комплекс ООО «Тетра-Логистик» позволяет разместить груз, как на краткосрочный, так и на длительный период хранения. Складские помещения обеспечивают максимально оперативную работу с грузами, демонстрируя европейские стандарты качества логистики.

ООО «Тетра-Логистик» – располагает единственным на сегодня в Красноярске мультимодальным складским комплексом нового поколения, который соответствует всем международным стандартам. Здесь предоставляют практически все виды складских услуг, начиная от сдачи помещений в аренду и заканчивая комплексом услуг по ответственному хранению грузов. В неполный перечень того, что предлагает «Тетра-Логистик», входят автоматизированный складской учет, инвентаризация, маркировка, стикерование, разгрузка-погрузка, комплектация заказов, проверка качества, переупаковка, кросс-докинг – перегрузка товара без его размещения на складе.

Хорошо организованное складское помещение – это еще не все. Одно из главных достоинств комплекса «Тетра-Логистик» заключается в применении новейших информационных технологий. Вся работа строится на использовании системы управления складом WMS (Warehouse Management System). Любой груз проходит идентификацию, а каждое место хранения маркировано штрих-кодом и является уникальным.

Таким образом, учитывая мнение различных авторов и специфику деятельности рассматриваемого предприятия можно дать следующее определение логистических затрат: **логистические затраты** – это стоимостная оценка ресурсов, которые используются при выполнении различных логистических операций

на стадиях движения материального, информационного, финансового потоков как внутри предприятия, так и во взаимодействии с его поставщиками и покупателями – участниками цепи поставок, включая размещение заказов, закупка, складирование, транспортировку, отгрузку и др.

В отличие от существующих определений, в которых логистические затраты сводятся к перечислению их основных видов, такая трактовка раскрывает экономическую сущность понятия, отражает динамический и статический характер логистических процессов, создает научную основу для принятия управленческих решений. в теоретико-методическом аспекте понятие «логистические затраты» следует дополнить обоснованием состава, способов исчисления и типологией логистических затрат для их последующего анализа, оценки и планирования.

Библиографические ссылки

1. Савенкова Т. И. Логистика : учеб. пособие. 2-е изд., стер. М. : Омега-Л, 2007. 256 с.
2. Моисеева Н. К. Экономические основы логистики : учебник. М. : Инфра-М, 2008. 528 с.
3. Kufel M. Koszty przepływu materiałów w przedsiębiorstwach przemysłowych. Problemy budżetowania, ewidencji i kontroli. Wrocław: AE. 1990. 230 p.
4. Миротин Л. Б., Тышбаев Ы. Э., Порошина О. Г. Эффективная логистика. М. : Экзамен, 2002. 160 с.
5. Алешина Т. Склад по уму: [Электронный ресурс]. URL <http://www.dela.ru/>.

© Панкова Е. А., 2013

УДК 656.7.022.31

И. Е. Паршикова

Научный руководитель – О. А. Немчинов

Самарский государственный аэрокосмический университет

имени академика С. П. Королёва (национальный исследовательский университет), Самара

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ДЕЛОВОЙ АВИАЦИИ

Рассматриваются факторы, влияющие на уровень спроса на услуги бизнес-авиации. Отмечены причины медленного роста рынка деловой авиации и перспективность его развития.

Рынок деловой авиации представляется интересным объектом исследования, ведь это относительно устоявшийся рынок высокотехнологичной продукции с одной стороны и значительные колебания спроса и предложения с другой. Появляются новые, достаточно крупные, региональные рынки, слабо зависящие от общей экономической ситуации в мире.

Уровень спроса на услуги бизнес-авиации определяется различными факторами, которые можно условно разделить на экономические и неэкономические (не находятся в прямой зависимости от благосостояния авиакомпаний или частного лица).

Неэкономические факторы:

1. Нежелание находиться в зависимости от расписания регулярных линий. Бизнесмен может не зависеть

от расписания авиакомпаний и самостоятельно назначать время вылета самолета, также отпадает необходимость пребывать в аэропорт за 2–3 часа до полета.

2. Желание сократить время, затрачиваемое на перелет.

3. Желание передвигаться по воздуху с наибольшей безопасностью. Самолеты деловой авиации проходят более тщательное обеспечение, снижен риск террористических актов.

4. Желание передвигаться по воздуху с наибольшим комфортом. Даже бизнес-класс на регулярных рейсах не может похвастаться таким уровнем обслуживания и уютом в салоне, как бизнес-самолёт.

Экономические факторы:

1. Рост корпоративных прибылей по всему миру.

2. Интеграция и глобализация бизнеса. Трудоемкие производства переносятся из стран с развитой инфраструктурой общественного транспорта в развивающиеся, например, из Западной Европы в Восточную.

3. Экономическое развитие рынков развивающихся стран.

4. Распространение программ долевого владения самолётом [1].

К сожалению, развитие российского рынка деловой авиации оставляет желать лучшего. Это обусловлено следующими причинами:

1. Высокие (по сути, заградительные) пошлины на бизнес-джеты и вертолеты иностранного производства. Высокий суммарный налог при регистрации ВС в России (пошлина 20 % и НДС 18 %), что заставляет большинство операторов регистрировать и базировать свой парк за границей. Содержание ВС за границей приводит к резкому удорожанию операционных расходов из-за частых порожних перелетов. Это также сдерживает формирование отечественной инфраструктуры техобслуживания, так как ВС в основном обслуживаются по месту базирования.

2. Устаревшее и несовершенное законодательство в сфере авиаперевозок. В отличие от Запада, где действует уведомительная система полетов деловой авиации, в России на каждый полет требуется разрешение. Разрешение на полет требует процедуры оформления, аналогичной коммерческой авиации, что многократно удлинит сроки и приводит к потере оперативности;

3. Неразвитая инфраструктура, в том числе сети аэропортов и центров линейного технического обслуживания. За пределами Москвы, где действуют VIP-терминалы в «Домодедово», «Шереметьево» и «Внуково», качественная наземная база для деловой авиации сильно ограничена. В целом, количество аэропортов, которые могут быть использованы для деловой авиации, в России сильно ограничено и приходится пользоваться перегруженными аэропортами для регулярного коммерческого сообщения;

4. Нехватка профессиональных кадров (особо остро вопрос стоит в связи с нехваткой российских пилотов);

5. Серый каботаж (неофициальная перевозка пассажиров самолетами, стоящими в иностранном регистре, в пределах России);

6. Рост цен на авиатопливо;

7. Отсутствие конкурентоспособной техники отечественного производства.

Несмотря на то, что существует удачный проект отечественных разработчиков Ил-103, получивший название воздушное такси, наличие огромных заградительных таможенных пошлин на ввоз воздушного судна и нормативно-правовые ограничения на уровне

законодательства создают неблагоприятные условия для совершения полетов на судах такого уровня. На Западе, напротив, огромный выбор малых самолётов. Боинг, Аэробус, Гольфстрим и другие компании готовы создать самолет любого назначения и размера. Уже ведутся работы по созданию сверхзвукового бизнес-джета.

Сложившаяся на данный момент ситуация на российском рынке деловой авиации, как минимум, может быть охарактеризована как «парадоксальная». С одной стороны, факты неофициального («серого») существования рынка деловой авиации очевидны, а значимость и необходимость существования данного рынка как для отдельно взятых компаний, так и экономики страны в целом обоснована. С другой стороны, причины сохранения «запретных» по своему уровню таможенных пошлин и налоговых сборов не выяснены, а отсутствие соответствующего законодательства и современной системы согласования полетов необъяснимы [2].

Как правило, высокие ввозные пошлины вводятся в таможенный классификатор товаров страны в целях поддержания отечественного производителя того или иного рода товаров.

По непонятным причинам государство практически не инвестирует в развитие инфраструктуры рынка деловой авиации и, прежде всего, в развитие сети региональных аэропортов. Данные проекты, как показывает практика, оказываются весьма прибыльными, но отсутствие «длинных» денег и некоторая «нестабильность» в определении прав собственности на подобные объекты (например, ситуация с аэропортом «Домодедово») делает частные вложения в подобные проекты «ограниченно привлекательными».

Подводя итоги, можно сказать, что на сегодняшний день именно деловая и региональная авиация в целом способны дать дополнительный импульс к экономическому развитию регионов России. Развитие данного рынка в России сможет способствовать развитию и поддержанию целого ряда специализированных предприятий, эксплуатирующих и обслуживающих самолеты данного типа, а также региональные и малые специализированные аэродромы и взлетно-посадочные площадки, создать дополнительные рабочие места.

Библиографические ссылки

1. Грек А. А. Рынок деловой авиации: мировой опыт и российская действительность // *Российский внешнеэкономический вестник*. 2008. № 12. С. 63–72.

2. Кошелев Л. Е. Бизнес-джет поднимет экономику, если небо для него будет открыто // *Инициативы XXI века*. 2009. № 2. С. 10–12.

© Паршикова И. Е., 2013

УДК 658.7

А. Т. Покид, Н. С. Свисенко
Научный руководитель – А. С. Астраханцева
Иркутский государственный университет путей сообщения, Иркутск

ПОТЕНЦИАЛ РЫНКА ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОСРЕДНИКОВ ГОРОДА ИРКУТСКА

Представлены результаты исследования, связанные с рассмотрением особенностей деятельности транспортных и логистических компаний Иркутской области. Работа носит исследовательский характер: раскрывает сущность г. Иркутска, как промышленного и транспортного средоточия, также выявляет направления в сфере логистики, развитие которых на данный момент являются приоритетными.

Рынок логистических услуг в Иркутской области находится на стадии становления и имеет огромный потенциал развития. Решение о выборе каналов товародвижения – один из наиболее сложных ответственных вопросов, с которыми приходится иметь дело при доставке товаров на рынок.

Транспортный комплекс Иркутской области представлен всеми видами транспорта: железнодорожным, автомобильным, воздушным, внутренним водным, электрическим городским, сетью автомобильных и железных дорог. Над территорией Иркутской области проходят внутренние и международные линии воздушного сообщения, имеется сеть аэропортов, способных принимать все типы воздушного транспорта, организовано регулярное судоходство по озеру Байкал, рекам Ангара и Лене.

Предметом исследования является рынок логистических услуг г. Иркутска.

Актуальность выбранной темы подтверждается тем, что Иркутская область – это крупный промышленный центр России по своему ресурсному и индустриальному потенциалу. Так же Иркутская область является важнейшим сибирским транспортным узлом связующим Европу и Азию, поэтому играет важную роль на мировом рынке. Развитие мировой экономики показывает, что все более определяющим значением в развитии реального сектора экономики становится совершенствование существующей и создание новой транспортной инфраструктуры Сибири.

Говоря о логистических посредниках Иркутска и Иркутской области можно сделать вывод о том, что основной проблемой является низкая степень информированности потребителей о транспортных компаниях и услугах, предоставляемых ими. Происходит это из-за того, что реклама большинства транспортных и логистических компаний очень скудна. Таким образом, возникает проблема в поиске перевозчика товаров.

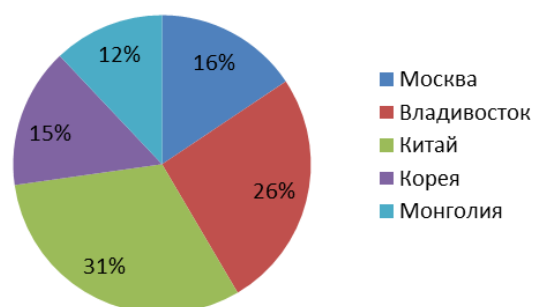
По данным исследования, проведенного в Иркутской области, на ее территории имеется всего четыре представительства крупных логистических федеральных компаний: ОАО «ТрансКонтейнер», ОАО «ПГК», ОАО «ВГК», и «DHL». Причем только фирма «DHL» занимается авиаперевозками грузов.

Рынок логистических операторов Иркутской области изобилует множеством компаний, предоставляющих транспортные услуги. Из представленных 70 компаний лишь две компании («Абаринь и Ко» и «Баргузин – Транс») задействуют в перевозке грузов все виды транспорта, а также осуществляют пере-

грузку с одного вида транспорта на другой для доставки груза из пункта «А» в пункт «Б» без дополнительного привлечения клиента к этим операциям, т. е. являются мультимодальными.

В данном сегменте рынка существует здоровая конкуренция, так как есть достаточно большое количество компаний, предоставляющих перевозки в разных направлениях, в том числе и за границу. Только 22 % (15 фирм) от общего числа логистических компаний (70 фирм) Иркутска имеют склады для длительного хранения груза.

На рисунке представлены основные направления перевозок из Иркутской области.



Основные направления перевозок из Иркутской области

Развитию контрактной логистики в Иркутской области мешает низкий спрос на данного вида услуги со стороны торговых и промышленных компаний. Отсутствие спроса эксперты объясняют непониманием руководством компаний преимуществ передачи логистических функций специализированным предприятиям, а также – нежеланием грузовладельцев пользоваться услугами сторонних организаций.

Основные секторы активно развивающегося рынка логистических услуг Иркутской области, а также и России в целом – это:

- сектор перевозок и экспедирования грузов различными видами транспорта;
- сектор складских услуг;
- сектор услуг по интеграции и управлению цепями поставок – поле деятельности 3PL-провайдеров;
- сектор сопроводительных услуг.

В настоящее время основной проблемой на рынке логистических услуг г. Иркутска является недостаточная информированность потребителей о существовании транспортных компаний, а также услугах предоставляемых ими. Заказчики логистических ус-

луг более склонны искать информацию о перевозчике на его официальном сайте, нежели в СМИ. Из всего списка транспортных компаний только 36 % организаций имеют собственные интернет-сайты. Таким образом, решением проблемы будет являться: создание индивидуальных сайтов компаний, увеличение количества рекламы и рекламных акций для мелких компаний, с помощью которых о них узнает общественность.

Кроме того, наиболее динамично в Иркутской области сейчас развиваются простые логистические операции: перевозка и экспедирование грузов всеми видами транспорта. Сложным комплексным логистическим услугам, например, интеграция и управление цепями поставок от производителя к конечному по-

требителю, провайдеры уделяют значительно меньше внимания, при этом тенденция увеличения к предоставлению более сложных услуг все же наблюдается.

Решением сформулированной проблемы является значительное расширение спектра предлагаемых логистических услуг, особенно при взаимодействии с крупными торговыми сетями.

Таким образом, в настоящее время на территории Иркутской области, и г. Иркутска в частности, наблюдается достаточно обширный потенциал для развития логистических технологий, призванный способствовать не только скорости, но и качеству экономического развития региона.

© Покид А. Т., Свисенко Н. С., 2013

УДК 658.815.2

Ю. С. Резанова

Научный руководитель – Е. В. Белякова

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

ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАКАЗАМИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

В условиях увеличения воздействия внешней среды на деятельность промышленных предприятий большую актуальность приобретает изучение процессов и разработка адекватных инструментов и методов организации управления заказами клиентов. Объектом исследования являются отечественные промышленные предприятия.

В настоящее время заказ потребителя в промышленности является базой для планирования производства. Логистический менеджмент в организации начинается с приёма и обработки заказов потребителей материальных ресурсов или готовой продукции [1].

Оптимальное управление заказами обеспечивает достижение целей и целевых показателей предприятия как субъекта финансово-хозяйственных отношений, так и объекта вложения средств собственников. Своевременное и качественное выполнение заказов покупателей обеспечивает предприятию лидирующее положение на конкурентном рынке.

Управление заказами включает в себя прием заказов от потребителей и предоставление последним информации о текущем состоянии дел.

Однако на сегодняшний день отсутствуют адекватные требованиям рынка инструменты управления, способные оказывать существенное влияние на удовлетворение интересов агентов рынка, выраженные в заказах, как со стороны производителя, так и со стороны заказчика. Также не применяются инструменты управления, формирующие надежность и гибкость партнерских отношений в условиях переменчивых и динамично изменяющихся требований к качеству продукции, что, в конечном счете, тормозит или препятствует устойчивому развитию производства. В связи с этим нередко предприятия сталкиваются с рядом проблем (нарушение сроков исполнения заказов клиентов, нарушение требований к качеству заказов, игнорирование обращений заказчиков, слабая связь процесса формирования и процесса исполнения заказа и т. д.) [2]. Это

касается, как правило, предприятий с позаказной системой организации производства.

Для решения указанных проблем и эффективного управления заказами на промышленных предприятиях с точки зрения логистики предлагаются к применению ряд инструментов управления (см. рисунок).

Эффективность данных инструментов управления заказами признана на международном уровне, однако не существует единой точки зрения на содержание данных инструментов.

На российских промышленных предприятиях на сегодняшний день применяются такие инструменты управления, как сегментация потребителей, аутсорсинг, бенчмаркинг, управление качеством, документационное обеспечение.

Другие инструменты управления либо не используются, либо используются в недостаточной степени. Промышленные предприятия, как правило, не имеют сбалансированной системы показателей эффективности, полноценной системы управления с клиентами, интегрированной цепочки поставок.

Решение задач эффективного управления заказами на предприятии необходимо начинать с построения системы показателей и определения между ними логико-математической взаимосвязи. Затем необходимо создать механизм оценки изменений параметров процессов и результативных показателей предприятия. В основе механизма должна лежать математическая модель, позволяющая на входе принимать количественно измеренные технико-экономические требования клиента к заказу, соотносить их с текущими пока-

зателями основных бизнес-процессов и целевыми показателями предприятия, а на выходе формировать оперативные показатели для руководителей и специа-

листов, занятых в процессе выполнения заказа. Данные показатели должны служить ориентиром для работников в процессе выполнения заказа.



Инструменты управления заказами на промышленном предприятии

Актуальным является вопрос резервирования запасов, особенно при осуществлении промышленными предприятиями внешнеэкономической деятельности. Если при поставках на внутренний рынок предприятия, как правило, имеют запасы готовой продукции на складах по всей стране, то производство готовых изделий на экспорт зачастую осуществляется под заказ. Идеальный склад при этом нулевой. Это обусловлено большим количеством номенклатурных позиций товаров с различными техническими характеристиками. Однако и в данном случае эффективным может быть создание запасов готовой продукции посредством применения таких инструментов управления заказами, как методы классификации (матрица

ABC–XYZ), методы прогнозирования потребностей в запасах готовой продукции.

Комплексное решение данных задач позволит промышленному предприятию повысить экономическую эффективность деятельности и при этом успешно создавать клиентскую базу.

Библиографические ссылки

1. Управление распределением и сбытом // <http://mmc1012.unn.ru>
2. Управление заказом в производстве. ООО «Анатолий Кудинов и партнеры». 2008-2011 // <http://www.akpartners.ru/services/zakaz/>.

© Резанова Ю. С., 2013

УДК 347.77

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

КОНТРАФАКЦИЯ И ФАЛЬСИФИКАЦИЯ: ОБЩЕЕ И РАЗЛИЧИЯ

Термины «контрафакция» и «фальсификация» часто используются как синонимы. Однако существуют веские причины для четкого разделения этих понятий.

Из анализа содержания англо-русских словарей по общей лексике следует, что слово «контрафактный» происходит от французских слов «contrefaçon» – поддельная вещь и «contrefaction» подделка (действие), а также от созвучного с ними английского слова

«countefeit» – подделка, поддельный, подложный, фальшивый [2].

Контрафакция представляет собой намеренное, в коммерческих целях, незаконное введение в коммерческий оборот объектов, на которые распространяют-

ся действия законов Российской Федерации об авторском и смежных правах, интеллектуальной, в том числе промышленной собственности, а также международных договоров Российской Федерации.

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 сходное обозначение [3].

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.

Фальсификация (от латинского *falsifico* – подделываю) – это действия, направленные на обман покупателя или потребителя путем подделки объекта купли-продажи с корыстной целью. Поэтому 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, но не являющиеся существенными для потребителя [1].

Объектами фальсификации являются: товары, услуги, документы, информация, маркировочные и идентификационные знаки. В то же время фальсификат и некачественные товары нарушают права потребителей. Некачественные продукты питания, лекарст-

ва, запчасти сложной техники несут в себе реальную угрозу, в том числе для здоровья и жизни людей. Фальсификация продовольственных товаров чаще всего производится путем придания им отдельных наиболее типичных признаков (внешнего вида, цвета, консистенции) при общем ухудшении или полной утрате отдельных наиболее значимых свойств пищевой ценности и безопасности.

Понятия «контрафакция» и «фальсификация» имеют различия с правовой точки зрения: под первым понимается нарушение интеллектуальных прав, а под вторым – нарушение технологии производства. Из этого следует, что контрафактная продукция одновременно будет являться и фальсифицированной, а фальсифицированная может не являться контрафактной.

Таким образом, контрафактный товар – это любой товар, произведенный без разрешения правообладателей объектов интеллектуальной собственности, а фальсифицированная продукция – это продукция, действия которой направлены на ухудшение тех или иных потребительских свойств товара или уменьшение его количества при сохранении наиболее характерных показателей, но не являющихся существенными для потребителя.

Библиографические ссылки

1. Юридический словарь [Электронный словарь] // Академик. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/lower/19096>.
2. Сударинов С. А. Право интеллектуальной собственности : учебник. М. : ТК Велби ; Проспект, 2008. 368 с.
3. О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях места происхождения товаров : закон РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1.

© Родионова К. А., 2013

УДК 332.1;658.7

А. В. Самарцева

Научный руководитель – Е. В. Белякова

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

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИАГРАММЫ ИСИКАВЫ В ЦЕЛЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ГОРОДСКОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Представляются факторы построения городской логистической инфраструктуры, рассматривается использование инструмента «диаграмма Исикавы» в целях ее совершенствования.

Создание логистической инфраструктуры территории является одним из основных условий для ее успешного развития, что было рассмотрено нами в ряде других публикаций [1]. Одним из инструментов, позволяющих выявить и ранжировать факторы, влияющие на построение логистической инфраструктуры является диаграмма Исикавы.

Диаграмма Исикавы или причинно-следственная диаграмма (иногда ее называют диаграмма «рыбья кость») – применяется с целью графического отображения взаимосвязи между решаемой проблемой и фак-

торами, влияющими на ее возникновение. Кроме того, с помощью данного инструмента можно установить, каких данных, сведений или знаний о проблеме недостает для ее решения и тем самым сократить область принятия необоснованных решений. Когда строится диаграмма Исикавы, причины проблем распределяют по ключевым категориям, причем наиболее важные располагаются ближе к «голове» скелета [2].

В качестве таких категорий для построения городской логистической инфраструктуры нами приняты следующие факторы: геополитический; социальный;

экономический; методологический. Схематично диаграмма представлена на рисунке.

Опираясь на ранее сделанные выводы [1], наиболее значимым, с нашей точки зрения, является геополитический фактор, который представляется как совокупность территориального положения районов (размер, расположение – удаленность от центра, существующая транспортная и складская инфраструктура (транзитность территории, время простоя в пробках, возможность их объезда через выбранный район), давность застройки) и политической ситуации (готовность администрации города и районов пересмотреть имеющуюся инфраструктуру, законодательно поддерживать инициативы по ее изменению/созданию).

Следующий по значимости – социальный фактор, куда относятся демографическая ситуация в городе, плотность населения, его доходы, прирост по районам, наличие социально значимых объектов на территории, рост/спад приема учащихся в ВУЗы и школы, детские сады.

Экономический фактор включает в себя доходы населения, специализация районов города (количество рабочих мест, фабрик, заводов, бизнес-центров и досуговых мест – торгово-развлекательных комплексов, торговых центров, магазинов (вне зависимости от формата). Важно учесть также размер выделенных учреждений и динамику их расширения/закрытия по районам. Социальный фактор, наряду с экономическим, во многом определяет объемы и структуру потребления, непосредственно влияет на количество перевезенных грузов и т.п., что в свою очередь отра-

жается на объектах инфраструктуры города (увеличивается их загруженность, возникает необходимость модернизации / постройки новых).

Отметим также важность теоретически верного построения инфраструктуры (методологический фактор). Исследования в области городской логистической инфраструктуры должны стать основой сбалансированной структуры, которая отражает интересы всех участников проекта, развивая взаимосвязи между ними и упорядочивая прохождение потоков внутри всей инфраструктуры. Это выгодно как для бизнес-структур (развитие партнерских взаимоотношений, формирование новых цепей поставок), населения (снижение цены и увеличение доступности товаров местного производства), а также администрации (приток инвестиций для развития территорий, увеличение конкурентоспособности и т. п.). К теоретическим факторам относятся методические инструменты, принципы, способы формирования инфраструктуры и др. Проблематичность использования данного фактора обусловлена в отсутствии необходимой статистической информации (количестве и направлении потоков, складских площадей и т. п.).

Таким образом, с помощью Диаграммы Исикавы были описаны основные факторы формирования городской логистической инфраструктуры, отметим, что все они в той или иной степени отражают описанные нами в предыдущих исследованиях факторы региональной логистической инфраструктуры, т. е. есть преемственность, что говорит о верности предположений. Из диаграммы видно, что наибольшее влияние

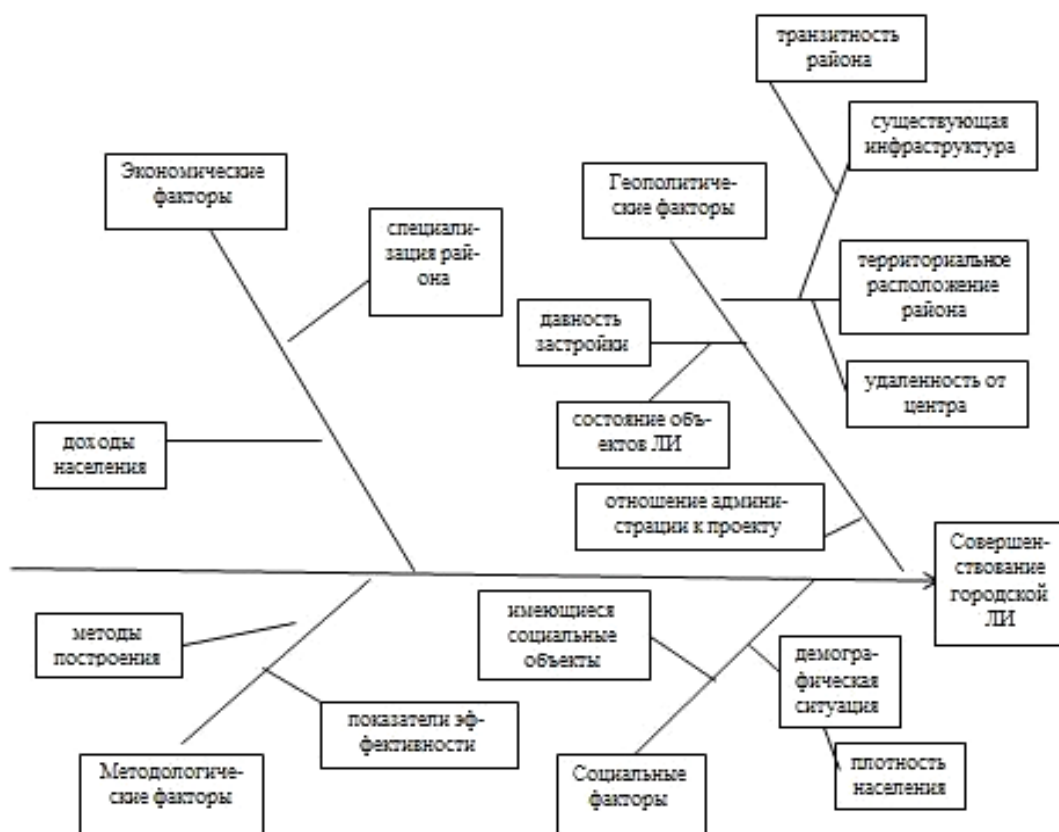


Диаграмма Исикавы для факторов формирования городской логистической инфраструктуры

на состав и размещение объектов РЛИ имеют факторы геополитического и экономического характера. Это влияние обусловлено заинтересованностью основных стейкхолдеров городской логистической инфраструктуры, механизм взаимодействия которых требует дальнейшего анализа.

Библиографические ссылки

1. Белякова Е. В., Самарцева А. В. Инструменты формирования региональной логистической инфраструктуры // Вестник СибГАУ. 2012. Вып. 6 (46).
2. Метод «Диаграмма Исикавы» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.inventech.ru/pub/methods/metod-0019/>.

© Самарцева А. В., 2013

УДК 347.77

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

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

Рассмотрена проблематика защиты товарных знаков, а также её актуальность в современных условиях.

В условиях многообразия форм собственности, развития товарно-денежных отношений, необходимости насыщения рынка различными товарами, такой вид интеллектуальной собственности, как товарные знаки, становится неотъемлемым элементом рыночной экономики. Рыночный механизм, как известно, четко воспринимает реакцию потребителя на произведенный продукт. Потребитель либо признает продукт, либо отвергает его. В этом процессе товарные знаки, являясь связующим звеном между изготовителем и покупателем, промышленностью и торговлей, производством и потреблением, играют роль участника рыночных отношений [1].

Сопровождающие продукцию с непосредственной целью ее индивидуализировать товарные знаки стимулируют качество товаров, служат активным средством привлечения к ним внимания покупателей, позволяют потребителям выбрать необходимые им товары. В связи с той ролью, которую эти объекты играют при реализации и продвижении товара на рынке, весьма актуальна проблема обеспечения их гражданско-правовой охраны.

Одним из постоянно декларируемых приоритетных направлений деятельности Правительства Российской Федерации является защита прав на интеллектуальную собственность – в общем, и товарные знаки – в частности. Меры в этой области направлены на защиту от недобросовестной конкуренции, от подделок продукции и ущемления прав, относящихся к интеллектуальной деятельности в производственной, научной, литературной и художественной областях. Кроме того, с каждым днем все большее значение приобретает гражданско-правовая охрана товарных знаков в мировой сети Интернет [2].

Для того чтобы решить указанные проблемы, необходимо проанализировать имеющуюся судебную арбитражную практику рассмотрения дел в этой области, серьезно разобраться в том, насколько эффективен или неэффективен тот механизм правового регулирования, который есть уже сегодня, что можно было бы в нем изменить, от чего отказаться. Между тем, эффективная защита прав интеллектуальной собственности невозможна без формирования реально работающих правовых механизмов по предотвращению пересечения границ Российской Федерации контрафактной продукцией, изготовленной с нарушениями прав владельцев интеллектуальной собственности. Данная деятельность приобретает государственное значение, поскольку оказывает непосредственное влияние на стимулирование производства, поддержку отечественных производителей, защиту внутреннего рынка от подделок, следовательно, способствует развитию экономики государства в целом [3].

Таким образом, проблема защиты товарных знаков таможенными органами России актуальна в современный период.

Библиографические ссылки

1. Баликоев В. З. Общая экономическая теория : учебник для вузов. Новосибирск, 2010.
2. Близнец И. А., Леонтьев К. Б. Авторское право и смежные права : учебник для вузов. М., 2010.
3. Аналитические статьи [Электронный ресурс] // ГАРАНТ. URL: <http://www.garant.ru/article/>.

© Сосновская Е. А., 2013

УДК 658.7

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

ОСНОВНЫЕ СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ПОСТРОЕНИЯ ИМИТАЦИОННОЙ МОДЕЛИ, ТРАНСПОРТИРОВКИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрено построение имитационной модели предприятия. Решение доставки товара к покупателю точно в срок, при построении производственно-сбытовой системы при минимизации усилий и затрат.

В настоящее время, термин «логистика» тесно связан с окружающим нас бизнесом. Компании, занимающиеся импортом и производством товаров, внесли в движение материальных средств, свои технологии. Доминантой инновационного процесса в логистической сфере является стремление повысить эффективность работы логистических цепочек. Стремление к повышению качества реализации логистического цикла от получения заказа до его исполнения, порождает потребность в широком проникновении передовых информационных технологий в операционную деятельность на складе. Проблема заключается в том, как же грамотно реализовать логистику в бизнесе, чтобы присутствовал порядок в поставке товара от поставщика к покупателю. При прохождении этого процесса, должно тратиться минимальное количество средств, времени, а самое главное, как можно меньше задействовать людей, через которых бы проходили разного рода процессы передачи товара.

Для решения данной проблемы нужно воспользоваться математическим моделированием, главной задачей которого является определение параметров функционирования транспортной сети, а именно, скорости движения транспортных средств, величина транспортных задержек, потери времени участков транспортного процесса в пути следования и распределения точек выгрузки товара [1; 4].

Чтобы решить поставленную цель необходимо решить задачу математического моделирования, используя имитационную модель. Имитационное моделирование позволяет воспроизводить особенности движения, как транспортного потока, так и индивидуальных транспортных средств. Одним из условий имитационного моделирования является скорость выполнения моделирования. Для системного управления транспортным потоком в реальном времени быстроедействие модели является одним из важнейших параметров системы управления.

Таким образом, целью статьи является разработка имитационной модели управления транспортной системы промышленного предприятия [2].

Решение проблемы доставки товара к покупателю точно в срок, возможно при построении производственно-сбытовой системы при минимизации усилий и затрат требует соблюдения условий:

1. Необходимо изучить рынок, выбрать ассортимент, а также произвести заказ производителю (дистрибьютору) без учета территориальных границ.

2. Производство необходимого количества товаров с необходимым качеством на производственной базе.

3. Во время доставки товара покупателю, с одной точки в другую точку, необходимо учитывать минимальное количество пунктов хранения и затрат на транспортировку.

4. Прием и передача товара, его оплата и учет. Не стоит забывать об обработке претензий покупателя в минимально короткое время, при этом используя, как можно меньше затрат.

5. Замена товара с браком, его утилизация, что может поддержать репутацию надежного продавца [3].

Пользовательский спрос зависит от многих факторов и всегда непредсказуем, в этом и проявляется преимущество рынка, но также и его недостаток. Нас будет интересовать товар с доступным и широким ассортиментом, как по его использованию, так и по цене за него. В первую очередь, в начале работы с товаром нужно все проанализировать и ответить себе на вопросы:

Каково будет минимальное и максимальное количество выпускаемого товара, сколько будет товарная партия. Каким образом будет проводиться транспортировка, а именно, места загрузки и способы доставки товара, обязательно надо рассмотреть сервис обслуживания и рассчитать использование пошлин и налогов, какова будет стоимость данной процедуры.

Поясним все вышесказанное, на конкретном примере:

Нам необходимо доставить товар из Красноярска в Хабаровск. Первоначальной нашей целью является транспортировка товара покупателю класса «А». Так как заказчик является одним из главных клиентов, наша цель быстро доставить ему товар, но для транспортировки груза на такое расстояние мало одного пункта заказа. Поэтому создается новая сеть перевозок товара. Перед транспортировкой, принимается заказ и после этого формируется вагон с товаром. После того, как товар достиг конечной точки, формируется вагон из остатков. Цеп поставок выглядит следующим образом: по пути от Красноярска в Хабаровск, встречаются три больших города, а именно, Иркутск, Улан-Удэ и Чита. Происходит отправление товара из первоначального пункта города-производителя – Красноярска, в конечную точку заказчика – Хабаровску, передав заказ, продавец возвращается обратно, но при этом заезжая в три города, для того чтобы оставить продукцию и там. В каждом городе, Иркутске, Улан-Удэ и Чите, построен склад, где всегда хранится резервное количество товара, для дальнейшей продажи там. Каждый раз при транспортировке груза постоянным клиентам в Хабаровске,

поставщик из Красноярска, на обратном пути загружает резервные склады в городах, которые проходят мимо пути. Так как, в этих трех городах, товар пользуется спросом, приходится постоянно пополнять склад товаром, чтобы происходил оборот товара и денег (рис. 1).

Проект был разработан для того, чтобы можно было получить максимальную прибыль от одной отправки груза в сторону Хабаровска. Если изначально товар отправлялся только в Хабаровск, обратно контейнеры шли пустыми, не получая дополнительного дохода. Сейчас же, во время возвращения контейнеров товар пополняет склады в трех больших городах, с которых идет хороший доход фирме производителю [2].

В процессе имитационного моделирования можно выделить следующие основные этапы:

1. Формулирование проблемы: описание исследуемой проблемы и определение целей исследования.
2. Разработка модели: логико-математическое описание моделируемой системы в соответствии с формулировкой проблемы.
3. Подготовка данных: идентификация, спецификация и сбор данных.
4. Трансляция модели: перевод модели на язык, приемлемый для используемой ЭВМ.

5. Верификация: установление правильности машинных программ.

6. Валидация: оценка требуемой точности и соответствия имитационной модели реальной системе.

7. Стратегическое и тактическое планирование: определение условий проведения машинного эксперимента с имитационной моделью.

8. Экспериментирование: прогон имитационной модели на ЭВМ для получения требуемой информации.

9. Анализ результатов: изучение результатов имитационного эксперимента для подготовки выводов и рекомендаций по решению проблемы.

10. Реализация и документирование: реализация рекомендаций, полученных на основе имитации, составление документации по модели и ее использованию.

Для построения имитационной модели транспортной системы, будем использовать программу AnyLogic. Данная программа, инструмент имитационного моделирования, который поддерживает все подходы к созданию имитационных моделей, а именно, процессно-ориентированный (дискретно-событийный), системно-динамический и агентный, а также любую их комбинацию [5].

Построена имитационная модель, отображающая систему погрузки продукции, она показана на рис. 2.

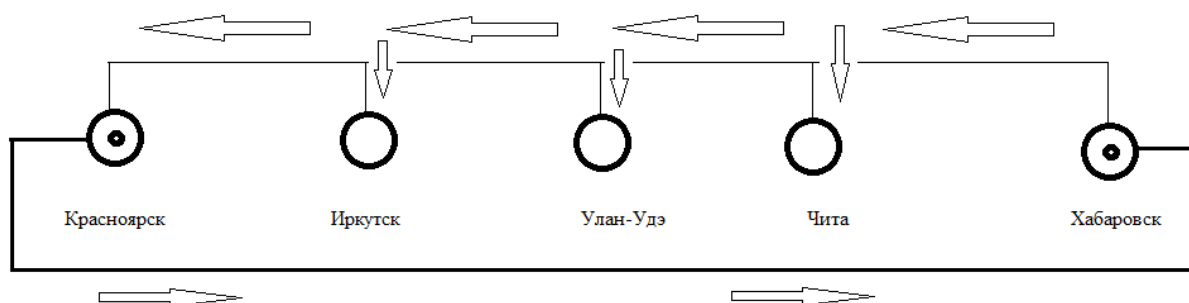


Рис. 1. Распределение товара из начального пункта в конечный пункт

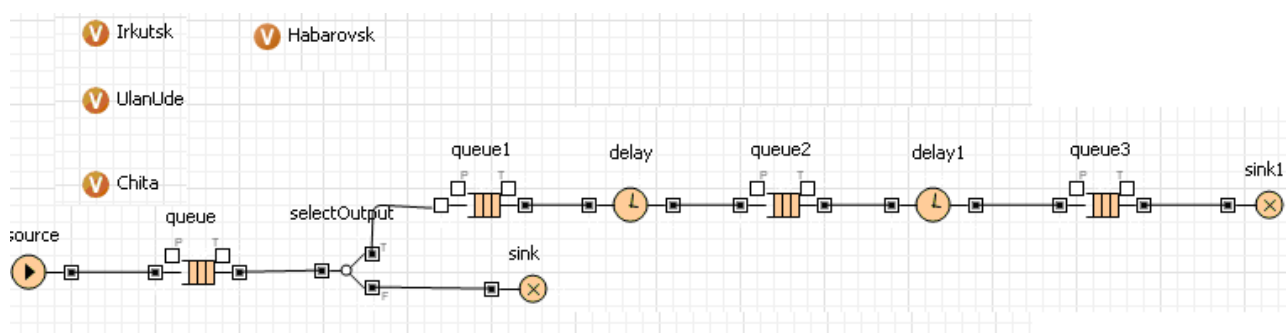


Рис. 2. Имитационная модель транспортной системы

Разработанная имитационная модель транспортной системы предприятия будет, предназначена, для регулирования поставками груза промышленного предприятия. Показана система отгрузки груза, хранение на складе и пополнение продукции в точках назначения. Будет произведен анализ данной модели и показаны результаты разработки.

После анализа разработанной модели будут сделаны выводы по работе системы и предложены рекомендации по ее усовершенствованию.

Библиографические ссылки

1. Гаджинский А. М. *Логистика : учебник для высших и средних специальных учебных заведений.* ИВЦ «Маркетинг», 2007.
2. Зырянов В. В., Миронюк В. П., Шабанов А. В. *Методы формирования региональных транспортно-логистических систем : учеб. пособие.* Ростов -н/Д: Рост. гос. строит. ун-т, 2008.

3. Рожков М. И. Разработка имитационных моделей управления запасами в цепях поставок : учеб. пособие ; Национальный исследовательский университет – высшая школа экономики. М., 2011.

4. Сайт «Все о логистике» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lobanov-logist.ru/index.php?newsid=7796>.

5. Сайт AnyLogic [Электронный ресурс]. URL: <http://www.anylogic.ru/overview>; <http://www.anylogic.ru/overview>.

© Степаненко А. Ю., 2013

УДК 658.7

Т. Г. Степура

Научный руководитель – Н. Е. Гильц

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

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ГРУЗОВЫХ АВИАПЕРЕВОЗОК

Глобализация экономики и сопровождающее ее развитие внешнеторгового обмена значительно расширили объем и структуру рынка грузовых авиаперевозок, увеличили требования к международным и местным транспортным системам.

Динамика экономической активности разных стран выступает одним из существенных факторов влияния на рынок грузовых авиаперевозок. Чутко реагируя на расширение международных торговых связей и рост объемов мировой торговли, данный рынок до кризиса рос примерно в 1,5–2 раза быстрее мирового ВВП.

Волатильность российского рынка грузоперевозок больше, нежели в целом по миру. Она обусловлена, в частности, рядом проблем российской авиации, которые с 90-х годов так и не удалось решить. Другим следствием имеющихся проблем является довольно вялый рост рынка воздушных грузоперевозок, значения показателей которого после резкого снижения в начале 90-х годов так и не приблизились к прежним величинам.

В настоящее время около половины авиационного грузопотока гражданской авиации в России приходится на Московский авиационный узел (МАУ). Судя по статистическим данным ежегодно в аэропортах МАУ обрабатывается более 80 % общего количества международных грузов и почты. Являясь крупнейшим логистическим центром России, Московский регион распределяет входящие грузовые потоки по всей территории страны.

Эта особенность проявляется в выраженной асимметрии внутренних перевозок сборного груза. Из Москвы и Санкт-Петербурга в сторону Сибири и Дальнего Востока идет довольно большой объем грузов, в обратную сторону грузопоток значительно меньше. При развитии транзитных грузоперевозок обратный грузопоток постепенно увеличивается за счет товаров из Китая, направляемых в Россию и Европу. При этом, однако, необходимо развитие аэропортовых комплексов в центральной части России, которые могли бы выступить в роли перевалочных пунктов. Развитие транзитного потенциала России – в настоящий момент, самая яркая тенденция совершенствования рынка грузовых авиаперевозок [2]

В настоящее время около 53 % всех грузов, перевозимых авиакомпаниями мира, доставляется в грузовых отсеках пассажирских самолетов. Совмещение пасса-

жирских и грузовых перевозок особенно актуально в период снижения деловой активности и уменьшения объемов грузоперевозок. Преимущество грузоперевозок в багажных отделениях состоит в том, что это дает возможность гибко реагировать на макроэкономическую ситуацию и оперативно снижать тарифы.

Рассматривая авиационную отрасль России, нельзя не выделить слаборазвитую инфраструктуру. По данным Федерального агентства воздушного транспорта общее количество аэропортов гражданской авиации с 1992 г. по настоящее время уменьшилось почти на 40 %. При этом, например, во Франции, которая занимает территорию в 25 раз меньшую, нежели Россия, находится 475 аэропортов. Россия отстает не только по количеству, но и по качеству аэропортов. Пропускная способность (измеряемая в операциях взлета-посадок) большинства аэропортов России в среднем в 5–10 раз меньше, чем в аэропортах США и Европы [1].

В настоящий момент, грузооборот российских аэропортов незначителен, он составляет около 50 % от объема грузоперевозок одного из крупнейших хабов в Дубае или 1,5–2 % от мировых объемов грузоперевозок. Вместе с тем, развитие воздушного флота, логистической и аэропортовой инфраструктуры позволит в значительно большей степени использовать воздушный транспорт для перевозки грузов.

Если рассматривать основные направления грузоперевозок в мире, в качестве наиболее крупных участников выделяются Северная Америка, Азия и Европа. При этом на направлениях Азия – Северная Америка и Азия – Европа отмечаются наиболее высокие темпы роста грузопотока. По мнению экспертов, они и далее будут превышать мировые показатели на 3–4 % [3].

По прогнозам компании «Airbus» (данные представлены в таблице), до 2030 г. мировой воздушный грузопоток будет расти на 5,9 % в среднем за год. В странах СНГ рост может быть еще выше – 6,1 %, однако это напрямую зависит от действий России по развитию авиационных грузоперевозок [1].

**Среднегодовые темпы роста грузовых авиаперевозок по различным направлениям
согласно прогнозу компании Airbus до 2030 г.**

Направление		Среднегодовые темпы роста, %
Откуда	Куда	
Азия	США	7,4
Азия	Центральная Европа	5,9
Азия	Восточная Европа	5,9
Азия	Канада	5,0
Азия	Австралия/Новая Зеландия	6,6
Азия	Африка	3,9
Северная Америка	Азия	5,9
Западная Европа	Азия	6,9
Центральная Европа	Азия	6,4
Африка	Азия	4,1
Австралия/Новая Зеландия	Азия	7,5
Африка	США	4,4
Южная Америка	Северная Америка	5,6
Азия, внутренние перевозки		5,9
Центральная Европа, внутренние перевозки		6,1
Восточная Европа, внутренние перевозки		5,0
США, внутренние перевозки		3,2
Северная Америка, внутренние перевозки		5,8

В случае усугубления имеющихся проблем или недостаточно быстрого их решения Россия может упустить имеющийся у нее шанс, передав транзитные потоки другим странам. В то же время, задействовав потенциал как транзитных, так и внутренних перевозок, наша страна может обеспечить более существенный рост грузопотока при соответствующем развитии авиационной инфраструктуры и нормативно-правовой базы.

2. Авиакомпания ЭйрБриджКарго. Многообещающее будущее для российского рынка грузовых авиаперевозок [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.airbridgescargo.com/press/exhibition/97.html>.

3. Чижов С. Ю., Юрлов С. В. Рынок грузовых авиаперевозок в России // Экономика и финансы [Электронный ресурс]. URL: <http://rostransport.com/transportrf/pdf/30/32-34.pdf>.

Библиографические ссылки

1. Авиакомпания Ютэйр. Оценка справедливой доходности // [Электронный ресурс]. URL: http://st.finam.ru/ipo/analitics%5C2445_UTAIR_price.pdf.

© Степуров Т. Г., 2013

УДК 658.7

Н. С. Турчина

Научный руководитель – М. В. Пименова

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

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ МЕНЕДЖЕРА ПО ЗАКУПКАМ
НА ОСНОВЕ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ ЗАКАЗА**

Тки модуля в программном обеспечении, который автоматически производит расчет размера заказа и устраняет ошибки расчетов вручную.

Сфера розничной торговли в России находится в стадии развития, крупные торговые сети открывают всё больше точек продаж, и параллельно с этим, ищут пути организации более эффективной деятельности, что, в свою очередь, приводит к организации распределительного центра (РЦ) [1]. За счет консолидированных поставок от поставщика через РЦ в магазины торговая сеть сокращает свои затраты на закупку и ликвидирует функцию входного контроля в магазинах, тем самым давая возможность персоналу сфокусироваться на деятельности по работе с покупателями и на продажах. В этих условиях важно поддерживать

необходимый уровень запасов на полках магазинов, что достигается путем эффективной организации закупочной деятельности [2].

Анализ процесса формирования заказа менеджером по закупке в РЦ крупной торговой сети города Красноярск позволил представить этот процесс в виде следующих этапов:

1) расчет среднесуточного потребления за год (вручную в MS Office Excel) на основании данных отчета о продажах РЦ и данных отчета о запасах в РЦ на текущую дату в программе 1С.Торговля и склад;

2) построение графика продаж для визуализации равномерности/неравномерности продаж (вручную в MS Office Excel);

3) формирование аналитической ведомости расчета заказа в WMS-системе;

4) копирование показателя обеспеченности запасом из отчета WMS-системы в расчетную таблицу в MS Office Excel;

5) определение позиций товара, требующих формирования заказа (вручную в MS Office Excel);

6) расчет потребности на период с момента поставки текущего заказа до следующего заказа (вручную в MS Office Excel);

7) расчет размера заказа на основе определенной ранее потребности за вычетом запасов на текущий момент (вручную в MS Office Excel);

8) оформление заказа в программе 1С.Торговля и склад.

Очевидно, что работа менеджера по закупкам автоматизирована лишь частично, производимые программой расчеты нуждаются в дополнениях. Более того, немалое время затрачивается на копирование данных из одной программы в другую, что приводит к возникновению ошибок. В целях повышения степени автоматизации процесса формирования заказа и повышения эффективности работы менеджера по закупкам предлагается создать модуль «Генератор заказа», встроенный в 1С.Торговля и склад.

Работа по формированию заказа начинается с того, что менеджер по закупкам должен указать параметры расчета заказа в полях для заполнения в окне условий расчета заказа модуля «Генератор заказа». Он выбирает номенклатурную позицию; период, учитываемый при прогнозе потребности; дату, на которую определяется текущий запас; интервал времени между заказами; время ожидания поставки; возможную задержку; отражает стоимость заказа с НДС или без НДС.

По установленным параметрам автоматически заполняется «Ведомость расчета заказа в модуле «Генератор заказа»». Расчет может производиться как по одной, так и по нескольким номенклатурным позициям, информация по которым извлекается из уже имеющихся карточек номенклатуры, которые содержат такие характеристики товаров как: артикул, полное номенклатурное наименование товара, срок хранения, вес штуки товара, габаритные размеры штуки товара, вложимость в упаковку, вместимость на паллету.

После этого задается длительность периода для определения прогнозного значения потребности методом корреляционно-регрессионного анализа. Данные автоматически переносятся из отчета о продажах и о текущих запасах. Для учета неравномерности продаж необходимо провести XYZ-анализ, который позволит определить группу, в которую входит анализируемая номенклатурная позиция. В случае проведе-

ния акций, направленных на стимулирование спроса, необходимо учесть максимум и минимум продаж, чтобы знать результаты подобных мероприятий в прошлом.

При расчете размера заказа используется система управления запасами с фиксированным периодом заказа [3]. Данная система выбрана исходя из того, что в договорах с поставщиками оговорены периоды заказа и сроки доставки, кроме того, в сфере розничной торговли спрос является непредсказуемым и размер партий может меняться.

Далее в соответствии с установленной системой управления запасами и заданными ранее временными характеристиками рассчитываются такие параметры заказа, как ожидаемое дневное потребление, ожидаемое потребление за время поставки, максимальное потребление за время поставки, страховой запас и максимально желательный запас. Текущий запас на момент времени выводится автоматически из базы данных программы. Затем производится окончательный расчет размера заказа в штуках, после чего его значение округляется до первого большего числа, кратного вместимости товара в упаковку. Также определяется итоговый вес товара и число паллет. На основании произведенных расчетов выводится стоимость заказа.

Таким образом, процесс формирования заказа при использовании встроенного в 1С. Торговля и склад модуля «Генератор заказа» сокращается до двух этапов:

1) формирование ведомости расчета заказа в модуле «Генератор заказа», встроенном в программу 1С.Торговля и склад;

2) формирование заказа в программе 1С.Торговля и склад.

Автоматизация процесса формирования заказа с использованием модуля «Генератор заказа» позволяет консолидировать расчеты в единой программной среде 1С. Торговля и склад, дает возможность быстро и своевременно корректировать результат в соответствии с поставленными задачами, сокращая время выполнения данной операции менеджером по закупкам, тем самым повышая производительность его работы.

Библиографические ссылки

1. Keogh, Role of retail distribution centers [Электронный ресурс]. URL: <http://keogh1.com/blog/warehousing-or-dc/role-of-retail-distribution-centers/>.
2. Сергеев В. И. Корпоративная логистика в вопросах и ответах. М. : Инфра-М, 2013.
3. Стерлигова А. Н. Управление запасами в цепях поставок : учебник. М. : Инфра-М, 2008.

© Турчина Н. С., 2013

УДК 658.7

М. Е. Фаер, К. А. Матвеева
Научный руководитель – Н. Е. Гильц
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ В ГОРОДЕ КРАСНОЯРСК

Анализируется современное состояние и развитие транспортных услуг в городе Красноярск.

В современных условиях, большинство транспортных организаций столкнулось с необходимостью адаптации своей производственной деятельности с учетом факторов внутренней и внешней среды.

Успешное развитие Красноярского края требует хорошо организованную и развитую транспортную систему. Благодаря транспортировке производится рациональное размещение производительных сил, происходит разработка и освоение новых территорий, совершенствование разделения труда не только между регионами РФ, но и на мировом рынке.

По итогам первого квартала 2012 года всего по железной дороге перевезено на 25 % грузов больше по отношению к тому же периоду 2010 года. Объем отправленных грузов составил 24,4 млн тонн. Прирост грузооборота в сегменте автомобильных перевозок эксперты оценили не менее чем в 20 %. Участники рынка отметили, что по количеству клиентов наиболее емкий – сегмент автоперевозок. Можно отметить, что клиенты предпочитают автоперевозки, только когда речь идет о доставке на сравнительно небольшие (до 1,5 тыс. км) расстояния. При необходимости доставить груз на большее расстояние заказчики в большинстве случаев пользуются железнодорожным транспортом и авиаперевозками.

Комплексные логистические услуги (3PL), по мнению аналитиков, на местном рынке сейчас единичны. Кроме традиционных монополистов, таких как Красноярская железная дорога, среди игроков этого рынка можно выделить всего несколько компаний, которые недавно начали развивать комплексные услуги: STK, «Ленком» и «Терминал». Это первые красноярские компании, которые с полным основанием можно будет называть логистическими операторами. У каждой из них есть свои преимущества. Например, STK – это мощная транспортная компания, которая запустила лучший на сегодня в городе складской терминал. «Терминал» отличается разработанной технологией логистики, а «Ленком» – разветвленной сетью товаропотоков [1].

Причину слабого развития комплексных логистических услуг эксперты видят в том, что они еще не востребованы на рынке. Сейчас очевиден спрос на аутсорсинг отдельных логистических операций (хранение, транспортировка и т. д.), однако полная передача права 3PL-оператору на ведение логистических операций пока не распространена. Среди основных причин отказа от услуг логистических провайдеров (помимо финансовых соображений) потенциальные клиенты называют неспособность большинства российских 3PL операторов обеспечить требуемый уровень комплексного логистического обслуживания.

Большинство торговых и промышленных компаний не уверены в качестве услуг и надежности поставки. И все же целесообразность применения логистического аутсорсинга для Красноярска и Красноярского края в целом становится очевидным фактором роста конкурентоспособности краевой торговли и промышленности.

Можно выделить несколько основных проблем транспортных услуг в городе Красноярск:

- качества транспортного обслуживания;
- недостаток информации о программных продуктах, позволяющих автоматизировать, упростить и ускорить выполнение операций, сопровождающих перевозочный процесс.

Рынок транспортно-логистических услуг – один из самых перспективных в нашей стране. Прогресс рынка транспортно-логистических услуг является одной из положительных тенденций в современной российской экономике. Что напрямую влияет не только на бизнес, но и на жизнь простых граждан, чьи отправления начинают приходить вовремя. На наш взгляд, для увеличения доли рынка транспортно-логистических услуг, подобным организациям нужно оказывать помощь например, необходимо создание и развитие Красноярского мультимодального транспортного узла, строительство и реконструкция автодорог, обеспечивающих межрегиональные транспортные коридоры, строительство и реконструкция дорог, обеспечивающих межрайонные и внутрирайонные связи. Данный комплекс программных мероприятий, позволит рынку транспортно-логистических услуг развиваться и увеличиваться.

По прогнозам аналитиков, к 2014 году можно ожидать рост спроса на комплексные логистические услуги и, соответственно, повышение доли 3PL операторов в объеме рынка транспортно-логистических услуг до 9–10 %. Рынок уже тяготеет к интегрированным услугам. Сейчас, например, наблюдается явный переизбыток услуги автотранспортных перевозок. Предложение значительно превышает спрос. Чтобы удержаться на рынке, автоперевозчики вынуждены разрабатывать дополнительные услуги для своих клиентов. Думаю, что многие из них пойдут по пути интеграции с операторами складских услуг, не имеющих своих автопарков [2].

На наш взгляд предприятиям, деятельность которых, так или иначе, связана с транспортировкой, должны принимать решение о передаче всех или части перевозок на аутсорсинг. Такое решение позволяет им сконцентрироваться на основной сфере деятельности, повышая качество работы и совершенствуя свою продукцию, а также доверить транспортную

логистику профессионалам в данной области, что в итоге улучшает качество перевозок, а во многих случаях – и снижает транспортные затраты.

Несмотря на все проблемы развития отрасли транспортной логистики, Красноярский край и город Красноярск можно считать не только динамично развивающейся, но и весьма перспективной агломерацией. Сам по себе Красноярский край является крупнейшим транзитным центром на пути в Восточную Сибирь, прогнозируемый товаропоток через который будет только увеличиваться, и, как следствие, активно будет развиваться логистический сегмент экономики.

Библиографические ссылки

1. Рябова О. Обзор: Транспортно-логистические компании [Электронный ресурс]. URL: http://krasnoyarsk.rosfirm.ru/companies_news/analytic/card/508263.
2. ЭкспоСфера TransRussia-2012. Российский рынок транспортно-логистических услуг в 2011–2013 годы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.exposfera.com/news/rossiyskiy-rynok-transportno-logisticheskikh-uslug-v-2011-2013-gody/>.

© Фаер М. Е., Матвеева К. А., 2013

УДК 658.7

Я. А. Яркова, В. А. Гальцова
Научный руководитель – Н. В. Широченко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Грамотное ведение оперативного торгового учета позволяет мгновенно ориентироваться в сложных рыночных ситуациях и принимать обдуманные, обоснованные и эффективные управленческие решения по организации закупочной деятельности. Это позволит поддерживать определенный ассортимент на предприятии, удовлетворить ожидания покупателя.

Определение целей закупочной логистики подразумевает, что компания должна получать необходимые по качеству и количеству материалы и готовую продукцию в нужное время и в нужном месте, от надежного поставщика, который своевременно отвечает по своим обязательствам, с хорошим сервисом (как до осуществления продажи, так и после нее) и по выгодной цене. Для этого необходимо рассмотреть наиболее характерные задачи, содействующие рационализации системы закупок [1].

Основными из них будут: определение предмета закупок, выбор поставщика, определение объема и условий закупок.

Существует два способа организации снабжения, заметно отличающиеся друг от друга способами осуществления системного подхода к управлению материальными потоками в процессе снабжения предприятия материальными ресурсами.

При первом способе организации снабжения задачи закупочной логистики распределяются между разными функциональными отделами.

Второй вариант подразумевает сосредоточение всех функций снабжения предприятия в одних руках [2].

Организацию закупочной деятельности можно наглядно представить на примере общества с ограниченной ответственностью «Озерская фурнитурная компания» в Санкт-Петербурге. Основной целью предприятия является удовлетворение потребностей покупателей в мебельной фурнитуре и комплектующих. Исходя из целей предприятия, основным видом деятельности, осуществляемой предприятием, является организация оптовой и мелкооптовой торговли мебельной фурнитурой и комплектующими. Ассор-

тимент товаров, предоставляемых компанией, состоит из мебельной фурнитуры.

На предприятии действует система управления запасами с фиксированным интервалом времени между заказами. Планирование закупок – это анализ необходимости поставки дополнительного количества товара с учетом заявок на его поставку и наличия остатков товаров на складе.

Определяющую роль в процессе планирования очередной партии поставки играет тот факт, что момент возможной даты поставки определяет транспортно-экспедиционная компания, обслуживающая предприятие, находящаяся в городе Владивосток. Данная компания осуществляет функцию временного склада для ООО «ОФК». Компания получает продукцию от поставщиков из Китая, хранит её на своем складе и в определенные сроки в определенном количестве отправляет продукцию в Санкт-Петербург. Данный процесс отлажен и имеет устойчивый характер, поэтому обладает определенной ритмичностью. Поставка продукции происходит каждые 14 дней с небольшим расхождением в два-три дня. [3]

В условиях данного небольшого предприятия соответствующие решения относительно несложно принимать «из головы», основываясь на здравом смысле и общем понимании состояния дел на собственном предприятии. Но при таком подходе к управлению закупочной деятельностью существует угроза упущения продаж из-за неточного определения потребности и некорректного прогнозирования, а как следствие потеря возможной прибыли и клиента в целом. Предприятию необходим непрерывный стратегический анализ товарных запасов для более точного и корректного прогнозирования сбыта и, как следствие,

повышение уровня обслуживания и получение дополнительной прибыли [4].

Использование инициативного метода принятия решений на основе личного опыта коммерческого директора может стать причиной упущенной прибыли для предприятия, поэтому управление закупочной деятельностью должно базироваться на информации, полученной с помощью специализированного программного обеспечения.

В данном случае элементарное и эффективное управление закупками можно осуществлять с помощью компьютерной программы 1С: «Предприятие», «Торговля и склад». Данная программа предназначена для решения широкого спектра задач автоматизации учета и управления, стоящих перед динамично развивающимися современными предприятиями. Преимуществом этой программы является эффективность ее применения в конкретном случае.

Проведя аналитические исследования, можно предложить следующие рекомендации по совершенствованию планирования закупочной деятельности малых предприятий на внешнем рынке. В качестве планируемого периода рекомендуется рассматривать отрезок времени в один год. Это позволит руководству компании «видеть» перспективы на среднесрочный период времени и увязывать их с общей стратегией деятельности компании в этом периоде и позволит держать складские остатки под четким контролем, не допуская необоснованного роста объемов складских запасов, также как и роста упущенной выгоды компании.

На первом этапе процесса закупочной деятельности необходимо провести маркетинговые исследования, для того чтобы выявить, какие именно товарные позиции пользуются наибольшим спросом среди потребителей. При проведении маркетингового анализа

рекомендуется также использовать два инструмента: ABC-анализ и XYZ-анализ [4].

С помощью программы 1С: можно осуществлять прогнозирование объемов сбыта регулярно потребляемых товаров и осуществлять их своевременную закупку, составлять план закупок на планируемый период с разбиением по месяцам. Данный план будет основываться на подробном анализе товарной номенклатуры, прогнозе спроса на товары с устойчивым спросом и корректировкой по показателю уровня обслуживания клиентов [3].

В процессе решения задачи для каждого планово-учетного периода необходимо определить количество продукции каждого наименования, которое следует закупить, при выполнении требования максимизации полученного дохода от продажи всех наименований продукции. Последовательно решив задачи оптимизации для каждого планируемого отрезка времени можно составить план закупки для предприятия.

Таким образом, использование только инициативного метода принятия решений на основе личного опыта недостаточно. Впоследствии, это может стать причиной упущенной прибыли для предприятия.

Библиографические ссылки

1. Гаджинский А. М. *Логистика : учебник. 18-е изд., перераб. и доп.* М. : Дашков и К, 2010. 484 с.
2. *Складские инновации и технологии // Склад и Техника. 2010. № 2.*
3. *Логистика складирования // Управление продажами. 2008. № 1.*
4. Козловский В. А., Козловская Э. А., Савруков Н. Т. *Логистический менеджмент : учебник. М. : СПб. : Политехника, 2008. 275 с.*

© Яркова Я. А., Гальцова В. А., 2013

УДК 658.5

А. В. Антонова

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

ВНУТРИФИРМЕННЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНФЛИКТ-МЕНЕДЖМЕНТА

Ставится задача изучить роль внутрифирменных коммуникаций как эффективного инструмента конфликт-менеджмента. Автор рассматривает основные задачи, которые должна решать система внутрифирменных коммуникаций, ставит вопрос о постановке целей, которые должна достигать данная система и доказывает необходимость развития системы внутрифирменных коммуникаций.

В современном бизнесе выделяют следующие виды внутрифирменных коммуникаций: формальные и неформальные. Формальные (вертикальные) коммуникации подразумевают обмен информацией между руководством и сотрудниками или подчиненными, находящимися на разных уровнях в компании. В свою очередь, неформальные (горизонтальные) – между подразделениями одного уровня в иерархии организации [1].

Основной же целью управления коммуникациями внутри фирмы является достижение приверженности персонала компании, что требует эффективного обмена информацией. Соответственно внутрифирменные коммуникации призваны решать целый ряд задач: формирование корпоративной общности, поддержка и развитие корпоративной культуры, информационная поддержка управленческих решений, выявление управленческих и коммуникационных проблем внутри компании, мобилизация ресурсов сотрудников для решения корпоративных задач. Неправильная постановка задач, за которой следует неясность информации, возникновение слухов внутри фирмы, неправильное толкование ситуации, порождает серьезные межличностные и межгрупповые конфликты.

В соответствии с вышесказанным автор считает необходимым формирование внутрифирменной системы управления коммуникациями. Исходя из анализа существующего положения компании, особенностей групповой динамики, уровня и типов конфлик-

тов, типа корпоративной культуры можно определить основные направления внутрифирменного обучения. Здесь будут эффективны мотивирующие тренинги, тренинги командообразования, направленные на улучшение взаимодействия сотрудников, формирующие ответственность за принятие решений и за собственные действия, совершенствующие внутрифирменные коммуникации. Также можно активно включать сотрудников в организацию и проведение внутрикорпоративных мероприятий (праздников, презентаций, конференций) [2].

Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод о том, что значением внутрифирменных коммуникаций в современном бизнесе пренебрегать не стоит. Сотрудникам необходимо владеть информацией и уметь ей пользоваться, ведь для облегчения достижения целей и сокращения числа конфликтов компании необходимы эффективные коммуникации.

Библиографические ссылки

1. Олейник Е. Азбука общения // HRMagazine. 2009. № 7 [Электронный ресурс]. URL: http://www.hrm.ua/article/azbuka_obshhenija.
2. Внутренний маркетинг персонала – лояльность руководителя и мотивация сотрудников [Электронный ресурс]. URL: <http://www.new-marketing.ru/articles/14/>.

© Антонова А. В., 2013

УДК 669.713.7

Д. Д. Аюрзанайн, С. А. Архипенко

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

ПОЧЕМУ АУТСТАФФИНГ ВОСТРЕБОВАН НА РЫНКЕ?

Изучены теоретические основы аутстаффинга, проведен анализ развитости аутстаффинговых услуг на рынке.

Руководители отечественных и иностранных компаний, работающих в России, стали проявлять инте-

рес к аутстаффингу после дефолта 1998 года, когда практически всем пришлось сокращать расходы на

содержание штатных сотрудников. Довольно скоро выяснилось, что многочисленный штат – отнюдь не обязательное условие полноценного развития компании. С тех пор спрос на аутстаффинг неизменно растет.

Прежде чем перейти к проблеме, обозначим понятие аутстаффинга. Outstaffing – выведение персонала за штат компании и оформление его в штат агентства, при этом сотрудники остаются работать на прежнем месте и выполняют прежние функции, а агентство юридически становится работодателем.

Специалист начинает сомневаться, когда узнает, что ему придется работать по схеме аутстаффинга. И он задается вопросами, будет ли востребован этот опыт в его будущей карьере, насколько он будет полезен, какие льготы он будет получать, насколько грамотно будет соблюдено трудовое законодательство и т. д. Здесь необходимо отметить, что специалист будет оформлен в штат компании-аутстаффера, хотя трудиться будет на благо совершенно различных компаний.

Применение аутстаффинга в России это ряд психологических проблем, касающихся менталитета русского человека, проблемы возникают при переводе работников в штат кадрового агентства. Русскому человеку необходимо чувствовать принадлежность к какой-либо группе, в частности быть частью компании. Не совсем ещё понятно для нас: как можно работать в организации, потом быть переведённым в другую компанию (в КА), но продолжать ходить работать на прежнее место.

С одной стороны, компания-аутстаффер берет на себя полную юридическую ответственность за персонал, включая ведение кадрового делопроизводства и бухгалтерии, выплату заработной платы, налогов, социальное и медицинское страхование, оформление отпусков, командировок, премий и т. д. Выведенные за штат сотрудники продолжают работать на прежнем месте и выполнять свои прежние обязанности, но обязанности работодателя по отношению к ним выполняет компания-провайдер. С другой стороны, реализация аутстафф-проектов затруднена в связи с трудностями, возникающие с законодательством. В частности, заключение трудового договора подразумевает возникновение взаимных прав и обязанностей у работника и компании-провайдера, но не у работника и компании-заказчика. Оформление же аутстаффинга с помощью гражданско-правового договора лишает работника гарантий и компенсаций, предусмотренных Трудовым кодексом РФ, права на ежегодный оплачиваемый отпуск и т. п. В рамках кадрового делопроизводства и российского законодательства сотрудники фирмы-провайдера считаются прикомандированными к фирме-заказчику.

Правовая основа аутстаффинга плохо урегулирована. Договор аутстаффинга не поименован в Гражданском законодательстве Российской Федерации. Одним из возможных вариантов заключения договора аутстаффинга является договор возмездного оказания услуг. Суды подтверждают правомерность заключения такого рода договоров и рассматривают их как разновидность договора возмездного оказания услуг.

В целях минимизации рисков возникновения спора с налоговыми органами – обязательно каждый этап договора оказания услуг по предоставлению персонала сопровождать надлежаще оформленными документами.

Однако для специалистов существует преимущество такой работы – это прекрасная возможность получить интересный разноплановый опыт работы в области специализации, разумеется. Это так же оптимальный вариант для специалистов, не терпящих рутины в повседневной деятельности. Каждый новый проект предоставляет возможность получить навыки взаимодействия с разными руководителями и коллегами, навыки оперативного погружения в суть проекта и развитие профессиональных навыков. Такой опыт будет непременно оценен в компании, которая захочет взять специалиста в постоянный штат.

Главное преимущество, которое аутстаффинг дает компании, – сокращение прямых затрат, влияющих на себестоимость производимого продукта. Зарплата как раз относится к категории прямых затрат, и если вы, воспользовавшись аутстаффингом, отнесете эти затраты к другой статье расходов (финансирование услуги), то себестоимость снизится автоматически. Также огромным плюсом в пользовании аутстаффинга служит постоянная бесперебойная работа. Своим сотрудникам на производстве работодатель обязан предоставлять ежегодный отпуск, больничный, а также какие-либо «отгулы» по различным субъективным причинам, именно тогда, когда компания необходима в данном сотруднике-специалисте. Сотрудники агентства работают постоянно, можно подменить одного специалиста другим и оперативно выполнить запросы работодателя. Есть у аутстаффинга и другие плюсы. Во-первых, топ-менеджмент компании, продолжая непосредственно руководить сотрудниками, освобождается от административной и финансовой рутины (нет нужды рассчитывать зарплату, общаться с профсоюзами, решать трудовые споры и т. д.). Во-вторых, снижаются юридические риски, связанные с выплатами компенсаций при увольнении сотрудников. Кроме того, у отдела по работе с персоналом появляется дополнительное время для освоения и внедрения новейших методик обучения сотрудников и управления кадрами. Наконец, за счет оптимизации системы управления компания получает возможность увеличить сотрудникам заработную плату и бонусы [1].

Некоторые провайдеры предлагают сотрудникам компании-заказчика собственную систему бонусов – медицинскую страховку, оплату мобильного телефона и т. д. Причем за счет того, что у провайдера в штате сотни сотрудников, страховщики и мобильные операторы предоставляют им свои услуги на гораздо более выгодных условиях, чем, к примеру, небольшим компаниям.

Бывает, компании переводят на аутстаффинг весь штат, кроме генерального директора и главного бухгалтера. Чем же это облегчает процесс? Это уменьшает нагрузки, нет необходимости вести кадровую документацию, заполнять табели учета рабочего времени, книги учета трудовых книжек и другие документы и процедуры, связанные с кадровым делопроизводством. Все в свои руки берет компания-провайдер. Тру-

довая инспекция, миграционные службы и другие проверяющие органы не имеют права штрафовать вас за нарушения, связанные с кадровыми, миграционными и налоговыми вопросами по персоналу [2].

Можно сказать, что аутстаффинг в России повторяет путь развития этой услуги на Западе. Уже сейчас многие рекрутинговые компании увеличивают долю аутстаффинга в своем бизнесе. В первую очередь этому способствуют стабилизация и рост экономики в стране, увеличение доли западных компаний на рынке. Эксперты прогнозируют неизбежный дальнейший рост спроса на услуги аутстаффинговых компаний, в

первую очередь небольших, ориентированных на конкретного клиента, способных предложить гибкую ценовую политику, конфиденциальность и доказавших свой профессионализм.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://hrm.ru/db/hrm/28DD550DC4F07ED5C32576B0005494B9/print.html>.

2. URL: <http://www.klerk.ru/law/articles/175854/>.

© Аюрзанайн Д. Д., Архипенко С. А., 2013

УДК 658.5

И. А. Дмитриев, А. А. Кошина
Научный руководитель – С. М. Самохвалова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ И АКТУАЛЬНОСТЬ СОЗДАНИЯ КОМАНД ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ

Представлены сущность, факторы и этапы формирования команд топ-менеджеров в организациях.

С точки зрения управленческой ответственности топ-менеджеры – это менеджеры, которые отвечают за развитие организации в целом и имеют право самостоятельного распоряжения ее ресурсами в рамках своей зоны ответственности.

В недавно проведенном исследовании международной практики управления отмечаются черты работы топ-менеджеров: 1) бюджет (определенная доля оборота), которым топ-менеджер может распоряжаться, не отчитываясь, и 2) описание в контракте обязательств топ-менеджера (через цели и показатели) и обязательств корпорации по поддержке его основных функций (через объем выделяемых ресурсов) [1].

В российской практике понятие «топ-менеджер» используется по-разному, – в некоторых компаниях к топ-менеджменту причисляют руководителей не только первых двух уровней, но и третьего уровня, отвечающих за деятельность частей компании, – например, директоров региональных филиалов, департаментов или отделов, входящих в крупные управления и т. д.

В практике управления компаниями более успешно работают не отдельные личности, а команды, состоящие из нескольких людей – владельцев компаний или наемных менеджеров.

Существуют различные типы команд, такие как: «соло» (характерен один лидер (владелец или наемный менеджер), который ведет за собой подчиненных); «триумвиратов» (совместное руководство осуществляют три лидера: провидец, исполнители и миротворец) и «дуэт» (два лидера, взаимодействующие на основе профессионального и психологического дополнения друг друга) [2].

По нашему мнению, в России наиболее целесообразно создавать команды типа «соло» и «дуэт», так как есть вероятность, что в команде «триумвиратов» двое могут объединиться против третьего, с целью захвата власти и расширения территории влияния.

Следует обратить внимание на сложности, которые могут возникнуть при подборе команды топ-менеджеров

Термин «команда» применительно к людям в бизнесе вошел в наш язык относительно недавно – в середине 1980-ых годов. Долгое время в том же значении использовалось слово «коллектив» (а точнее «трудовой коллектив»). Сегодня мы отчетливо слышим разницу между словами «командный» и «коллективный».

Команда – это больше, чем коллектив, это, так сказать, «коллектив +». На поиск (или создание) этого «плюса» и направлено большинство усилий по улучшению командного взаимодействия.

В каких случаях задача улучшения работы в команде стоит наиболее остро?

Формирование команды «с нуля» (подбирается новая команда).

Смена части команды (при слияниях, объединениях, крупных кадровых перестановках).

Серьезный неуспех (в т.ч. переживание последствий глобального экономического кризиса) или, наоборот, успех.

Вот несколько шагов, которые помогут решить задачу улучшения взаимодействия в команде [3]:

Шаг 1. Согласуйте образ результата (прежде чем браться за эту задачу, нужно как можно более четко сформулировать образ).

При оценке эффективности командного взаимодействия мы рекомендуем ориентироваться на следующие критерии: единое понимание целей; развитая коммуникация; решения должны приниматься взвешенно и вовремя; согласованные правила командной работы; четкое распределение ролей в команде; команда успешно выходит из конфликтных ситуаций.

Шаг 2. Спланируйте усилия

При построении команды мы рекомендуем придерживаться следующей последовательности действий:

вий: в первую очередь договориться о целях, способах коммуникации и принятия решений, на следующем шаге согласовать и закрепить правила командной работы, и в качестве заключительного «аккорда» — помочь людям развить навыки, которые позволят эти цели и правила реализовать.

Шаг 3. Создайте программу действий

Работа по построению команды может осуществляться двумя способами:

Через специальные мероприятия, которые могут быть как коллективными (командообразующие сессии, конференции и т.п.), так и индивидуальными (например, коучинг).

Шаг 4. Транслируйте правила вниз

При работе команды топ-менеджеров, необходимо позаботиться о трансляции новых принципов команд-

ного взаимодействия вниз по вертикальной структуре. Руководитель должен стремиться к тому, чтобы его подчиненные в своей деятельности ориентировались на те же принципы командной работы, что и члены топ-команды.

Шаг 5. Распределите роли

От правильного распределения ролей в команде зависит успех компании.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://www.elitarium.ru>.
2. URL: <http://www.pro-personal.ru>.
3. URL: <http://www.rbp.ru>.

© Дмитриев И. А., Кошина А. А., 2013

УДК 669.713.7

Е. В. Конева, В. О. Иванова

Научный руководитель – С. М. Самохвалова

Сибирский государственный аэрокосмический университет

имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ АНАЛИЗА РИСКОВ ПРИ ПОДБОРЕ ПЕРСОНАЛА

Подобранный персонал и назначенные исполнители должны по своим личностным качествам как можно точнее соответствовать требованиям, предъявляемым к той или иной должности, к тому или иному порученному делу. Предпринимателю рекомендуется при решении задачи подбора персонала учитывать как индивидуальные доминанты риска (ИДР) отдельных претендентов, так и допустимую степень организационного риска для всей фирмы. Для того чтобы учесть цели деятельности субъектов в организации, оценку ИДР необходимо проводить для двух составляющих, условно названных «персональный» и «деловой» риск.

Практикам бизнеса давно понятно, что разные люди имеют различную склонность к риску. Некоторые любят риск, внутренне стремятся к нему. Таких – не более нескольких процентов от дееспособного населения. Большинство же людей уклоняются от рисков. Среди них некоторые готовы к проведению расчетов оптимизации рисков, а другие – воспринимают эту работу как вещь совершенно бесполезную [1]. Немного людей, которые вовсе не выносят риска. Подобранный персонал и назначенные исполнители должны по своим личностным качествам как можно точнее соответствовать требованиям, предъявляемым к той или иной должности, к тому или иному порученному делу. Например, брокер или менеджер по продажам просто по должности обязан быть рисковым. А вот главный бухгалтер – совсем наоборот: должен быть совершенно не склонен к риску. Большое значение имеет то, насколько каждый субъект лично склонен или не склонен к риску. Это обстоятельство назовем индивидуальной доминантой риска (ИДР).

Рассмотрим простую методику оценки ИДР, а затем распространим полученные результаты на оценку степени организационного риска фирмы. Предпринимателю рекомендуется при решении задачи подбора персонала учитывать как индивидуальные доминанты риска отдельных претендентов, так и допустимую степень организационного риска для всей фирмы. Для того чтобы учесть обе указанные нами цели деятель-

ности субъектов в организации, оценку ИДР будем проводить для двух составляющих, условно названных «персональный» и «деловой» риск. «Персональный риск» – это и отношение к расходованию дефицитных ресурсов в надежде улучшить свое нынешнее положение, и взгляды на возможность наступления неблагоприятных событий в будущем, и стремление получать пусть не очень большой, но зато – гарантированный доход вместо того, чтобы рисковать последним, что есть, и многое другое. «Деловой риск» – это способность рационально мыслить, понимая, например, что невозможно получить существенную прибыль, не занимаясь инновациями, не вкладывая деньги в, так сказать, «сомнительные проекты», не защищая свой бизнес от конкурентов, даже ценой блефа или некоторого нарушения «общепринятых норм» и т. п. Что касается оценки степени организационного риска фирмы, то под ним будем понимать последствия конкретной расстановки индивидов по должностям, а также последствия неизбежных трений между персоналом и руководством, между отдельными лицами внутри персонала, а также последствия несоответствия индивида занимаемой должности [2].

Какие критерии «персональной» рискованности можно предложить? Прежде всего, целесообразно использовать размер доли имущества, которая может быть вложена в рискованный проект. Однако при этом многое будет зависеть от размера выгоды. Тогда

можно взять «размер долгов» в отношении к «размеру имущества». Вычислим процентное отношение к стоимости личного имущества. Эта величина будет использована для оценки личной степени рискованности субъекта. То, как человек относится к своему имуществу, и то, насколько он вообще склонен к индивидуальному риску, – обстоятельства весьма сильно взаимосвязанные. Если человек относится к своему имуществу весьма легкомысленно, если в любой момент он способен его заложить (за долги), вложить свои деньги в какие-то проекты, и т. п., то такой человек способен сильно рисковать. Если же долги вообще не берутся, а вложения делаются крайне осторожно, составляют очень малую долю имущества или наличности, то такой человек, скорее не склонен к риску.

Не менее важное обстоятельство, которое можно использовать при оценке индивидуальной склонности человека к риску, – это то, как он готов распорядиться имеющейся у него наличностью. Предложите субъекту хорошенько подумать и указать сумму, ради которой он согласился бы riskнуть половиной имеющейся у него наличности, против возможности оставить все как есть. Для определения следующего критерия следует потребовать, чтобы испытуемый упорядочил альтернативные проекты по убыванию предпочтительности. Пусть он на первое место поставит наиболее предпочтительный, по его мнению, инвестиционный проект, а на последнее – наименее предпочтительный.

Теперь нужно обобщить результаты оценки персонального риска. Субъект лично рискован, если он способен взять в долг или вложить (инвестировать) более 20 % суммарной стоимости своего личного имущества. Субъекта следует считать не рискующим, если он никогда не вложит в любой проект более 8–10 % своего имущества, а если такая доля составит от 10 до 20 %, то такого субъекта можно считать нейтрально относящимся к риску. Если сумма, ради которой субъект готов пожертвовать половиной имеющихся у него денег, менее 2,5 имеющейся у него на данный момент наличности, то такой человек скорее склонен к риску, а если эта сумма не менее, чем в 5 раз выше текущей наличности субъекта, то его следует признать не склонным к риску.

Теперь перейдем к оценке индивидуальной доминанты риска в бизнесе («Деловой риск»). При этом

воспользуемся следующими критериями: личная оценка ставки сверхдохода для рискованного портфеля инвестиции, личный индикатор оптимизма, ранг самооценки личного риска. Для оценки величины личной ставки сверхдохода формируют гипотетический рискованный портфель инвестиций. Испытуемый претендент на вакантную должность обязан назвать конкретное значение (%), которое, по его мнению, делает одинаково предпочтительными рискованный портфель и гарантированную альтернативу. Переходим к оценке личного индикатора оптимизма. По сути, это оценка субъективной вероятности того, что любая критическая ситуация, если она вдруг сложится, разрешится благоприятно. В качестве тестовой критической ситуации рассматривают судебное разбирательство. Последний критерий оценки допускаемого личного делового риска в бизнесе – ранг самооценки личного риска по семибальной шкале. Эту оценку испытуемый выносит себе самостоятельно. Обобщающий вывод по результатам оценок делового риска претендента строим аналогично правилам формирования итоговой оценки по отношению к индивидуальному риску: если не менее двух из трех проведенных тестов дают одинаковые результаты, то это достаточно уверенно свидетельствует о конкретной индивидуальной доминанте по отношению к деловому риску [3].

Теперь можно переходить к оценке степени организационного риска фирмы (ОРФ). Он определяется расстановкой персонала по должностям и рядом других факторов. Так, например, успешность работы менеджеров в различных сферах управления организацией напрямую определяется не только их подготовленностью к исполнению обязанностей, но и личным отношением к риску. Хорошо известно, что между понятиями знать и уметь, а также уметь и мочь – весьма значительная разница.[3; 4] В таблице представлена информация о наиболее предпочтительных соответствиях для руководства организацией в парах «должность – личное отношение к риску». Для оценки степени близости конкретной организации к указанному в таблицы 1 вписать оценки отношения к риску должностных лиц на данный момент и – станет ясно, как проводить кадровую политику.

Наиболее предпочтительные соответствия для руководства организацией в парах «должность – личное отношение к риску»

Уровень управления организацией	Наиболее предпочтительный уровень допускаемого риска	Реальная картина
Высшее руководство (сфера выбора миссии, определения стратегии)	Значительная склонность к персональному и деловому риску	
Управление финансами	Несклонность к риску (в сильной или средней степени)	
Управление технологическими процессами	Нейтральное отношение или незначительная несклонность к риску	
Кадровая работа	Нейтральное отношение к риску	
Снабжение и сбыт	Взвешенно рискованные	
Оперативное управление персоналом	Значительная склонность к риску	

Библиографические ссылки

1. Слободской А. Л. *Риски в управлении персоналом : учеб. пособие / под ред. В. К. Потемкина*. СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011.
2. Жариков Е. С., Парамонов А. А. *Риски в кадровой работе: Книга для руководителя и менеджера по персоналу*. М. : МЦФЭР, 2005.
3. Воробьев С. К., Уткин В. Б., Балдин К. В. *Управленческие решения*. М. : Юнити, 2003.
4. Соснин А. С., Прыгунов П. Я. *Менеджмент безопасности предпринимательства*. Киев : Европейский университет, 2002.
5. Балдин К. В., Воробьев С. Н. *Системный анализ управления рисками в предпринимательстве*. Воронеж : МОДЭК, 2005.
6. Балдин К. В., Воробьев С. Н. *Риск-менеджмент*. М. : Гардарики, 2005.

© Конева Е. В., Иванова В. О., 2013

УДК 669.713.7

Е. В. Конева

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

СПОСОБЫ МИНИМИЗАЦИИ ПОТЕРЬ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА

Организация, используя инновации в подборе персонала, должна учитывать какие потери она может понести, если инновационные методы окажутся неэффективными или некорректно использованы. В тезисах приводится классификация видов потерь организации и использовании инновационных методов подбора персонала, дается описание причин возникновения таких потерь.

Области риска, связанные с использованием инновационных методов подбора персонала, шире, чем при использовании стандартных, традиционных методов, так как задействовано больше способов определения личностных и профессиональных характеристик кандидата. Соответственно и больше вероятность того, что при внедрении таких методов могут произойти сбои в программах, ошибки в применении, может повлиять халатность менеджеров по персоналу.

Организация, используя инновации в подборе персонала, должна учитывать какие потери она может понести, если инновационные методы окажутся неэффективными. Так что же произойти, если инновационные методы, которые внедрила компания, окажутся некорректно использованы или выбор того или иного метода окажется неправильным?

По мнению автора такие потери бывают прямые и косвенные. Рассмотрим их на схеме (см. рисунок), предложенной ниже.

Для того, чтобы минимизировать потери, связанные с использованием инновационных методов подбора персонала, необходимо понять, что стало причиной того или иного последствия. Одной из причин таких негативных последствий зачастую становится набор инструментальных ошибок рекрутеров. Одной из основных инструментальных ошибок, с которыми приходится сталкиваться, заключается в том, что организация получает информацию об индивидуально-психологических особенностях человека, свойствах личности. Хороший психолог сможет верно интерпретировать профиль, и ответить на вопрос какой перед нами человек. Но, по результатам таких опросников у компании нет информации о том, как сотрудник будет действовать при решении непосредственных

профессиональных задач. И мы не можем на основании только данной информации о свойствах личности сказать, как проявит сотрудник требуемые для должности компетенции [1]. Поэтому, для того, чтобы избежать увольнение работника и дальнейший последствий, необходимо методы на основе соционики использовать в сочетании с другими методами, чтобы получить более полную картину о способностях кандидата.

Можно также говорить о некорректности использования многих популярных психометрических инструментов, таких как опросники, взятые непосредственно из западных источников. Такой инструмент как опросник должен быть приспособлен под специфику страны, языка и культуры. Просто перевода недостаточно. Требуется кропотливая работа по нормированию, валидации, пересчету значений шкал, изменения содержания, в случае необходимости. Проще говоря, необходимо приведение таких инструментов к специфике нашей среды, условиям нашего бизнеса.

Еще одна ошибка заключается в некорректности самих инструментов, с помощью которых проводится подбор. Многие используют ролевые игры или групповые дискуссии, игровые ситуации, которые прекрасно и успешно используются в качестве обучающих в соответствующих учебных программах. Но при этом такие игровые ситуации совершенно не годны для подбора персонала, так как имеют весьма далекое отношение к кругу непосредственных задач сотрудников. Для того чтобы избежать негативные последствия, а именно убытки, необходимо правильно подобрать формат и тему для деловых дискуссий и ролевых игр [2].

Также сложно представить, как с помощью использования детекторов лжи, которым пользуются все

спецслужбы мира, можно оценить такую компетенцию как «межличностная чувствительность» или, скажем, «командная работа», поскольку у любого кандидата есть поводы волноваться в ситуации подбора, особенно в ситуации такого подбора. Поэтому не следует осуществлять расходы на покупку оборудования, если в нем нет необходимости более того оно может даже навредить процедуре подбора конкретной фирмы.

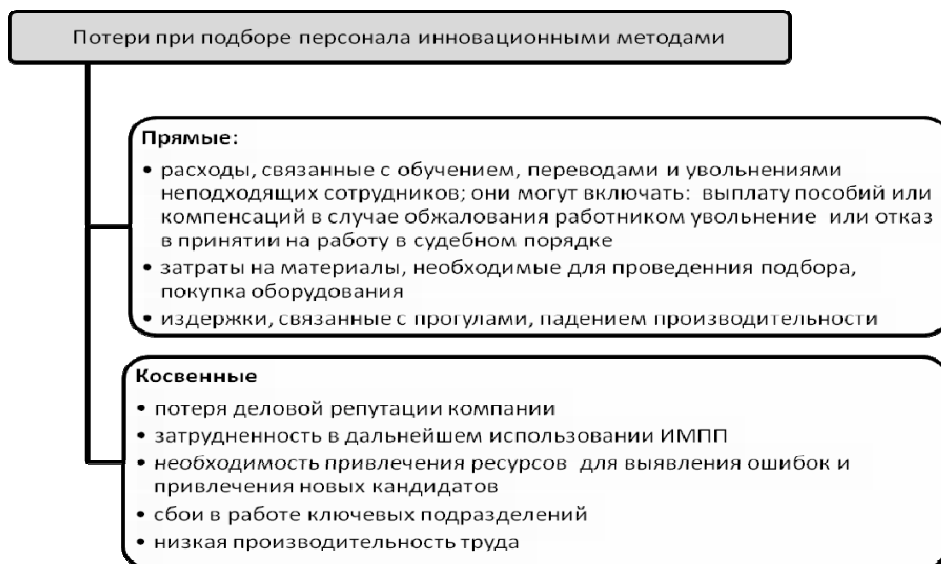
Следующая группа ошибок рекрутеров – ошибка легитимности. Речь идет о ситуациях, когда для целей, связанных с профессиональной деятельностью в рамках обычной коммерческой компании используются инструменты, непригодные для этого, поскольку они запрещены во многих странах для использования в целях отбора. Ну, например, можно говорить о неправомерности использования проективных методик, типа несуществующее животное или пятна Роршаха. Безусловно, грамотный психолог может получить ответы на многие вопросы, связанные с текущим состоянием психики человека. Тем не менее, когда речь идет о выборе кандидата на вакантную должность, вполне очевидно, что такой подход к оценке легко может быть подвергнут сомнению не только со стороны самого кандидата (отказано в приеме на работу на основании результатов клинического опросника), но и со стороны судебных инстанций. Трудно сказать, существуют ли подобные прецеденты в текущей российской судебной практике. Однако то, что в условиях нашей реальности кандидаты, получившие отказ, редко обращаются в суд с жалобой на несправедливое к себе отношение, не говорит о том, что они и впредь не будут этого делать. Готова ли компания подвергать

себя легитимным рискам? Платить штрафные санкции?

Вторая проблема, связанная с легитимностью инструментов связана с повальным нарушением авторских и смежных прав компаниями, которые используют соответствующие методики. Кандидат может на законных основаниях поинтересоваться: «А на каком основании Вы используете данный инструмент? А есть ли у Вас соответствующие права и лицензии, а обучен ли и сертифицирован ли тот специалист, который проводит тестирование?», и так далее. И если удовлетворительного ответа на эти вопросы он не получит, то совершенно на законных условиях сможет оспорить результаты оценки, а вот Вам уже придется держать ответ не только за оценку, но и за нарушение авторских прав в том числе [3]. Чтобы не подвергать компанию такому риску, следует заранее подготовить все документы об авторских правах и обратить внимание на правомерность их использования.

К сожалению, если компании удалось избежать всех перечисленных выше, то остаются еще ошибки связаны с проведением процедуры подбора. Ответственность за эти ошибки компания разделяет с теми, кто осуществляет данную процедуру, поскольку компания может помочь овладеть соответствующими навыками, но их техническое исполнение остается в руках вполне определенных людей [4].

Снизить влияние этих ошибок на эффективность процедуры подбора можно только постоянно совершенствуя у наблюдателей различные навыки, необходимые для этого. Преодолеть технологическую группу ошибок поможет специализированное обучение на тему организации и проведения процедуры подбора.



Классификация потерь при использовании инновационных методов подбора персонала

Библиографические ссылки

1. Веснин В. Р. Организация набора и увольнения кадров // Кадры. 2001.
2. Дуракова И. Б. Управление персоналом: отбор и найм. М. : Центр, 2002. 160 с.

3. Исаенко А. Оценка и отбор персонала // Кадры. 2002.
4. Магура М. И. Поиск и отбор персонала. М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2003.

УДК 658.5

А. И. Краснопеев, Д. Е. Хралович
Научный руководитель – С. М. Самохвалова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КАДРОВЫЙ ДЕФИЦИТ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ АВИАПЕРЕВОЗОК

Анализируется сложившаяся в настоящее время ситуация на рынке труда пассажирских авиаперевозок в России – а именно, острый дефицит пилотов, также предлагаются пути решения этой проблемы.

В настоящее время рынок пассажирских авиаперевозок в России неуклонно растет. Так, рост авиаперевозок в мире составляет 5 %, а в России – 15,4 % [2]. Также в 2012 году пассажирооборот воздушного транспорта более чем на 70 % превысил пассажирооборот железнодорожного транспорта [3] и составил приблизительно 74 млн человек [4]. Но, не смотря на активно развивающийся и расширяющийся рынок авиаперевозок, авиакомпании в России столкнулись с очень серьезной проблемой – а именно, острым дефицитом пилотов.

На 2012 год в России было 14,2 тысячи пилотов. При этом дефицит в настоящее время составляет 2,6 тысячи человек. К тому же, ежегодное выбытие составляет приблизительно 700 летчиков [5]. Причинами такого дефицита могут быть необходимость владения английским языком, высокие требования к состоянию здоровья, ограниченное количество специализированных учебных заведений.

Согласно российскому законодательству, членами экипажа воздушного судна могут быть только граждане РФ [1], поэтому в настоящее время существует лишь две категории людей, которые могут стать пилотами гражданской авиации в России: военные летчики, перешедшие в гражданскую авиацию, а также выпускники специализированных летных училищ. Но, с учетом сложившегося дефицита, все имевшиеся резервы задействованы – то есть, все желавшие восстановиться пилоты уже восстановились, даже после десятилетнего перерыва [6]. А летные училища в 2011 году выпустили приблизительно 500 пилотов, в 2013 планируется выпустить 600 летчиков, в 2014 г. – 700 [7]. В будущем число выпускников летных училищ будет лишь увеличиваться, но острый дефицит в них есть именно сегодня, а, как видно, даже с учетом количества выпускников летных училищ, существующие потребности не удастся удовлетворить.

В условиях острого дефицита высококвалифицированного персонала авиакомпании в России переманивают пилотов друг у друга, пытаясь, таким образом, удовлетворить собственные потребности (а не потребности отрасли в целом). Авиаперевозчики привлекают пилотов высокими заработными платами (командир воздушного судна в зависимости от типа самолета получает до 400 000 рублей в месяц) а также соцпакетом с невероятно выгодными условиями. В компании «Аэрофлот», например, действует акция «Приведи друга»: пилоту «Аэрофлота», который приводит пилота из чужой авиакомпании, выплачивается единовременная премия в размере 200 000 рублей. Пришедшему пилоту также получает премию, но уже в размере 400 000 рублей [7].

У сложившейся ситуации есть несколько путей решения: увеличение числа летных училищ в России, передача обучения пилотов частным компаниям, развитие аэроклубов (за счет чего будет происходить популяризация профессии пилота у молодых людей) и допуск иностранных пилотов к работе в российских авиакомпаниях. Но все предложенные пути решения за исключением последнего (допуска иностранных пилотов к работе в России) смогут исправить ситуацию лишь в будущем, а не существующий в настоящее время дефицит.

Понимая всю серьезность сложившегося положения, некоторые крупные авиакомпании России просили Министерство транспорта разрешить иностранным пилотам работать в России. Спустя некоторое время, государственные власти подготовили законопроект, вносящий изменения в российское законодательство, разрешающие иностранным пилотам работать в российских авиакомпаниях. Согласно законопроекту, будет введена квота на привлечение иностранных летчиков для работы в России на ближайшие пять лет в количестве 200 человек. Но по непонятным причинам, иностранные пилоты, допущенные к работе в российских авиакомпаниях, не отнесены к группе высококвалифицированных специалистов. Поэтому отечественные авиакомпании снова просят российские власти исправить положение, так как при отнесении иностранных пилотов к категории высококвалифицированных специалистов, налог с дохода физических лиц будет уплачиваться по ставке 13 %, а не 30 %, если этого не сделать. Так как по российскому законодательству, иностранным пилотам нельзя платить больше, чем российским, то при одинаковом размере заработной платы сумма уплачиваемого иностранцами подоходного налога будет больше, чем у российских летчиков, от чего у авиакомпаний появляется неуверенность в желании иностранных пилотов работать в России [8].

Таким образом, единственным путем покрытия дефицита в краткосрочной перспективе является привлечение иностранных пилотов для работы в российских авиакомпаниях, а для улучшения ситуации в долгосрочной перспективе – увеличение числа летных училищ в России, передача обучения пилотов частным компаниям и развитие аэроклубов по всей стране.

Библиографические ссылки

1. Воздушный Кодекс Российской Федерации от 19.03.1997 № 60-ФЗ (ред. от 28.07.2012) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2013).

2. Беспилотный проект // Бизнес Online [Электронный ресурс]. URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/77209/>.

3. Пассажирооборот авиации в 2012 году превысил на 70 % пассажирооборот ж/д транспорта / РЖД партнер.ру [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rzd-partner.ru/news/aviaperevozki/passazhirooborot-aviatsii-v-2012-g--na-70--prevysil-passazhirooborot-zh-d-transporta/>.

4. Основные показатели работы гражданской авиации России за январь-декабрь 2011-2012 годы / Росавиация [Электронный ресурс]. URL: http://www.favt.ru/favt_new/sites/default/files/20130301-pok201201-201301.rtf.

5. Иностранцы смогут стать пилотами российских авиакомпаний / ПРАЙМ [Электронный ресурс]. URL: <http://1prime.ru/Politics/20121025/757649153.html>.

6. Яковлев А. Еще раз о нехватке пилотов // Aviation Explorer [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aex.ru/docs/2/2013/1/22/1716/>.

7. Елков И. Ты бы в летчики пошел // Российская газета [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2012/09/27/letchiki.html>.

8. Колобков С. Авиакомпании вступились за иностранных пилотов // РБК daily [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rbcdaily.ru/industry/562949986035308>.

© Краснопеев А. И., Хралович Д. Е., 2013

УДК 35.088.6

Е. В. Нечупей

Научный руководитель – А. А. Пузанов

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

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

Показано, что в системе дополнительного профессионального образования государственных служащих в Красноярском крае недостаточно внимания уделяется профессиональной переподготовке.

По данным Федеральной службы государственной статистики, в органах государственной власти Российской Федерации на региональном уровне (в федеральных государственных органах и государственных органах субъектов Российской Федерации) в 2012 г. замещали должности государственной гражданской службы 726,8 тыс. человек, или 70,8 % от общей численности работников, занятых в этих органах.

В соответствии с действующим законодательством государственные служащие обязаны поддерживать уровень квалификации, необходимый для надлежащего исполнения должностных обязанностей.

В соответствии с государственными требованиями, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 6 мая 2008 г. №362 «Об утверждении государственных требований к профессиональной переподготовке, повышению квалификации и стажировке государственных гражданских служащих Российской Федерации», дополнительное профессиональное образование гражданских служащих включает их профессиональную переподготовку, повышение квалификации и стажировку.

Схема формирования и развития контингента государственных служащих приведена на рисунке [1].

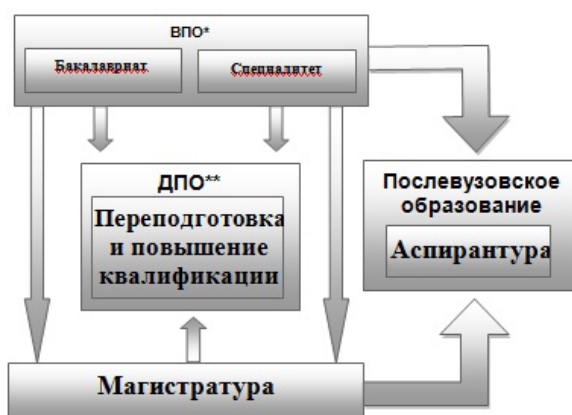


Схема формирования и развития контингента государственных служащих:

* ВПО – высшее профессиональное образование

** ДПО – дополнительное профессиональное образование

Обучение кадров государственной гражданской службы Красноярского края

Год	Получили дополнительное профессиональное образование – всего, человек	В том числе		В % от численности обученных	
		прошли профессиональную переподготовку	повысили квалификацию	прошли профессиональную переподготовку	повысили квалификацию
2008	993	141	852	14,2	85,8
2009	946	42	904	4,4	95,6
2010	927	43	884	4,6	95,4
2011	1039	44	995	4,2	95,8

Профессиональная переподготовка осуществляется для выполнения гражданами служащими нового вида профессиональной деятельности, а также для получения дополнительной квалификации.

Повышение квалификации осуществляется в целях:

освоения актуальных изменений в конкретных вопросах профессиональной деятельности (краткосрочное повышение квалификации);

комплексного обновления знаний по ряду вопросов в установленной профессиональной служебной деятельности.

Продолжительность стажировки, являющейся самостоятельным видом дополнительного профессионального образования гражданских служащих, установлена от 2 до 4 месяцев, а для стажировки, являющейся составной частью программ профессиональной переподготовки или повышения квалификации, определяется учебным планом соответствующих программ.

В таблице представлены данные по результатам обучения кадров государственной гражданской службы Красноярского края по видам дополнительного профессионального образования.

В 2013 году запланировано дополнительное профессиональное образование 2 800 государственных и муниципальных служащих, в том числе:

– по программе профессиональной переподготовки планируется обучить 70 служащих;

– по программе повышения квалификации планируется обучить 2 730 человек.

Таким образом, за последние годы наблюдается тенденция резкого сокращения получения дополнительного профессионального образования путем обучения государственных служащих края по программам профессиональной переподготовки – менее пяти процентов от общего числа государственных служащих, прошедших обучение.

Библиографическая ссылка

1. Газиева И. А., Калачева Т. Г., Тихонина С. А. Инновационные подходы к моделированию системы непрерывного профессионального образования государственных гражданских и муниципальных служащих // [Электронный ресурс] // Russian journal of Earth Sciences. URL: <http://ores.su/index.php/12122012/226-2012-12-24-13-22-02>.

© Нечупей Е. В., 2013

УДК 35.088.6

Е. В. Нечупей

Научный руководитель – А. А. Пузанов

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

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА, ПЕРЕПОДГОТОВКА И ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

Проведен анализ результатов обучения кадров государственной гражданской и муниципальной службы в Красноярском крае. Показано, что интервал между периодами повышения квалификации не соответствует действующему законодательству.

Взаимосвязь муниципальной службы и государственной гражданской службы обеспечивается, в частности, посредством единства требований к подготовке, переподготовке и повышению квалификации муниципальных служащих и государственных гражданских служащих [1].

В табл. 1 представлены данные по результатам обучения кадров государственной гражданской службы Красноярского края по видам дополнительного профессионального образования.

Аналогичные данные результатов обучения кадров муниципальной службы приведены в табл. 2.

Для анализа выполнения требований по организации и проведению повышения квалификации государственных служащих Красноярского края, а также лиц, замещающих выборные муниципальные должности, муниципальных служащих и работников муниципальных учреждений, в таблице 3 приведены данные о численности государственных и муниципальных служащих.

Таким образом, анализ показывает, что повышение квалификации государственные и муниципальные служащие в Красноярском крае проходят примерно один раз в четыре года (табл. 3), что не соответствует требованиям нормативных документов [2; 3], поскольку соответствующие законодательные акты предусматривают повышение квалификации гражданского или муниципального служащего по мере необходимости, но не реже одного раза в три года.

Таблица 1

Обучение кадров государственной гражданской службы Красноярского края

Год	Получили дополнительное профессиональное образование – всего, человек	В том числе		В % от численности обученных	
		прошли профессиональную переподготовку	повысили квалификацию	прошли профессиональную переподготовку	повысили квалификацию
2008	993	141	852	14,2	85,8
2009	946	42	904	4,4	95,6
2010	927	43	884	4,6	95,4
2011	1039	44	995	4,2	95,8

Таблица 2

Обучение кадров муниципальной службы Красноярского края

Год	Получили дополнительное профессиональное образование – всего, человек	В том числе		В % от численности обученных	
		прошли профессиональную переподготовку	повысили квалификацию	прошли профессиональную переподготовку	повысили квалификацию
2008	1535	103	1414	6,7	92,1
2009	1588	82	1501	5,2	94,5
2010	1960	187	1756	9,5	89,6
2011	2359	82	2275	3,5	96,4

Таблица 3

Численность работников, замещающих должности гражданских и муниципальных служащих, и укомплектованность этих должностей на конец 2012 года (Красноярский край)

Территориальные органы федеральных органов исполнительной власти		Органы исполнительной власти субъекта Российской Федерации		Органы МСУ с исполнит.-распорядительными функциями	
человек	укомплектованность, %	человек	укомплектованность, %	человек	укомплектованность, %
9814	87,6	3954	94,1	10041	96,9
Получили дополнительное профессиональное образование					
На начало 2012 года		человек	от общей численности, %	человек	от общей численности, %
		1039	26,3	2359	23,5

Библиографические ссылки

1. О муниципальной службе в Российской Федерации : федер. закон от 02.03.2007 № 25-ФЗ. 05.03.2007, № 10, ст. 1152 // Собрание законодательства РФ.

2. О государственной гражданской службе Российской Федерации : федер. закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ // Российская газета. 2004. № 162. 31 июля.

3. Об особенностях организации и правового регулирования государственной гражданской службы Красноярского края : закон Красноярского края от 20.12.2005 № 17-4314 // Ведомости высших органов государственной власти Красноярского края. 2005. № 50(93). 31 дек.

© Нечупей Е. В., 2013

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

ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ИННОВАЦИОННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ АЭРОКОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Рассмотрен опыт формирования кадрового потенциала инновационных организаций аэрокосмической отрасли, таких как ФГУП «Государственный космический научно-производственный центр имени М. Ф. Хруничева», ОАО «Информационные спутниковые системы имени академика М. Ф. Решетнева».

Рыночная экономика ставит ряд принципиальных задач, важнейшей из которых является максимально эффективное использование кадрового потенциала. На существующем этапе развития современного общества значительное конкурентное преимущество на рынке невозможно получить только за счет техники и технологии в связи с очень высоким уровнем их развития. Поэтому организациям необходимо задействовать более мощный и перспективный ресурс, в качестве которого выступает человек, обладающий интеллектуальными и творческими способностями, имеющий инновационное мышление и способности к саморазвитию. Под влиянием происходящих в мире изменений, ключевым фактором развития экономики страны становятся инновационные организации, а залогом прогресса инновационных организаций является их кадровый потенциал.

Отличительными особенностями предприятий инновационной сферы к которой относится аэрокосмическая отрасль, являются повышенные требования к кадровому составу в связи с большим значением его творческих способностей, профессиональных знаний и навыков в успехе деятельности организаций, многоплановостью выполняемых функций. Приоритетной целью функционирования подразделений по управлению человеческими ресурсами инновационных организаций является создание наиболее благоприятных условий для развития сотрудников, осуществление целенаправленной деятельности по формированию кадрового потенциала инновационного уровня.

В связи с этим исследования по формированию кадрового потенциала инновационных предприятий становятся актуальными. В качестве объекта исследования нами были выбраны лучшие инновационные организации аэрокосмической отрасли: ФГУП «Государственный космический научно-производственный центр имени М. В. Хруничева» и ОАО «Информационные спутниковые системы» имени академика М. Ф. Решетнева; изучен их опыт по формированию кадрового потенциала.

Так, ФГУП «Государственный космический научно-производственный центр имени М. В. Хруничева» применяет следующие методы формирования кадрового потенциала:

1) комплексная программа работы с молодежью. В ее рамках проводится подготовка и привлечение на предприятие выпускников высших и средних специальных учебных заведений и СПТУ, создание для них условий производственного роста, материального поощрения, повышения квалификации и профессио-

нальных знаний, стажировки на ведущих мировых предприятиях и учебных заведениях, в том числе по международным программам обучения;

2) систематическая и качественная подготовка и переподготовка кадров с целью сохранения бесценного опыта и знаний, накопленных коллективом предприятия, и обеспечение преемственности поколений. Комплексная программа работы с молодежью предусматривает дальнейшее совершенствование системы довузовской подготовки школьников, целевой подготовки специалистов с высшим образованием в МАТИ, МГТУ, МАИ;

3) целевая подготовка ГКНПЦ им. М. В. Хруничева;

4) довузовская подготовка учащихся средних общеобразовательных школ на базе Космического центра;

5) подготовка студентов в ВУЗах и техникумах для ГКНПЦ им. М. В. Хруничева МГТУ им. Н. Э. Баумана, МАИ им. Орджоникидзе, МЭИ, МИРЭА, МИФИ, МГУИЭ, Московский техникум космического приборостроения, Московский колледж управления и новых технологий, Московский радиотехнический колледж имени академика А. А. Расплетина. Обучение в вузе осуществляется на бюджетной основе при условии заключения контракта между предприятием и студентом с обязательством последнего работать в «Космическом центре» не менее трех лет после успешного завершения учебного заведения;

6) послевузовская подготовка и повышение квалификации молодых специалистов ГКНПЦ им. М. В. Хруничева;

7) подготовка научных кадров в аспирантуре ГКНПЦ им. М. В. Хруничева;

8) обучение молодых специалистов ГКНПЦ им. М. В. Хруничева за рубежом;

9) курсы иностранных языков в ГКНПЦ им. М. В. Хруничева [1].

В ОАО «Информационные спутниковые системы» имени академика М. Ф. Решетнева» представлена научная и инженерная элита современной России. Сотрудники предприятия владеют всем спектром новейших технологий для создания современных космических аппаратов.

Совершенствование условий для получения дополнительного образования и занятий научной деятельностью способствуют развитию творческого потенциала коллектива. В настоящее время на предприятии работает свыше 6350 человек, 43,71 % имеют высшее образование, среди них 11 докторов наук, 41 кандидат наук, 11 профессоров, 14 доцентов, 67 человек проходят обучения в аспирантурах [2].

Приоритетной целью кадровой политики предприятия является формирование высококвалифицированного и мотивированного коллектива, способного повысить конкурентоспособность и укрепить лидирующие позиции фирмы на рынке космической техники.

Для поддержания конкурентоспособности используются следующие принципы формирования кадрового потенциала:

1. Привлечение лучших, осуществляя целевой набор в вузы страны из числа наиболее одаренных выпускников школ города по востребованным для предприятия специальностям, предоставляя возможность прохождения всех видов практик и дипломирования непосредственно на фирме.

2. Поощрение высоких результатов, совершенствую систему мотивации персонала.

3. Развитие навыков и проведение обучения сотрудников за счет налаженной и выстроенной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации сотрудников.

4. Объективная оценка работы, проведение ежегодной оценки работы всего персонала предприятия.

5. Планирование карьеры своих сотрудников, постоянное формирование кадрового резерва на руководящие должности.

6. Забота о здоровье и благополучии персонала, соблюдая принцип социально-ответственного бизнеса.

Профессиональное обучение и повышение квалификации – целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс

формирования у работников предприятия профессиональных компетенций для обеспечения способности и результативности выполнения новых производственных задач в области создания современной космической техники, или в связи с ростом требований к профессии и повышением в должности.

Планирование и организация профессионального обучения и повышения квалификации работников ОАО «ИСС» осуществляется отделом по обучению и развитию персонала в соответствии с требованиями федеральных, отраслевых, и локальных нормативных актов. Ежегодно в системе профессионального обучения и повышения квалификации проходят подготовку более 20 % работников [2].

Таким образом, методы, принципы формирования кадрового потенциала организации должны быть направлены на достижение поставленных инновационных задач для конкретной организации, о чем свидетельствует опыт ведущих инновационных организаций аэрокосмической отрасли.

Библиографические ссылки

1. ГКНПЦ имени М. В. Хруничева : офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.khrunichev.ru/main.php?id=22>.

2. ОАО «Информационные спутниковые системы имени академика М. Ф. Решетнева» : офиц. сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nporm.ru/?cid=personnel&ses=53e7c4314bfcd721ba705>.

© Подвербных У.С., 2013

УДК 004.056.5

Г. А. Пузанова

Научный руководитель – А. А. Пузанов

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

ОСОБЕННОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Рассмотрено текущее состояние информационной безопасности на предприятиях малого и среднего бизнеса и предложены меры для улучшения ситуации, в том числе основанные на опыте Национального института стандартов и технологий США. Подчеркнута важность человеческого фактора в обеспечении информационной безопасности.

В соответствии с федеральным законодательством субъектами малого и среднего бизнеса (далее – МСБ) являются хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с установленными условиями к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям [1].

Предприятия МСБ играют значительную роль в экономике страны [2], и именно в этой сфере проблеме обеспечении информационной безопасности не уделяется должного внимания.

По данным исследований, 41 % небольших предприятий России считают угрозы информационной безопасности одним из своих главных бизнес-рисков. Наиболее распространенными мерами, применяемыми

для обеспечения информационной безопасности, являются антивирусная защита (70 %), регулярная установка обновлений программного обеспечения (62 %), а также политика и механизмы послеаварийного восстановления системы (46 %) [3].

На основании проведенного анализа можно сделать следующие выводы о существующих недостатках систем обеспечения информационной безопасности предприятий МСБ:

1. Недостаток финансовых ресурсов.
2. Отсутствие квалифицированных специалистов.
3. Невозможность систематической оценки и корректировки состояния информационной безопасности организаций.

Ситуация в области безопасности МСБ усугубляется отсутствием нормативов, учитывающих особенности этого сектора бизнеса в области информационной безопасности. Поэтому целесообразно изучить зарубежный опыт в этой сфере. Национальным институтом стандартов и технологий США (NIST) издан рекомендательный документ об основах информационной безопасности предприятий малого и среднего бизнеса NISTIR 7621. В нем указываются следующие «абсолютно необходимые» действия по обеспечению безопасности предприятий малого и среднего бизнеса.

1. Защита информации, систем или сетей от вирусов, шпионских программ и другого вредоносного кода.

2. Обеспечение безопасности при подключении к сети Интернет.

3. Установка и настройка программы средств защиты ЭВМ.

4. Своевременное обновление операционных систем и приложений.

5. Регулярное резервное копирование важных для бизнеса данных и информации.

6. Разграничение физического доступа к компьютерам и сетевым коммуникациям.

7. Защита беспроводных сетей и точек доступа.

8. Обучение сотрудников основным принципам обеспечения безопасности.

9. Создание отдельных учетных записей пользователей для каждого сотрудника на рабочих компьютерах и для бизнес-приложений.

10. Разграничение доступа сотрудников к данным и информации и ограничение полномочий для установки программного обеспечения [4].

Также хочется обратить внимание на то, что в данном документе особое внимание уделяется угрозам, связанным с человеческим фактором. Если в рамках программной и аппаратной защиты большинством российских предприятий МСБ применяются хотя бы минимальные меры, то эту часть угроз, как правило, игнорируют.

Так, при найме сотрудников необходимо выяснять, как минимум, не имели ли они судимостей, также, по возможности, желательно связаться с бывшими работодателями соискателя.

Необходимо уделить внимание и защите от социальной инженерии. Социальная инженерия является способом лично или дистанционно получить неавторизованный доступ к информации, системам, услугам или важным аспектам деятельности предприятия, манипулируя людьми [4].

Социальный инженер исследует организацию, чтобы узнать имена, должности, обязанности и пуб-

лично доступную личную идентификационную информацию. Затем социальный инженер обычно использует полученные данные на предприятии и с помощью правдоподобных, но вымышленных сведений, пытается убедить персонал, что некто (злоумышленник) связан с организацией и нуждается в информации или доступу в системы, которые работник организации может предоставить, при этом у работника создают ощущение, что он обязан сделать это.

Для защиты от социальной инженерии сотрудники должны быть специально проинструктированы. Работник обязан сначала идентифицировать абонента, спросив такую идентификационную информацию, которую будет знать только человек, который связан с организацией. Если такую информацию не могут предоставить, то работник должен вежливо, но твердо отказать в ее предоставлении, так как велика вероятность того, что информация была запрошена социальным инженером.

Сотрудник должен затем уведомить менеджмент о попытке получить информацию или доступа к системе.

Внедрение лучших практик, применяемых в других странах, поможет МСБ-предприятиям уменьшить издержки, связанные с информационной безопасностью. Также это будет полезно в качестве инструмента связей с общественностью, чтобы представлять бизнес в глазах клиентов, как тот, в котором безопасность данных клиентов имеет первостепенное значение.

Библиографические ссылки

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : федер. закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 01.07.2011) // СЗ РФ. 2007. № 31. Ст. 4006.

2. Статистика малого и среднего бизнеса – краткие итоги сплошного обследования Росстата в 2011 г. России [Электронный ресурс] // Ресурсный центр малого предпринимательства. URL: <http://www.rcsme.ru/common/totals.asp>.

3. Информационная безопасность малого и среднего бизнеса в России [Электронный ресурс] // ЗАО «Лаборатория Касперского». URL: http://www.kaspersky.ru/downloads/pdf/research_smb.pdf.

4. Kissel R. *Small Business Information Security: The Fundamentals*. – US Department of Commerce, National Institute of Standards and Technology, 2009.

© Пузанова Г. А., 2013

УДК 658.5

П. С. Садыкова
Научный руководитель – Т. Г. Окунева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

БОЛОНСКАЯ СИСТЕМА ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Длительное время Россия стремится адаптировать систему высшего образования под европейские стандарты, поэтому после присоединения к Болонскому соглашению, в России интенсивно вводится Болонская система образования. А именно, в вузы вводится двухступенчатая система: бакалавриат и магистратура.

Последнее десятилетие отмечено невероятным количеством инициатив в сфере образования: от госстандартов образования и 12-летнего обучения в школе до ЕГЭ, профильной школы, кредитов ГИФО (государственные именные финансовые обязательства), системы бакалавриат – магистратура в вузах, перевода многих вузов с федерального уровня на региональный и других программ.

Такая активность официально объясняется потребностью изменить существующую систему образования в связи с интеграцией России в ВТО и присоединением с 2003 года к Болонскому процессу [1].

Болонский процесс предусматривает переход к двухуровневой системе высшего образования. Продолжительность обучения на первом уровне должна быть не меньше трех и не больше четырех лет. Обучение на втором уровне займет 1–2 года, после получения степени бакалавра.

Выпускники магистратуры, активно занимающиеся научной деятельностью, могут продолжить обучение в аспирантуре, а затем в докторантуре. Тем самым, получить докторскую степень, можно в общей сложности за 9–10 лет с начала обучения. Желаящие погрузиться в науку, после получения степени магистра будут учиться в аспирантуре и далее. К сожалению, самое главное то, что основная масса студентов останавливается лишь на степени бакалавриата, так и не получив системного образования.

Одной из новаций Болонской системы является так называемая концепция непрерывного образования, которая предусматривает возможность непрерывного, пожизненного обучения, она позволяет человеку получить в течение жизни несколько дипломов и ученых степеней, а вузу – дополнительный доход, за счет предоставления базы для обучения желающих.

Так же, одна из новаций, на которой базируется мобильность студента, при которой, начав учиться в одной стране, он может продолжить учебу в другой, а завершить вообще в третьей. Болонская система образования основывается на компетентностном подходе, когда оценивание студентов происходит по определенным кредитам, иначе – баллам. Эта система заимствована у Учреждения кредитной системы по Европейской кредитно-трансферной системе (ECTS) [2].

Кредит – это условная единица, в которой сконцентрирован весь объем полученного образования. Для получения европейского диплома бакалавра требуется накопить 180–240 часов кредитов, а степени магистра – дополнительно 60–120 часов. Именно ECTS стала инструментом мобильности студента,

основанной на взаимной верификации дипломов и учебных программ, а также средством обмена кредитов (а значит и студентов) между вузами стран-участниц процесса [2].

В настоящий момент в Болонском процессе участвуют 47 стран, в том числе Россия и еще 5 стран СНГ: Армения, Азербайджан, Молдова, Украина, Казахстан.

Бесспорно, данная система необходима Европейскому союзу, более того, без нее ЕС будет неконкурентоспособен по сравнению с главными игроками мировой экономики и политики – США и Китаем. Без сомнения, стремление соседних стран СНГ так же очевидны: они объективно не имеют возможности самостоятельно сохранить и развивать наследие империи, не доверяют Российской Федерации и надеются на помощь богатой Европы [1].

Конечно, у Болонского процесса образования есть свои минусы, на которые уже обращают внимание, как преподаватели, так и студенты России, ниже будут представлены некоторые из них.

Одна из проблем заключается в том, что Болонская система обучения достаточно резко делит все на уровни. Считается, что в идеале Болонская система в целом – это всего лишь несколько десятков самых мощных в мире университетов. Но на практике все это выливается в несколько десятков и тысяч ВУЗов, которые лишь называются университетами, хотя на самом деле они не имеют необходимый уровень знаний, его можно сравнить разве что с уровнем Профессионально-технического училища, по сути это очень слабое образование [3].

Кроме того, если обратиться к теории, то Болонская система обучения должна позволять студентам свободно перемещаться по всему миру. Однако социологи подсчитали, что всего лишь ничтожная доля учеников и студентов на практике ездит обучаться в другие страны и университеты. При этом у тех, кто все-таки пользуется данной возможностью, такие поездки практически полностью совпадают с известными туристическими маршрутами. Но, как правило, или нехватка денег, или проблемы адаптации в чужой среде, может, конечно, все факторы одновременно, в конце концов, приводят к тому, что студенты так и не проводят в этом месте весь свой учебный семестр и возвращаются на родину.

Очередной минус Болонской системы – это оценивание студентов, у студентов в вузах существует основная база, то есть то, за что они непременно получают свои оценки, так называемые обязательные бал-

лы, о которых уже было упомянуто выше, но вот остальные оценки студенты уже должны набрать самостоятельно, основываясь на своих желаниях и предпочтениях. А поскольку нужно собрать всего лишь «энное» количество баллов, то практически любой учащийся пойдет, разумеется, по более простому пути, он выберет те предметы, которые, по его мнению, покажутся самыми простыми и доступными [3].

Делая вывод, можно сказать, что переход российской системы образования на Болонские стандарты – это решение с высокой степенью неопределенности результата. Что будет на практике в российских учебных заведениях, какие плоды принесет, и принесет ли в принципе какую-либо пользу, привитая к древу отечественной высшей школы зарубежная ветвь – покажет время. Остается только ждать и наблюдать за произошедшими изменениями. Тем более как показывает время, при переходе на Федеральные государственные образовательные стандарты оставлен уровень

специалитета по многим специальностям, например, 16040065.65, 160700.65, 611101.65, 036401.65, 090302.65.

Библиографические ссылки

1. Галкина Е. Болонские тайны. Электронный ресурс. URL: <http://www.apn.ru/publications/article1473.htm>.
2. Высшее образование, саморазвитие и работа с интернетом. Болонская система образования. Электронный ресурс. URL: <http://arkanbiz.ru/vishee-obrazovanie/bolonskaya-sistema-obrazovaniya>.
3. Живое пространство новостей: новости мира образования. Минусы Болонской системы образования в России. Электронный ресурс. URL: <http://www.eduhelp.info/page/minusy-bolonskoj-sistemy-obrazovaniya-v-rossii>.

© Садыкова П. С., 2013

УДК 331.1

А. Г. Тричегруб

Научный руководитель – Е. Л. Соколова

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

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В ОБЕСПЕЧЕНИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Рассматривается значение социальной политики в обеспечении инновационных процессов. Социальная политика сегодня является механизмом повышения конкурентоспособности предприятия. Развитая социальная политика способствует привлечению и удержанию конкурентоспособных человеческих ресурсов.

В условиях вхождения России в ВТО возрастает значение инновационной деятельности и модернизации производства для обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий. Развитие инновационных процессов в России связано с осознанием того, что конкурентоспособность человеческого ресурса является основным фактором научно-технических нововведений, решающим условием выживания и роста большинства предприятий.

Опора на конкурентоспособность персонала – это основной путь к успеху деятельности организации. При оценке перспективного состояния занятости и рынка труда необходимо учитывать количественный и качественный характер проявления инновационных тенденций.

В настоящее время становится очевидным, что экономические проблемы, с которыми в ходе глобального кризиса столкнулись российские промышленные предприятия, повлекли за собой серьезные социальные последствия: социальную незащищенность всех категорий населения, низкий уровень доходов, безработицу, кризисное состояние социальной инфраструктуры.

Долгосрочный коммерческий успех промышленного предприятия возможен лишь в условиях социальной стабильности и налаживания сложных взаимоотношений с людьми, группами и организациями.

Поэтому ключевым фактором успеха в данной ситуации становится построение предприятиями собственной эффективной социальной политики [2].

Следовательно, чем эффективнее предприятие проводит социальную политику, тем выше конкурентоспособность занятых на нем человеческих ресурсов. В этом контексте особое значение приобретает роль человеческих ресурсов в плане их развития и повышения конкурентоспособности. Как показывает практика, социальная политика промышленных предприятий ориентирована на выбор целей и направлений деятельности, адаптацию к неопределенности внешней среды, определение инвесторов, поставщиков, маркетинговых посредников и потребителей, формирование организационной структуры управления, установление цен на производимую продукцию и услуги, проведение кадровой политики, оплату труда работников, обеспечение необходимых условий труда и быта, повышение конкурентоспособности. Другими словами, социальная политика предприятия имеет дело с выработкой решений, касающихся развития ее человеческих ресурсов, социального статуса каждого работника и предоставления ему социальных гарантий [1]. В таблице приведены возможные факторы демотивации персонала и система мер по работе с ними, которая может быть учтена при разработке социальной политики организации.

Социальные программы являются инструментом реализации социальной политики и рассматриваются на предприятиях как опосредованный механизм повышения конкурентоспособности как человеческих ресурсов, так и предприятия в целом. В этом случае предоставление социальных выплат – это взаимовыгодный процесс, а не односторонняя помощь: предприятия инвестируют в человеческие ресурсы, а работники, в

свою очередь, возвращают вложенный в них капитал в форме повышения эффективности труда [3].

Развитая социальная политика предприятия, предполагающая разработку социальных программ, способствует решению целого комплекса административно-управленческих задач, нацеленных на привлечение и удержание квалифицированных конкурентоспособных работников.

Система мер по предотвращению демотивации персонала

Фактор демотивации	Система мер предотвращения
Формирование у потенциального работника при проведении аттестации деловых качеств серьезно завышенных ожиданий, которые расходятся с действительным положением дел на предприятии	Максимально полное информирование работников о характере работы, оплате и условиях труда для формирования у них реалистических ожиданий
Неиспользование каких-либо навыков и умений работника, которые он сам ценит	Предоставление возможности решения временных, проектных задач, которые дадут работнику понять, что на предприятии ценят все его многогранные умения
Игнорирование идей и инициативы	Обращение внимания на идеи и предложения, своевременное объяснение, почему та или иная идея не подходит для реализации на предприятии
Отсутствие чувства сопричастности к предприятию	Привлечение работников к общекорпоративным мероприятиям, регулярное информирование их о происходящем на предприятии
Отсутствие ощущения достижения результатов, личного и профессионального роста	Для работников «рутинной» сферы деятельности привлечение их к решению краткосрочных задач, часто в смежных с их специализацией областях; для долгосрочных проектов разделение их на «ощутимые» этапы, активное акцентирование внимания на достижениях работниками промежуточных результатов и их поощрение
Отсутствие признания достижений и результатов со стороны руководства	Поощрение работников за результат
Отсутствие изменений в статусе сотрудника	Использование различных приемов изменения статуса без изменения должности, например, руководство временным проектом

Библиографические ссылки

1. Молочников А. Н. Повышение конкурентоспособности человеческих ресурсов. Хорс, 2011. С. 324–326.
2. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. М., 2008. 479 с.

3. Слезингер Г. Э. Труд в условиях рыночной экономики : учеб. пособие. М., 1996. 336 с.

© Тричегруб А. Г., 2013

УДК 669.713.7

М. Е. Фаер, К. А. Матвеева
Научный руководитель – С. М. Самохвалова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ

Изучены теоретические основы и прикладные аспекты разработки профессиональных стандартов в Российской Федерации. Приведены примеры профессиональных стандартов. Рассмотрены применения профессиональных стандартов. Показаны проблемы разработки профессиональных стандартов и их эффективное решение.

Среди назревших проблем в российской экономике наиболее важная – устранение дисбаланса между спросом и предложением рабочей силы в профессионально-квалификационном разрезе. России необходимо учесть международный опыт внедрения системы профессиональных стандартов, представляющих собой подробно описанные требования к должностным обязанностям с учетом необходимых профессио-

нальных знаний, умений и навыков, компетенций, к уровням профессионального образования, а также требования к здоровью и опыту работы.

Профессиональные стандарты это один из элементов системы контроля за качеством персонала. Внедрение их создаст необходимые условия для совершенствования системы, как аттестации персонала организаций (контроле со стороны государства), так и

формирования системы независимой сертификации (контроля со стороны бизнес-сообщества). Таким образом, предлагаемый механизм взаимосвязи рынка труда и образования позволит проводить подготовку квалифицированной рабочей силы, соответствующей новым экономическим условиям.

К настоящему времени уже подготовлены проекты основополагающих нормативных правовых актов, которые определяют цели и принципы разработки профессиональных стандартов, механизм взаимодействия участников данного процесса.

Профессиональные стандарты являются важнейшим звеном, обеспечивающим взаимосвязь рынка труда и профессионального образования.

Одной из актуальных задач которую позволит решить внедрение профессиональных стандартов является обеспечение единства должностных обязанностей и квалификационных требований по профессиям (должностям) работников, занятых на различных предприятиях в производственных условиях, но являющихся обладателями одной и той же профессии (специальности). Представляется, что такой подход облегчит работодателю практику подбора необходимой рабочей силы на рынке труда.

Профессиональный стандарт – это первый и самый главный шаг на пути становления эффективной системы управления кадровым потенциалом на современном предприятии.

Разработка и рациональное использование профессиональных стандартов является одной из самых острых проблем управления персоналом в масштабах страны, региона, межнационального образования, а также в рамках какой-либо профессии.

Вопросам разработки профессиональных стандартов сегодня уделяется особое внимание на самом высоком уровне. Президентом Российской Федерации даны поручения Министерству образования и науки России и Минздравсоцразвития Российской Федерации.

С 2007 года работа по созданию профессиональных стандартов осуществляется в "Научно-исследовательском институте труда и социального страхования РФ".

Для того, чтобы профессиональный стандарт оказался эффективным, необходима его обратная связь с рынком труда. [1]

Главными проблемами здесь являются:

- невключенность работодателей в качестве экспертов при разработке данных документов;
- отсутствие гармонизации образовательных стандартов с профессиональными;
- недостаток необходимых ресурсов;
- сложная структура профессиональных стандартов.

К сожалению, значимость профессиональных стандартов в России пока еще не отвечает мировому уровню. Анализ законодательства Российской Федерации и существующих в стране подходов к формированию профессиональных стандартов показал ре-

альную необходимость и актуальность решения следующих задач, таких как:

- построение новой российской системы классификации профессий;
- внесение принципиальных изменений в названия, кодировку и, что особенно важно, в содержание профессий/занятий с разработкой полных квалификационных требований к ним;
- создание системы новых профессиональных стандартов, соответствующих потребностям рынка труда и являющихся основой для системы сертификации персонала как механизма подтверждения реальной компетенции работников.

В качестве успешного опыта разработки и применения профессиональных стандартов можно рассмотреть разработки ОАО «Объединенная авиастроительная корпорация». Экспертами и специалистами данной организации разработаны и применяются профессиональные стандарты инженеров-проектировщиков авиационной техники. [2]

Очевидно, что в настоящее время каждый из субъектов рынка труда действует параллельно и несистемно. Не установлены институциональные связи между сферами труда и образования, соответствующие новым экономическим условиям, не создана совместная законодательная и нормативная правовая база в области улучшения качества рабочей силы. Это является одним из узких мест при формировании баланса спроса и предложения на рынке труда.

Российская модель формирования профессиональных стандартов и их отражения в образовательных стандартах основана на международном опыте, но не копирует его, поскольку в нашей стране реальная переориентация профессионального образования на потребности рынка труда только начинается. И нам нужно учесть множество факторов, которые будут влиять на «переходные» процессы, включая традиции развития профессионального образования, недостаточную консолидацию работодателей по отраслям, разрушенные модели взаимодействия между предприятиями и учебными заведениями и отсутствие в целом культуры такого взаимодействия в условиях рыночной экономики и перехода к обществу, основанному на знаниях.

И в заключение необходимо подчеркнуть, что, прежде всего, сами работодатели должны осознать собственную потребность в профессиональных стандартах, как инструменте систематизации и оптимизации собственной деятельности.

Библиографические ссылки

1. Компетентность 9-10/80-81/2010. Анализ профессиональных стандартов. URL: <http://www.asms.ru/kompet/2010/nov/Pankina.pdf>.
2. URL: www.oak.ru.

© Фаер М. Е., Матвеева К. А., 2013

УДК 001.89

А. П. Чиганова

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

ИННОВАЦИОННЫЕ ИГРЫ КАК ОДИН ИЗ ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ ПОДГОТОВКИ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ

Рассмотрены основные преимущества и эффективность проведения инновационных игр в процессе подготовки высококвалифицированных специалистов благодаря выработке инновационных решений.

Под инновационной игрой подразумевается совокупность мероприятий, направленных, прежде всего, на обучение персонала мыслить перспективно, нестандартно, а также на обучение специальным методам и приемам ориентирования в нестандартных ситуациях [1].

Актуальность проведения инновационных игр заключается в возможности приобрести навыки системного анализа ситуации, группового метода работы и умение активно взаимодействовать с окружающими.

Метод инновационных игр (ИНИ) был предложен В. С. Дудченко в 1981 г. Его группа к 1990 г. провела около 70 игр, в ходе которых ставились задачи разработать стратегию развития отрасли, перехода организации на хозрасчет, внедрения системы подготовки и продвижения руководителей, концепцию производственно-экономической учебы и т. д.

Преимущества инновационных игр перед рутинными играми следующие:

Инновационные игры не требуют незнакомой участникам информации (каждый знаком с решаемой проблемой), ориентированы на личностную эмоциональную включенность участников, открытые, саморазвивающиеся, решения неизвестны, а так же ориентированы на выработку навыков в нестандартных ситуациях.

Игра ориентирована на объединение людей для выработки инновационных (новых для данной организации, отрасли, промышленности) решений. Участники обучаются здесь новым способам деятельности и креативности мышления: групповой работе, постановке проблем, аналитическим процедурам, критике и т. д., обучаются умению ориентироваться в нестандартных (инновационных) ситуациях, овладевают соответствующими средствами и умением их использовать. Всеми формами работы участники ориентируются на развитие своих средств, способов деятельности, мышления, видения и анализа ситуации. Ориентация на развитие – это ориентация на непрерывное обновление всего своего арсенала и своих умений, на использование всех своих способностей.

Участники инновационной игры ориентируются и на развитие организации, в которой они работают. В результате игры они начинают понимать необходимость перестройки условий ее жизнедеятельности, что может позволить впоследствии снять значительное число проблем, решить их еще до их возникновения. Инновационная игра является в организации нововведением, за счет которого эта организация может продвигаться в решении многих проблем.

Инновационные игры преследуют две цели: снятие негативных установок в отношении действий по реорганизации деятельности организации (предприятия) и внесение конструктивных изменений в сам проект реорганизации. Вторая цель роднит инновационные игры с организационно-деятельностными играми, поскольку любая реорганизация вытекает из затруднительной или проблемной ситуации, в которой оказались сотрудники и руководство какой-либо компании, организации. Первая же цель выделяет их в особую разновидность. Исследования показали, что человек или группа, внесший свой вклад в разработку плана и принятие управленческого решения, перестает рассматривать их как нечто внешнее, навязанное им со стороны и с большей уверенностью и энтузиазмом берется за их реализации. На этом факте и базируются инновационные игры. Их участников включают в процессы анализа возникших проблемных ситуаций, разработки планов (проектов) выхода из кризиса, учета интересов разных групп, на чьей судьбе они так или иначе могут отразиться.

Организация и проведение инновационной игры напоминает технологию проблемно-деловой игры. В ней принимают участие реально существующие группы работников какой-либо организации или выборные лица. Общая численность участников может колебаться от 15–20 до 30–40 человек. Их разбивают на команды. Первая сессия бывает посвящена постановке проблемы ситуации, отражающей характер и специфику деятельности организации, условий, в которых она оказалась в последнее время и приведших к возникновению разного рода затруднений и сложностей. Если существующий проект реорганизации уже существует и требуется лишь снижение уровня неприязни и степени предвзятости работников в отношении мер воздействия, содержащихся в нем, то каждой команде дается индивидуальное задание, разработкой которых занимаются игротехники.

Важный момент в проведении инновационной игры – понятие о норме. Обычно нормальным считается средний результат. Но в инновационной игре делается упор на достижение максимально возможных результатов и на высокий уровень подготовки. По ходу игры участники убеждаются, что используют свой творческий потенциал лишь в незначительной мере, и учатся реализовывать свои скрытые возможности.

Важным фактом при проведении инновационных игр является сознание личной заинтересованности в результатах работы, или мотивирование. Консультанты помогают каждому игроку найти аспект, инте-

ресный лично ему и позволяющий преодолеть его собственные затруднения. Этот факт тесно переплетается с понятиями о норме в игре, поскольку игрок тем более стремится к максимизации усилий и, соответственно, результатов, чем сильнее он лично заинтересован в них.

Основной эффект игры заключается в «перевороте» сознания сотрудников от традиционного способа мышления к инновационному. Человек освобождается от враждебной боязни перемен, от предрассудков, мешающих инновационному мышлению.

Специфика моделирования. В инновационной игре создаются ситуации, в которых с необходимостью воспроизводятся существующие в организации нормы и отношения. Например, главный технолог пытается решить какой-то вопрос с начальником цеха. Начинают работать стереотипы, установившиеся в обычных рабочих условиях. Однако опасения, что в игре воспроизведется обычное совещание, напрасны, поскольку именно это воспроизводство и является пер-

вым условием работы по изменению указанных стереотипов.

В условиях неопределенности, непредсказуемости хода управленческих процессов иногда возникают ситуации, способствующие реализации профессионального и карьерного роста. Современный руководитель должен искусно использовать игровые технологии в управлении организацией и развитии индивидов. Таким образом, инновационные игры являются незаменимым этапом подготовки высококвалифицированных специалистов XXI века.

Библиографическая ссылка

1. Дудченко В. С. Инновационные принципы анализа и разрешения конкретных ситуаций на производстве // Проблемы управленческих нововведений и хозяйственного экспериментирования : сб. Ч. II. Таллин, 2007.

© Чиганова А. П., 2013

УДК 658.5

А. С. Шолухова, Т. В. Гимальдинова
Научный руководитель – С. М. Самохвалова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНЫХ УНИВЕРСИТЕТОВ

Мир бизнеса сегодня – сложная, изменчивая, динамичная структура. Поэтому для мировых компаний залогом успеха становится быстрое освоение новых технологий. А потому во всем мире компании стараются создавать свои корпоративные университеты и обучать новый персонал с учетом корпоративных особенностей и стандартов, а работников со стажем постоянно «держать в курсе событий».

Об актуальности создания компаниями корпоративных университетов в современном мире может свидетельствовать не только то, что объясняется необходимостью поспевать за нововведениями в различных сферах, касающихся бизнеса, чтобы обеспечить себе успех, но и то, что только корпоративное обучение способно обеспечить реальное погружение в проблемы организации, учесть ее специфику. Главное отличие и одновременно преимущество корпоративного образования в том, что в каждой отдельной организации оно нацелено на конкретный конечный результат – повышение прибыли данной фирмы.

Корпоративный университет – это система внутрифирменного развития и подготовки персонала, которая всегда неразрывно связана со стратегией развития организации. Первый корпоративный университет появился в 1961 году в компании McDonalds. Он так и назывался – Gamburger University. Основной рост корпоративных университетов пришелся на 90-е годы прошлого века. В России корпоративные университеты начали появляться с 1999 года. Первый из них – созданный в том же 1999 году компанией «ВымпелКом» университет «Би Лайн». Сегодня в России около 40 корпоративных университетов, а в мире – более 3 000 [1]. Наибольшее число корпоративных университетов характерно для медиа-сектора, сектора банковских и

страховых услуг, сектора электроники и высоких технологий, химической промышленности [2].

По структуре корпоративные университеты бывают двух видов. Существуют корпоративные университеты в виде альянсов с традиционными учебными заведениями или специализированными сервисными фирмами (чаще всего менеджмент-консалтинговыми) – рисунок 1, также корпоративные университеты как самостоятельные структуры.

Из интервью с руководителями наукоемких предприятий Красноярского края авторы выявили основные проблемы создания корпоративных университетов в наукоемкой промышленности:

- 1) нехватка финансовых, материальных и человеческих ресурсов;
- 2) необходимость получения специальной образовательной лицензии;
- 3) проблемы с допуском на предприятия, связанные с режимом секретности;
- 4) проблемы привлечения высококвалифицированных преподавательских кадров комплексной специализации.

Перспективы развития корпоративных университетов в наукоемкой промышленности:

- 1) создание совместных образовательных структур с традиционными университетами

2) создание специализированных учебных центров, предусматривающих в структуре учебные классы, лаборатории и производственные «полигоны»

3) создание корпоративных университетов на уровне отраслевого ведомства (например, Росатома, Роскосмоса)

4) использование инновационных форм обучения (дистанционное обучение)

5) создание виртуальной образовательной среды.

Исходя из сказанного можно предложить следующую структуру корпоративного университета – альянса (рис. 2).

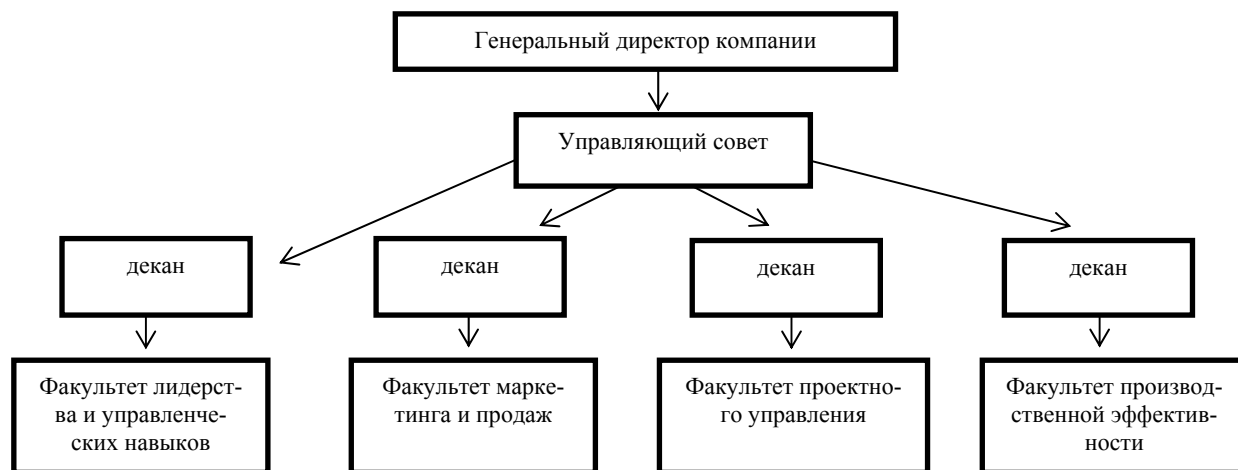


Рис. 1. Структура самостоятельного корпоративного университета



Рис. 2. Предлагаемый вариант структуры корпоративного университета – альянса с традиционным университетом

Библиографические ссылки

1. URL: www.top-personal.ru.
2. URL: www.trainings.ru.

Секция
«ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК»

УДК 659.1:339.138

И. А. Баскаков
Научный руководитель – Л. П. Скиба
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

**ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ АВИАКОМПАНИЙ, ПРИСУТСТВУЮЩИХ
В г. КРАСНОЯРСКЕ**

Рассмотрены особенности фирменного стиля авиакомпаний присутствующих на рынке г. Красноярска. Проведен анализ фирменного стиля, представлены рекомендации по его формированию у авиакомпаний.

У любой уважающей себя компании есть свой фирменный стиль. В современной практике создание фирменного стиля стало исключительной необходимостью, напрямую связанной с образом фирмы, который важно укреплять в сознании потребителей.

Фирменный стиль – это совокупность цветовых, графических, пластических, акустических, видео-приемов, которые обеспечивают единство по всем изделиям и мероприятиям фирмы, улучшают восприятие и запоминаемость покупателями, партнерами, а также независимыми наблюдателями не только товаров компании, но и всей ее деятельности, и позволяют противопоставлять свои товары и услуги товарам и услугам непосредственных конкурентов [1].

Фирменный стиль должен обеспечивать смысловое и эмоциональное единство восприятия всей информации, исходящей от компании, он должен стать как бы «мостиком» к потребителю. Цель фирменного стиля заключается в закреплении в сознании покупателей положительных эмоций, связанных с оценкой качества продукции, ее безупречности и высокого уровня обслуживания, а также обеспечить продукцию фирмы и, разумеется, саму фирму особой узнаваемостью.

К основным элементам фирменного стиля относят: товарный знак; фирменную шрифтовую надпись (логотип); фирменный лозунг (слоган); фирменный цвет или цвета, комплект шрифтов и другие фирменные константы.

Анализ фирменного стиля авиакомпаний, присутствующих в городе Красноярске («S7 airlines», «Уральские авиалинии», «NordStar airlines», «КАТЭК АВИА») [2; 3] позволяет сформулировать следующие выводы:

1. В ходе создания нового фирменного стиля все авиакомпании преследовали основную задачу – выход на новые рынки. Для «S7 airlines», «Уральских авиалиний» и «NordStar airlines» – это новые маршруты. Для «КАТЭК АВИА» – чартерные вахтовые перевозки сотрудников крупнейших нефтяных компаний.

2. Авиакомпании «S7 airlines» и «NordStar airlines» в ходе ребрендинга, включающего изменение фирменного стиля, сменили названия, которые имели четкую географическую привязку («S7 airlines» – «Сибирь», «NordStar airlines» – «Таймыр»). Это было

сделано для того, чтобы отойти от локальности. «Уральские авиалинии» и «КАТЭК АВИА» наоборот не стали отказываться от локального фактора. Даже несмотря на то, что «Уральские авиалинии» позиционируют себя, как мировую авиакомпанию, делают это не через смену имени, а через латинское наименование, которое употребляется везде. Авиакомпания «КАТЭК АВИА» была создана в городе Шарыпово Красноярского края – главной КАТЭКовской стройки Советского Союза. КАТЭК – четкая привязка к месту (Красноярский край).

3. «S7 airlines» и «Уральские авиалинии» для смены фирменного стиля нанимали коммуникационные агентства. Однако «S7 airlines» работала с британским отделением Landor Associates, а «Уральские авиалинии» воспользовались услугами московской Optima DMG, не перекрашивала самолеты в революционные цвета и даже не стала менять своего названия, хотя код IATA у нее ничем не хуже «сибирского» (S7 – код лёг в название) — U6. «КАТЭК АВИА» воспользовалась при рестайлинге собственными силами своих специалистов.

4. Очень сильным элементом эксплуатации фирменного стиля, по заверениям представителей авиакомпаний, является бортовой журнал. Его издают авиакомпании «S7 airlines», «Уральские авиалинии» и «КАТЭК АВИА». У авиакомпании «Уральские авиалинии» есть специальный детский бортовой журнал «Летучий кораблик», у «КАТЭК АВИА» в журнале есть специальная детская страничка. «Уральские авиалинии» создали специальный сайт своему журналу, «КАТЭК АВИА» предлагает скачать электронную версию журнала со своего сайта. Все 3 авиакомпании предлагают пассажиру забрать журнал домой (унести с собой частичку фирменного стиля авиакомпании).

Анализ правильности решений по ребрендингу, рассмотренных авиакомпаний позволяет сформулировать следующие выводы:

1. Фирменный стиль в авиации должен нести положительные эмоции. У многих людей есть страх перед полётами, поэтому этот страх нужно снижать через позитив. В этом плане больше всех авиакомпаний Российской Федерации преуспела «S7 airlines» с весёлыми зелёными самолётами (хотя ради справедливо-

сти стоит отметить, что первостепенный показатель – совпадение количества взлётов и посадок).

2. Через фирменный стиль идёт отстройка от конкурентов. В авиации до сих пор в основном эксплуатируются белые и синие цвета (цвета неба). Радикальная отстройка от конкурентов – использование ярких, не связанных с небом цветов. Плюс в копилку «S7 airlines».

3. Фирменный стиль должен не только внушать доверие к перевозчику, но и нести дополнительные эмоции. У «S7 airlines» – это веселье и лето. Вертушка «NordStar airlines» – ассоциации из детства (часть людей видит в логотипе стилизованную звезду, от которой исходит сияние). Касательно «Уральских авиалиний» – 3 бумеранга не воспринимаются так, как было задумано разработчиками. То, что они опоясывают мир – совершенно неясно. Синий нижний бумеранг можно спутать с завалившимся логотипом Nike. «КАТЭКАВИА» изощряться не стала – разместили самолёт на фоне солнца.

Таким образом, наличие фирменного стиля у авиакомпаний косвенно гарантирует высокое качество товаров и услуг, поскольку оно свидетельствует об уверенности владельца в положительном впечатлении, производимом его компанией на потребителя.

Библиографические ссылки

1. Добробабенко Н. С. Фирменный стиль: принципы разработки. М. : Инфа-М, 1999. 12 с.
2. «Уральские авиалинии» борются с имиджем региональной компании [Электронный ресурс] : Креативная реклама adme.ru. 14 октября 2005. URL: <http://www.adme.ru/koridor/uralskie-avialinii-boryutsya-s-imidzhem-regionalnoj-kompanii-brenda-95117/>.
3. «Сибирь» затеяла ребрендинг и что он ей дал [Электронный ресурс] // Портал reklamatik.ru. 23 ноября 2012. URL: <http://www.reklamatik.ru/branding/s7.php>.

© Баскаков И. А., 2013

УДК 659.1.013

К. И. Белоусова

Научный руководитель – Е. В. Тетерина

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

АРХЕТИПЫ В РЕКЛАМЕ

Графическая реклама является быстрым и эффективным способом передачи информации. Но сложность создания такой рекламы заключается в том, что сообщение практически не имеет протяженности по времени и не может иметь развернутого сюжета. Преодолевать эти трудности опытным рекламистам помогает использование архетипов, открытых К. Г. Юнгом.

Изучая сны и фантазии своих пациентов, Юнг обнаружил образы и идеи, которые никак не увязывались с опытом человека в рамках одной жизни. Так были открыты архетипы (от греч. «архее» – «начало» и «типос» – «образ») – своего рода первичные представления о мире и жизни, которые не зависят от уровня полученных знаний. Эти образы не определяются сознанием, но способны воздействовать на него [1].

Если при восприятии рекламы подключается архетипический уровень, у воспринимающего автоматически усиливаются все соответствующие данному архетипу эмоциональные реакции и бессознательные ожидания. Важно только, чтобы они соответствовали цели сообщения.

В персонажах рекламы или в конкретных сюжетных изображениях можно распознать определённые архетипы. Но архетип проявляется не только в социальной роли, но также в самой стилистике изображения. Чаще всего эффективно применение только одного архетипа в рекламном сообщении, тогда оно воспринимается как сильное, завершённое и однозначное [4].

Проанализировав изображения на баннерах социально рекламы, отметим архетипы, которые встречались чаще всего: архетипы мужское и женское,

смерть-возрождение, тень, путешествие, архетип страха, разрушение, а также мифологемы мост, дом, гора, Земля, солнце, древо жизни и некоторые другие. Мифологема – это некая первичная сюжетная схема, кросскультурная идея, встречающаяся в фольклоре разных народов. Мифологема и архетип часто выражают одно и то же понятие. Рассмотрим некоторые из них на конкретных примерах.

Фактически во всех мифологических системах фигурирует образ моста. Мост всегда связан с переправой, которая может быть и переправой в иной мир. В графических изображениях социальной рекламы данный архетип играет именно эту роль. «Ты поступишь так же, если не знаешь свой ВИЧ-статус» – гласит сообщение на баннере, где девушка с завязанными глазами готовится к прыжку с трамплина в пустой бассейн. Трамплин – это переход в другое состояние, «мост» в иной мир. То же самое сообщение закодировано в изображение перевернутого древа жизни в графической социальной рекламе, сопровождаемой двумя фразами «Smoking destroys your lungs» (Курение разрушает ваши лёгкие) вверху картинки и «And your life» (И вашу жизнь) – внизу картинки в перевернутом виде. Эффект усиливается тем, что перевернутое дерево по форме напоминает лёгкие, и тем, что оно в мифологии воспринимается как переход в мир

мёртвых. Цветовое оформление баннера соответствует архетипическому послы. Мы видим дерево в чёрном цвете на бордово-красном фоне, который к низу рисунка становится темнее [3].

На многих графических изображениях социальной рекламы встречаются архетипы дом. Дом – это один из наиболее близких и понятных для любого человека образов, сопровождающих его всю жизнь. С образом Дома у каждого человека соединяется представление о жизни, любви, родителях, детях, семье. В рекламе широко используются и ассоциативные образы, связанные с этим архетипом. Например, на нескольких изображениях мы видим пустые бутылки и банки, которые хотят скорее добраться до дома. Короткая фраза «У мусора есть дом» напоминает нам о том, что урны в городе стоят не просто так. Цветовая гамма и сами образы оставляют позитивное впечатление. На нас воздействуют с помощью юмора и архетипа домашнего уюта. На одном из плакатов изображена семья матрёшек в ярких цветах и дана цитата Ф. Бэкона «Любовь к родине начинается с семьи». Здесь также ярко прослеживается архетип дома.

Но в социальной рекламе этот «тёплый» архетип часто становится «холодным и колючим». Зубастый коварный дом на чёрно-белом рисунке с надписью внизу «Not every child is looking forward to coming home» (Не каждый ребёнок торопится возвращаться домой) – здесь налицо трансформация в архетип страха. Один из самых древних и сильных архетипов.

Самыми выразительными и часто используемыми в социальной рекламе являются архетипы страха, смерти и разрушения. Более 70 % от всей социальной рекламы [2].

Приведём несколько примеров. Архетип смерти: образ сигареты, висющей в петле; сигарета, переходящая в пулю с надписью под изображением «вдыхая – убиваешь себя, выдыхая – других»; сигарета как образ лезвия, перерезающего вены на руке; половина туло-

вища человека как образ срубленного дерева и надпись мелкими буквами внизу «Not only a tree is cut down» (Не только деревья вырубаются); брызги крови, летящие из мобильного телефона на лицо женщины и надпись «Don't talk while he drive» (Не разговаривай с ним, когда он за рулём) и многие другие графические образы.

Архетип страха почти всегда сопутствует архетипу смерти. Среди анализируемых графических изображений, он наиболее ярко читается в фотографии мальчика, играющего на рельсах на фоне мчащегося вдалеке поезда. На шпалах надпись: «Где сейчас играет ваш малыш?» [4].

Сила воздействия во многом зависит от наглядности, доступности, образности и лаконичности информации. Именно поэтому наиболее удачным ходом является использование архетипов в социальной рекламе, так как у воспринимающего автоматически усиливаются все соответствующие данному архетипу эмоциональные реакции и бессознательные ожидания. И самое важное – это то, что использование архетипов в рекламном сообщении позволяет заранее спрогнозировать эмоциональную окраску отклика целевой аудиторией на социально важное сообщение.

Библиографические ссылки

1. Юнг К. *Архетип и символ*. М. : Ренессанс, 1991.
2. *Архетипы и коллективное бессознательное* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pseudology.org/information/Archetips.htm>.
3. *Мифологемы в рекламе* [Электронный ресурс]. URL: <http://reklamif.narod.ru/>
4. Попова Ж. Г. *Психологические аспекты восприятия рекламы потребителем* [Электронный ресурс]. URL: Режим доступа: <http://www.cfir.ru/press/marketing/2001-5/08.shtml>.

© Белоусова К. И., 2013

УДК 808

К. И. Белоусова, М. А. Бергер
Научный руководитель – Е. В. Тетерина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА

Мы не можем отрицать, что культура и язык существуют в диалоге между собой: культура – это память народа, а язык – хранитель народной памяти. Более того язык сам воздействует на формирование культуры.

Проблема взаимодействия языка и культуры волновала умы лингвистов, начиная с XIX в. Первые попытки решения этой проблемы усматривают в трудах В. Гумбольдта (1985), основные положения концепции которого можно свести к следующему: в языке воплощаются материальная и духовная культура; всякая культура национальна, ее национальный характер выражен в языке посредством особого видения мира; языку присуща специфическая для каждого народа

внутренняя форма (ВФ); ВФ языка – это выражение «народного духа», его культуры; язык – это опосредующее звено между человеком и окружающим его миром.

Так же В. фон Гумбольдтом было введено понятие «языковая картина мира» (ЯКМ). Но это не более чем метафора, так как в реальности специфические особенности национального языка создают для носителей этого языка не какую-то особую картину мира,

отличную от объективно существующей, а лишь «специфическую окраску этого мира, обусловленную национальной значимостью предметов, явлений, процессов, избирательным отношением к ним, которое порождается спецификой деятельности, образа жизни и национальной культуры данного народа» [2].

ЯКМ формирует тип отношения человека к миру (природе, животным и к самому себе как элементу мира). Она задает нормы поведения человека в обществе. Таким образом, складывается некая единая система взглядов, своего рода коллективная философия, которую можно проследить и на примере рекламы. Ведь реклама в современном мире – это существенный пласт массовой культуры [1].

Окружающий нас мир в рекламе часто изображен агрессивным и враждебным. В языке эта враждебность подчёркивается разнообразными побудительными фразами, призывающими нас преодолеть возникающие препятствия, типа: «Прими вызов вместе с Fusion ProGlide!» (реклама лезвий для бритвы), «Сделай паузу – скушай Twix!», «Защити себя с...» (реклама лекарственных средств, антибактериального мыла и т. п.) – это одна из особенностей отражения ЯКМ в рекламе, но в ней не всегда можно уловить национальную специфику.

Национальная специфика ЯКМ чётко прослеживается в использовании фразеологизмов, слов в переносном значении и фольклорных мотивов.

Рассмотрим первые из них. В рекламном ролике жевательной резинки «Orbit» обыгрывается фразеологизм «яблоку негде упасть», но слово «яблоко» заменяется «пончиком», придавая комизм рекламному ролику. В другом рекламном ролике идёт игра слов «все вкусы по вкусу»: «Чтобы каждый день зимы пришёл к вам по вкусу, начинайте свой день с иммуно-активного комплекса Имунеле. <...> Потому что здоровью и мне самому Имунеле все вкусы по вкусу...». Образ «белки в колесе» ярко обыгрывается в рекламе шоколадного батончика «Snickers» («Snickers – ты не ты, когда голоден»). Но наиболее национально специфическим является образ «белочки», а именно белой горячки в социальной антиалкогольной рекламе «Адская белочка» («Забегая как-то утром к одному мужику, а он орёт...» и итог после продолжительного бессвязного монолога: «Бухаете – тогда я иду к вам!»). Нигде больше, только в России мог возникнуть такой образ в рекламе, потому что «белочка» – это наше, непередаваемое на другие языки слово, обозначающее алкогольное отравление со всеми вытекающими последствиями.

Часто национально специфическими оказываются слова в переносном значении: «Расклеились? Оцилококцинум – и вы снова в форме. <...> Оцилококцинум – так просто быть здоровым!» (реклама лекарственно-

го препарата), «Всё, теперь я упакован! (говоря об упакованном чемодане) Вот теперь ты действительно упакован (протягивая карту Сбербанка)», «Поймай волну вкуса – пей «Fanta»», «Скидки на все бестселлеры от Max Factor», сюда же можно отнести рекламу консервированных овощей «6 соток – потому что вкусно!». Такое название сразу ассоциируется с дачей и огородом. В нём проявляется непосредственная национальная специфика, потому что в других странах нет такого понятия.

Что касается фольклорных мотивов, то в рекламе мы постоянно сталкиваемся с «волшебным» числом три и различными персонажами из сказок, былин, анекдотов [3].

«Имудон – трижды здоровое горло», «Orbit – тройная защита от кариеса», «Colgate Тройное Действие» и т. д. Тройственность также сопровождает образы из фольклора: «Пиво три медведя – сказка для взрослых», «Три богатыря – вместе мы сила» (реклама пива), «Пельмени 3 поросёнка – и волки сыты, и бабки целы» (причём слово бабки может выступать в 2-х значениях: прямом – пожилые женщины, и в переносном – деньги, а именно намёк на экономичную цену продукции). Образы из современного фольклора прослеживаются в рекламе мебельного центра «Чекаловский»: «Вот шкаф так шкаф! Хошь шмотки складывай, хошь любовника прячь!». Устойчиво закрепившийся в языке анекдотический образ любовника в шкафу отражается в рекламе, являясь частью национальной ЯКМ. Ещё более современная фраза, прочно вошедшая в обиход молодёжи «Ты кто такой, давай до свидания!» обыгрывается в рекламе телефона LG Optimus L5 Dual самим Филиппом Киркоровым: «Спасибо, ну давай до свидания!». Эту фразу также можно считать частью ЯКМ.

Культура – это память народа, а язык – хранитель народной памяти. Язык и культура постоянно взаимодействуют между собой, динамически развиваясь и видоизменяясь. С недавнего времени частью массовой культуры стала реклама, без которой мы сейчас не можем сделать и шага, поэтому было уместно рассмотреть, как языковая картина мира отражается в современной российской рекламе.

Библиографические ссылки

1. Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка : учеб. пособие. М., 2010.
2. Маслова В. А. Лингвокультурология. М., 2001. 208 с.
3. Язык рекламы : статья [Электронный ресурс]. URL: <http://www.primmarketing.ru/>.

© Белоусова К. И., Бергер М. А., 2013

УДК 32:001.4

К. Ю. Бояркина
Научный руководитель – А. В. Михайлов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М.Ф. Решетнева, Красноярск

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНСТРУМЕНТОВ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО СОБРАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ)

Описаны основные принципы и инструменты государственной информационной политики; проанализирована роль служб по связям с общественностью законодательных органов власти в реализации информационной политики; проведена оценка эффективности работы управления по информации и общественным связям Законодательного собрания Красноярского края в реализации информационной политики края.

Государственная информационная политика (ГИП) – это способность и возможность субъектов политики воздействовать на сознание, психику людей, их поведение и деятельность с помощью информации в интересах государства и гражданского общества.

В более широком смысле – это особая сфера жизнедеятельности людей, связанная с воспроизводством и распространением информации, удовлетворяющей интересы государства и гражданского общества, и направленная на обеспечение творческого, конструктивного диалога между ними и их представителями [1].

Один из главных принципов государственного управления в области информационной политики – открытость власти перед обществом. Данный принцип является обязательным для соблюдения и предполагает «обеспечение открытости информации при выработке и принятии управленческих решений» [2]. Следовательно, являясь открытой системой, государственные структуры нуждаются в элементе, способном обеспечить эту открытость. Таким элементом могут выступать информационные службы или службы по связям с общественностью властных структур.

Органы государственного и местного управления не только должны работать эффективно, но и все граждане должны знать, что они работают эффективно; именно в этом и заключается предназначение вышеуказанных структур в данной сфере: объяснении намерений органов власти перед обществом.

В реализации государственной информационной политики службы по связям с общественностью законодательных органов власти используют следующие инструменты: мониторинги, круглые столы, форумы, парламентские слушания, медиапроекты (тв-программы, радиопередачи, газеты о деятельности органов власти), интернет-технологии (сайт, блог), специальные мероприятия.

В качестве примера можно рассмотреть деятельность управления по информации и общественным связям Законодательного собрания Красноярского края. Открытость и гласность – неизменный принцип деятельности краевого парламента, определенный Уставом края. Таким образом, миссия структуры, отвечающей за реализацию информационной политики краевого парламента, в данном случае управления по информации и общественным связям Законода-

тельного собрания – довести до каждого жителя края информацию о деятельности парламента, сделать работу депутатского корпуса максимально открытой и прозрачной.

Для реализации возложенных задач по обеспечению открытости и гласности в деятельности Законодательного Собрания и по оказанию информационной поддержки принимаемым законопроектам, Управление осуществляет:

- 1) мониторинг политической, социальной и экономической ситуации в крае;
- 2) организацию взаимодействия со СМИ (основной канал донесения до граждан информации о деятельности Законодательного собрания) и проведение пресс-мероприятий;
- 3) разработку и реализацию собственных медиапроектов;
- 4) разработку вспомогательной, сопроводительной информационной продукции – полиграфических материалов и т. д.;
- 5) работу с молодежью (школьники, студенты – будущий электорат).

Проанализировав деятельность управления по информации и общественным связям Законодательного Собрания Красноярского края, можно отметить, что формы и инструменты, которые использует управление для организации взаимодействия парламента с различными группами общественности, достаточно многообразны и носят открытый характер.

Насколько профессионально организована работа в управлении, можно судить по количеству человек, получающих информацию о Законодательном Собрании в неделю:

1. Программа «Законодательная власть» 9 000–13 000 человек в неделю;
2. Газета «Комсомольская правда» – 35 000 (согласно тиражу);
3. Сайт газеты «Комсомольская правда» – 5 000 – 8000;
4. Официальный сайт Законодательного Собрания – 16 000–18 000;
5. Количество упоминаний в городских, краевых и федеральных СМИ в неделю – 120 – 130 раз;
6. Количество упоминаний в спецрепортажах районных газет – 180 000 (согласно совокупному тиражу за неделю).

Итого: около 254 130 человек в неделю получает информацию о Законодательном Собрании.

Подводя итог, стоит отметить, что управление качественно осуществляет свою деятельность, руководствуясь задачами, выполняя функции, используя инструменты, которые и должна использовать правильно организованная PR-структура в органах государственной власти. Тем не менее, некоторые направления работы, требуют более тщательной доработки.

Например, отсутствует качественная аналитика обратной связи населения о деятельности Законодательного органа власти: насколько гражданам понятна, доступна и интересна информация о деятельности и принимаемых решениях краевого парламента. Кроме того, требуют дальнейшей доработки интернет-инструменты взаимодействия с населением, такие как: персональный сайт председателя Законодательного собрания (низкая посещаемость делает этот ин-

струмент неэффективным); личный видеоблог (отсутствует четкое позиционирование, инструмент не отвечает в полной мере той цели, ради которой создавался). Желательно усилить работу с молодежной аудиторией, так как все медиапроекты рассчитаны, преимущественно, на население от 25 лет и старше.

Библиографические ссылки

1. Информационная политика : учебник / под общ. ред. В. Д. Попова. М. : Изд-во РАГС, 2003.
2. Демин В., Пак Т. Организация работы пресс-служб – международные стандарты: методическое пособие. М. : Центр экстремальной журналистики, 2005.
3. Сайт Законодательного собрания. URL: www.sobranie.info.

© Бояркина К. Ю., 2013

УДК 659.1.013

С. М. Гайнанова

Научный руководитель – Е. В. Тетерина

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

ОБ ОКАЗАНИИ РИЭЛТОРСКИХ УСЛУГ В РОССИИ

Современный динамично развивающийся мир открывает новые перспективы для роста некоторых сфер экономической деятельности. Одной из таких сфер является сфера оказания посреднических услуг – риэлтерская деятельность.

Развитие риэлтерской отрасли обусловлено множеством различных факторов: это и улучшение общего уровня жизни населения и, как следствие, появления средств на оплату различных услуг; и увеличение темпов жизни населения, нехватка времени и опыта на поиск нужных вариантов; и, конечно же, рост потребности в квалифицированной профессиональной услуге.

Гражданин РФ вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. При этом к предпринимательской деятельности индивидуального предпринимателя применяются правила ГК РФ, регулирующие деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями (ст. 23 ГК РФ) [1].

В соответствии со статьей 56 ТК РФ трудовой договор – это соглашение, сторонами которого являются работодатель и работник. Трудовой договор заключается в письменной форме, составляется в двух экземплярах, каждый экземпляр подписывается обеими сторонами. Но даже если трудовой договор не был оформлен в письменной форме, он считается заключенным, если работник приступил к работе с ведома или по поручению работодателя [2]. При заключении трудового договора с работником агентства недвижимости (равно как и любой иной организации) в нем по соглашению сторон может быть предусмотрено усло-

вие об испытании работника в целях проверки его соответствия поручаемой работе. Отсутствие в трудовом договоре условия об испытании означает, что работник принят на работу без испытания. В период испытания на работника распространяются положения трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права, коллективного договора, соглашений, локальных нормативных актов.

Срок испытания не может превышать трех месяцев, а для руководителей организаций и их заместителей, главных бухгалтеров и их заместителей, руководителей филиалов, представительств или иных обособленных структурных подразделений организаций – шести месяцев, если иное не установлено федеральным законом.

При заключении трудового договора на срок от двух до шести месяцев испытание не может превышать двух недель. В срок испытания не засчитываются период временной нетрудоспособности работника и другие периоды, когда он фактически отсутствовал на работе.

При неудовлетворительном результате испытания работодатель имеет право до истечения срока испытания расторгнуть трудовой договор с работником, предупредив его об этом в письменной форме не позднее, чем за три дня с указанием причин, послуживших основанием для признания этого работника не выдержавшим испытание. Решение работодателя

работник имеет право обжаловать в суд. При неудовлетворительном результате испытания расторжение трудового договора производится без учета мнения соответствующего профсоюзного органа и без выплаты выходного пособия.

Если срок испытания истек, а работник продолжает работу, то он считается выдержавшим испытание и последующее расторжение трудового договора допускается только на общих основаниях. Если в период испытания работник придет к выводу, что предложенная ему работа не является для него подходящей, он имеет право расторгнуть трудовой договор по собственному желанию, предупредив об этом работодателя за три дня [3].

К сожалению, в настоящее время при приеме на работу агента в небольшую риэлторскую компанию, работодатель не заключает с ними трудовых договоров, что ведет за собой нарушение социальных гарантий. В таких компаниях с записью в трудовой книжке и по заключению трудового договора работают: директор, руководитель отдела продаж, юрист.

Работники, не заключившие трудовой договор и получающие зарплату в «конвертах», лишаются достойной пенсии, поскольку пенсионные отчисления с «серой» зарплаты не производятся, лишаются возможности получать в полном объеме пособия по временной нетрудоспособности, пособия по уходу за ребенком. Это обусловлено тем, что рынок недвижимости не постоянен: доход со сделок на нем не равномерен, а налоговые отчисления постоянные и не всегда доходы покрывают расходы. Хотя и малые агентства работают по упрощенной системе налогообложения.

В нашем городе, только несколько крупных агентств недвижимости заключают договора при приеме на работу, но при этом работодатель предлагает работнику самому открыть ИП.

В законодательстве не содержится каких-либо запретов принимать на работу граждан, зарегистрированных в качестве индивидуальных предпринимателей. Следовательно, лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность, может работать по трудовому договору в организациях всех форм собственности без каких-либо ограничений, а также у другого предпринимателя, на таких работников должны быть

оформлены все необходимые кадровые документы, а в трудовую книжку в обычном порядке должны быть внесены записи о работе по определенной должности. В этом случае работник самостоятельно отчитывается во всех органах осуществляющих контроль за предпринимательской деятельностью.

Таким образом, в настоящее время расширение малого бизнеса при поддержке местных и центральных органов власти, на наш взгляд, помогло бы не только решить многие проблемы в сфере занятости, но и смягчить социальную напряженность в стране. Данное исследование показало, что в России существует многомиллионная армия риэлторов. При этом большинство риэлторов работают без официального трудоустройства. Основная проблема заключается в том, что работа носит не постоянный характер, в один месяц нет сделок, в другой месяц две сделки, у начинающих нет сделок по три месяца. В этом случае работодателю можно предложить одну из двух форм взаимодействия с работником:

1. Трудовое соглашение. На каждую сделку, например, по продаже квартиры, составлять трудовое соглашение между риэлтором и агентством, риэлтор выполняет работу по этому соглашению и агентство, при подписании акта выполненных работ, оплачивает эту работу.

2. Все риэлторы оформляют ИП. Заключается договор на каждую сделку между агентством и ИП (риэлтор), индивидуальный предприниматель выполняет работу, после чего агентство оплачивает эту работу.

Библиографические ссылки

1. Гражданский кодекс РФ (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (в ред. от 30.12.2012) // СЗ РФ 26.02.1996. № 9.
2. Трудовой кодекс РФ от 30.12.2001 (в ред. от 29.12.2012) // СЗ РФ 07.01.2002. № 1 (ч. 1) ст. 3.
3. Трудовой договор предпринимателя с работником: оформление и регистрация [Электронный ресурс]. URL: http://www.obrazcidogovorov.ru/35_trudovoy/page148.html.

© Гайнанова С. М., 2013

УДК 168.522

А. И. Горбачева

Научный руководитель – А. И. Виноградова

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

К ВОПРОСУ ОБ АНТИЧНОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ КУЛЬТУРЫ

Рассматриваются предпосылки к появлению представлений о культуре, их формированию. Изучается античный идеал человека – человек-гражданин, подчиняющийся законам своего полиса, человек-воин, защищающий его от неприятеля, и человек, способный наслаждаться прекрасным.

Мыслители всегда стремились понять и оценить различные явления культуры, и поэтому в науке о культуре сложился целый ряд концептуальных установок, каждая из которых представляет интерес, по-

скольку раскрывает одну из сторон этого сложного феномена. Поэтому важно проследить логику возникновения и развития культурологических концепций и теорий, понять причины включения тех или иных

проблем в круг исследовательских интересов культуры, а, следовательно, попытаться представить исторический процесс развития представлений о культуре.

Предпосылки, на основе которых появились первые теоретические представления о культуре, возникли еще на ранних этапах существования цивилизации и закрепились в мифологической картине мира. Уже в античности люди догадывались, что они отличаются от животных, что есть четкая грань, отделяющая мир природы от человеческого мира. Знаменитые историки Гомер и Гесиод видели эту грань в нравственности. Именно нравственность изначально понималась как главное человеческое качество, которое отличает людей от животных. Позже это отличие назовут «культурой».

Само же слово «культура» появилось в эпоху Древнего Рима. Это слово произошло от глагола «colere», который означал «вращивать, возделывать, обрабатывать землю». В этом значении его использовал известный римский политик *Марк Порций Катон* (234–149 гг. до н. э.), написавший трактат «De agri cultura». Однако отправной точкой в формировании научных представлений о культуре принято считать книгу выдающегося римского оратора и философа *Марка Туллия Цицерона* (106–43 гг. до н. э.) «Тускуланские беседы». В данной книге Цицерон применил

слово «культура» в ином смысле, как «нечто благо рожденное, усовершенствованное» [1]. Этим словом он стал обозначать все созданное человеком, в отличие от мира, созданного природой.

При этом «культура» по-прежнему понималась как «возделывание и обработка земли». Но отныне считалось, что объектом такой обработки может быть не только земля, но и сам человек. Культура, таким образом, стала пониматься как совершенствование души при помощи философии и красноречия.

Античное понимание культуры – гуманистично, в его основе лежит идеал человека – это и человек-гражданин, подчиняющийся законам своего полиса, выполняющий все гражданские обязанности, и человек-воин, защищающий его от неприятеля, и человек, способный наслаждаться прекрасным. Достижение этого идеала и было целью культуры. Поэтому культура понималась как определенные моральные нормы, а также характер усвоения этих норм.

Библиографическая ссылка

1. Цицерон М. Т. Тускуланские беседы. М. : Худож. лит., 1975. 456 с.

© Горбачева А. И., 2013

УДК 659.1.013

Ю. Ю. Городкова

Научный руководитель – Е. В. Тетерина

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

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАНИИ

Рассматривается процесс влияния информационных технологий на образовательный процесс.

В настоящее время все более возрастает роль информационных технологий в образовании, которые обеспечивают всеобщую компьютеризацию учащихся и преподавателя.

Различные подходы к определению информационно-образовательной технологии можно определить как совокупность способов реализации учебных планов и учебных программ, представляющую собой систему форм, методов и средств обучения, обеспечивающую достижение образовательных целей. Различия образовательных технологий специалисты обычно выводят из личного опыта и применяемых средств обучения. Информационные образовательные технологии возникают тогда, когда применяется средства информационно-вычислительной техники [1]. Образовательную среду, в которой осуществляют образовательные информационные технологии и их составляющие компоненты:

- техническая (вид используемых компьютерной техники и средств связи);
- программно-техническая (программные средства используемые в учебном процессе);

– организационно-методическая (инструкции учащимся и преподавателям, организация учебного процесса) [2].

Одной из характерных черт информационных технологий в образовании является его открытость, возможность студентов и преподавателей обращаться к структурированным учебно-методическим материалам всего университета в любое время и в любой точке пространства. Помимо доступности учебного материала, необходимо обеспечить обучаемому возможность связи с преподавателем, получение консультации в он-лайн или офф-лайн режимах, а также возможность получения индивидуальной консультации в освоении того или иного материала. Студенты будут стремиться к гибкому режиму обучения, модульным программам, которые позволят накапливать зачетные единицы, свободно переводиться из одного вуза в другой с учетом предыдущего опыта, знаний и навыков [3].

Информационные технологии предполагают развитие и совершенствование каждого человека на протяжении всей жизни. Открытое образование реализу-

ет идею опережающего образования, что является требованием времени. Фундаментальным принципом, на котором основывается процесс информатизации образования, является соответствие затраченных ресурсов и полученного результата, обеспечиваемое введением регулирующих нормативных механизмов. К таким механизмам можно отнести систему проверки использования этой техники только на образовательные цели; научно обоснованную корректировку учебных планов; механизмы оплаты труда работников образования, соответствующей их деятельности по информатизации образования педагогической и методической нагрузки.

Процесс информатизации образования наиболее эффективен, если компьютерные технологии постоянно вводятся в использование во всех видах информационного взаимодействия между учащимися, преподавателями, администрацией. Но все, кто участвуют в образовательном процессе, знают, насколько он трудоемок в реализации, а самое главное – ограничен в возможности при изложении теоретических знаний.

По утверждению специалистов, технологические знания стареют каждые 2–3 года, при этом наблюдается положительная динамика данного процесса. Из этого следует, что при сохранении прежних образовательных технологий, к концу обучения в вузе знания выпускника будут в большинстве своем уже устаревшими. Как следствие – необходимость повышения квалификации, то есть необходимость открытого образовательного пространства [4].

В последнее время производство и продвижение информационно-образовательных услуг и продуктов нового поколения приобретает массовый характер, поэтому задача их разумного выбора и распределения в зависимости от форм, целей и ступеней обучения крайне важна.

Информационный обмен в образовании несколько отличен от тех, которые имеются в других сферах, поскольку диалог студента с преподавателем не подразумевает равноценный обмен ими информацией, в ходе которого происходит пополнение запаса сведений хотя бы одного из участников. Сущность информационного обмена между студентом и преподавателем состоит в передаче знаний от одного другому и контроле их усвоения. Успех такого обмена может быть виден не сразу, а по прошествии времени, поскольку он связан с адекватностью переработки информации в конечные знания ученика. Таким обра-

зом, в ходе информационных взаимодействий преподаватель осуществляет передачу и контроль знаний, а также оценку индивидуальных характеристик учащихся, которая, надо сказать, является наиболее уязвимым и субъективным компонентом образовательного процесса [2].

Как правило, передача информации в контексте образовательного процесса осуществляется визуально со слабым использованием каких-либо технических средств. Однако надо отличать передачу информации в непосредственном общении и посредством книг или технических средств. Преимущество непосредственного общения заключается в том, что преподаватель, так же как и студент, получает богатую личную информацию, например, преподаватель получает информацию, как усваивается учебный материал студентом или же как преподаватель реагирует на ответ (знания) студента [1].

Одной из главных причин, по которой сфера образования медленно (по сравнению с другими областями знаний) подвергается трансформации, или, в нашем случае, технологизации, является тиражирование форм и принципов учебной деятельности. Благодаря передовым информационно-коммуникационным средствам появилась возможность равномерно распределять преподавательские силы, максимально разнообразить процесс передачи знаний и охватывать гораздо большее количество потенциальных студентов – за счет популяризации дополнительного, второго образования, с одной стороны, и снижения социально-возрастных барьеров, с другой.

Библиографические ссылки

1. Сигов А. С., Мордвинов В. А. Мобильные информационные технологии в учебном процессе школы и вуза // *Магистр*. 2001. № 5–6.
2. Арменголь М. Влияние глобализации на деятельность ибероамериканского виртуального университета // *Высшее образование в Европе*. Т. XXVII. 2002. № 3.
3. Mason Robin. *Globalizing Education: Trends and Applications*. New York: Routledge, 1998. P. 40–41.
4. Информационные технологии в образовании [Электронный ресурс]. URL: http://technologies.su/informacionnye_tehnologii_v_obrazovanii.

© Городкова Ю. Ю., 2013

УДК 316.472.4:339.138

А. Ю. Зайка

Научный руководитель – Е. В. Тетерина

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

СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ ДЛЯ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Ни для кого не секрет, что именно маркетинг и реклама помогают компании продвигать свои продукт и услуги на рынок, однако в настоящее время люди стали гораздо разборчивей в восприятии информации. В подобной ситуации рекламодатели обратились к сравнительно молодому и только набирающему обороты и популярность каналу рекламирования - интернет-среде.

Ф. Котлер и Дж. Зельтман определяют социальный маркетинг следующим образом: социальный маркетинг – это разработка, реализация и осуществление контроля над программами, которые заключают в себе два важных компонента: способность оказывать воздействие на актуальные социальные идеи и наличие таких аспектов как планирование продукта, расчет его стоимости, выбор каналов коммуникации и дистрибуции и проведение маркетинговых исследований [2]

Наиболее выгодным и целесообразным решением для некоммерческих организаций на начальном этапе является разработка и создание веб-сайта, который можно использовать для отображения полезной информации, новостей, ежемесячных сводок, для создания сообществ, размещать данные для сбора средств, пожертвований, демонстрировать преимущества организации и делиться ссылками на сайт в социальных сетях, блогах и форумах. В последнее время социальные сети все активнее начинают использоваться в целях продвижения того или иного субъекта или объекта. В этих условиях тема использования социальных сетей как инструмента маркетинга становится крайне актуальной [4].

Подобно другим видам рекламы в глобальной сети Интернет, реклама на социальных сайтах предоставляет возможность рекламодателю донести до пользователя максимум необходимой информации и обладает рядом преимуществ для компаний и организаций.

Во-первых, большое число пользователей, каждый из которых может являться потенциальным клиентом. В России социальные сети имеют огромную популярность, например, число пользователей двух самых известных ресурсов Рунета: «ВКонтакте» и «Одноклассники» уже составляют более 30 миллионов человек на каждом.

Во-вторых, продвижение в социальных сетях и блогах работает на территории, которую каждый пользователь считает своим личным пространством, местом доверительных разговоров и проверенной информации «из первых рук». Соответственно, интересные факты охотно передаются друзьям и знакомым, процесс приобретает характер геометрической прогрессии, что и является вирусным маркетингом.

Социальные сети являются идеальным местом для развития бренда и построения долгосрочных отношений с постоянными клиентами. С общей маркетинговой точки зрения, чем больше людей поделились информацией, тем больше потенциальных пользователей она достигнет. По результатам собственного исследования Yahoo! «Трюки шоппинга» было обнаружено, что 49 % потребителей дают советы другим через социальные сети, движимые чувством солидарности с другими покупателями [1].

В-третьих, аудитория в социальных сетях доступна и открыта для новой информации. Пользователи объединяются в группы по интересам, предоставляют всем желающим сведения о себе, чем облегчают работу специалиста по продвижению и дают возможность фокусировки на отдельных группах пользователей.

Коммерческие компании часто используют социальные медиа для продвижения своих товаров и ус-

луг, но для некоммерческих организаций социальный маркетинг особенно выгоден, по крайней мере, по ряду причин:

1. Нет необходимости в больших количествах финансирования.

2. Видео в качестве рычага. Благотворительные и некоммерческие организации могут использовать социальные медиа для привлечения потенциальных клиентов, к примеру, при просмотре рекламных роликов.

3. Непрерывающийся обмен информацией. В социальных сетях можно в прямом эфире проводить различные мероприятия и конференции. К примеру, «Twitter», стал источником новостей для многих, предоставляя возможность обмена информацией в реальном времени. Нажав одну лишь кнопку «tweet», каждый может добавлять ссылки, информацию, музыку и прочее в свою ленту новостей, тем самым становясь одним из распространителей информации.

4. Создание отношений. Подобно тому, как социальные сети дают людям возможность поддерживать отношения со своими родственниками и друзьями, они позволяют благотворительным и некоммерческим компаниям устанавливать и поддерживать отношения со своими участниками, волонтерами и потенциальными клиентами. Сообщество в социальной сети является основной площадкой, содержащей информацию об организации. На этой площадке как правило собирается целевая аудитория для того чтобы ее перевести из разряда потенциальных клиентов в реальные.

5. Организация также может использовать социальные сети для проведения исследований и опросов. К примеру, в «Facebook» и «ВКонтакте» благотворительные и некоммерческие организации могут проводить опросы, привлечь новых участников, а также предоставить информацию о возможностях участия и сотрудничества. «Twitter», аналогично, позволяет компаниям запускать онлайн-петиции, на которые пользователи могут «подписаться» или «переотправить» сообщения [3].

Продвижение в социальных медиа позволяет привлекать внимание целевой аудитории, получая оперативный отклик от нее. Сегодня по всему миру создается множество некоммерческих организаций, и социальная сеть превращается в идеальный инструмент для любой из них, которая хочет пополнить свои ряды новыми людьми и расширить свое влияние. Благодаря социальным сетям, каждый имеет возможность не только предложить денежную помощь, но и свои собственные связи для поддержки благотворительных акций, некоммерческие организации могут в сжатые сроки провести кампанию по сбору средств и найти активную поддержку в лице волонтеров.

В целом, использование социальных сетей для некоммерческих проектов позволяет не только лучше информировать целевую аудиторию, но и настраивать сообщество под конкретные надобности проекта, регулировать степень коммуникативности в сторону больших или меньших ограничений, акцентировать внимание на тех разделах, которые представляют для организации наибольший интерес.

Библиографические ссылки

1. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. 2-е изд., доп. СПб. : Питер, 2009. 336 с.
2. Гуров Ф. Н. Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в сети. М. : Вершина, 2008. 136 с.
3. Киселев Н. Социальные сети как инструмент

PR // [Электронный ресурс]. URL: www.pr-club.com.

4. Павловский, И. Идеальный план продвижения через социальные сети // [Электронный ресурс]. URL: <http://saitstroim.ru>.

© Зайка А. Ю., 2013

УДК 658.1

Э. В. Замятина

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

СПЕЦИФИКА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ СОЗНАНИЕМ ЛЮДЕЙ

Исследование специфики информационных технологий в управлении сознанием людей автор осуществила на основе современной концепции познания в культурологии [1, с. 27–34]: управление сознанием людей осуществляется как через комплекс мироощущений и порождаемых им системы отношений (чувств) к кому-либо или чему-либо, так и на уровне сознания и подсознания в форме мыслительного процесса личности и социума.

Личность и социум в современную эпоху научно-технического прогресса есть не только субъект, но и предмет, и объект информационных технологий, которые создаются и формируются как отдельными личностями – программистами, политологами, философами, культурологами и иными представителями современных наук, так и их коллективами, например, научными и/или прикладными, бюджетными или коммерческими аналитическими центрами органов власти, общественных объединений, коммерческих структур.

Специфика современных информационных технологий заключается в выработке и реализации комплексных систем, принципов и механизмов, технологий в управлении мироощущениями и формирования последними отношений (чувств) личности и социума в форме желаний – нежеланий, уважения – неуважения, интереса – равнодушия, любви-ненависти, безразличия или терпимости к традиционному существующим традициям, обычаям, культуре или к новым, навязываемым и внедряемым с целью искривления и «ломки» сознания и подсознания, как следствие – поведения людей и социума. Именно мироощущения и порождаемые ими автоматически чувства, как отношения, субъектов культуры, стимулируя, порождают работу разума (сознания, мышления плюс подсознания) этих субъектов по выработке технологий, процессов и механизмов, ценностных норм поведения и деятельности личности и социума. Разум же субъектов культуры управляет, структурирует, направляет и стимулирует как систему мироощущений, так и их чувства (отношения), прогнозируя их результаты.

Таким образом, с одной стороны, мироощущения и чувства, а, с другой стороны, разум (сознание, мыслительный процесс плюс подсознание) находятся в жесткой взаимообусловленности и взаимозависимости, влияя на качество и эффективность влияния информационных технологий на управление сознанием и поведением людей с целью формирования творче-

ских, патриотических и иных позитивных, созидательных или, наоборот, негативных, разрушительных мотивов, технологий, механизмов, норм поведения и деятельности личности и социума.

Доминирующие тенденции развития информационных технологий ориентированы на многопрофильность и структурную сложность управляемых предприятий. Для эффективной и конкурентоспособной деятельности требуется информационно связать и объединить все подразделения на качественно новом управленческом уровне. Осуществить это на практике позволяют новые, формируемые на базе достижений культурологии и других наук современные информационные технологии.

Автор считает, что основными информационными технологиями в управлении сознанием личностей и социума являются:

– Видео технологии – это технологии использования изображений: визуализация – представление данных в виде изображений. Быстрый рост объемов обработки данных требует поиска новых способов и форм, технологий представления и усвоения полученной информации с учетом вышеуказанных достижений культурологии.

– Мультимедиа технология основана на комплексном представлении данных, совместную обработку символов, текста, таблиц, графиков, изображений, документов, звука, речи, цвета, что создает комплексную мультисреду формирования определенных ощущений, чувств и управления сознанием людей или человека.

– Нейрокомпьютерные технологии используют взаимодействующие друг с другом специальные нейрокомпоненты на базе микропроцессоров. Нейротехнология применяется в создании искусственного интеллекта для решения сложных задач: формирования комплекса реальности в виртуальных ощущениях, образов и технологий. Компонентами нейротехнологий являются нейронные компьютеры и процессоры, а

также нейронные сети, как класс алгоритмов, обеспечивающих решение сложных задач управления сознанием людей.

– Объектно-ориентированная технология основана на выявлении и установлении взаимодействия множества объектов и используется при создании компьютерных систем на стадии проектирования и программирования. В качестве объектов в ней выступают пользователи, программы, клиенты, документы, файлы, таблицы, базы данных и т. д. Объект – это предмет, событие, явление, которые выполняют определенные функции и являются источником или потребителем информации. На этой основе, например, построена технология связи и компоновки объектов (OLE), разработанная фирмой Microsoft. Использование объектно-ориентированных технологий позволяет наиболее эффективно решать задачи в системах управления сознанием их потребителей [2].

Вместе с тем, технология управления мироощущениями и знаниями позволяет создать не просто автоматизированную систему с единым информационным пространством, а среду, в которой знания одного работника становились бы достоянием всех. Такой вариант необходим при решении особенно сложных комплексных задач в процессе подготовки и принятия

решений в специально созданной технологической среде.

Развитие информационных технологий все более направлено в область интеллектуальных, наукоемких проблем.

Автор считает, что визуализация данных, обработка изображений, создание виртуального пространства позволяют человеку погрузиться в образную среду решения сложных задач, эффективней понять и приблизиться к поставленным целям на качественно новом уровне, облегчить подготовку, принятие и реализацию управленческих и поведенческих решений и, вместе с тем, формирует опасные для человека и общества условия, технологии манипулирования сознанием людей с деструктивными намерениями.

Библиографические ссылки

1. Бочкарев В. П. Культурология : учеб. пособие : Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. Красноярск, 2007.
2. Коноплева И. А., Хохлова О. А., Денисов А. В. Информационные технологии : учеб. пособие. 2-е изд. М. : Проспект, 2011.

© Замятина Э. В., 2013

УДК 659

К. И. Зверев

Научный руководитель – Л. П. Скиба

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

ПРОСТРАНСТВО ИНТЕРНЕТ

Рассмотрена проблема представления компании в Интернет пространстве. Предложены потенциальные возможности использования компанией сети Интернет.

Сегодня представить жизнь без пространства Интернет практически невозможно, поскольку вся наша деятельность непосредственно связана с ней. И многие компании, не отставая от новых тенденций, спешат поскорее ворваться в пространство Интернет, однако не всегда подобные действия являются продуманными, что чаще всего приводит к провалу.

Одно из главных направлений интернет-деятельности в настоящее время остается формирование репутации в Сети [1]. Присутствие человека в медиа пространстве означает одновременно и удовлетворение его медиа запросов, и вовлеченность его в процессы потребления, а, следовательно, и экономического производства в современном обществе [2].

Выпуская новую продукцию, специалисты компании обязательно исследуют рынок, потребности потенциальных клиентов и т. д., тоже происходит с пространством Интернет. Для начала необходимо изучить социальные сети, блоги, интернет-форумы, чтобы понять:

- есть ли у компании необходимость создания подобных страниц,
- как работает каждая из рассматриваемых социальных сетей (функции, преимущества, недостатки),

– чем можно заинтересовать потенциальных клиентов,

– может ли компания нанять специального сотрудника для работы в пространстве Интернет или сможет ли сотрудник (отдела маркетинга, пресс-службы, PR-менеджер) совмещать свою деятельность с работой в Интернете [3].

Есть компании, которым социальные сети необходимы, поскольку общество интересуется ее деятельностью, ее продукцией или услугами. Например, клиенту было бы проще узнавать о новинках, новых услугах, отслеживать последние новости, быть в курсе каких-либо мероприятий и акций непосредственно через социальные сети, где он проводит достаточно много времени. Кроме того, пространство Интернет может послужить для компании, как один из инструментов при проведении мониторинга, социологических опросов, упростить подсчеты данных анкетирования и т. д.

Создание сайтов, страниц в социальных сетях, различных блогов подразумевает целый ряд задач, которые необходимо выполнить до того, как компании начнут свою деятельность в пространстве Интернет. Среди подобных задач выделим следующие:

1. Провести исследования среди клиентов, чтобы выявить необходимость появления компании в пространстве Интернет.

2. Выделить основную целевую аудиторию.

3. Продумать концепцию и дизайн сайта, страницы, блога.

4. Составить план пополнения (сайта, страниц) на ближайший период (примерно 1–1,5 месяца).

5. После создания оповестить своих клиентов о появлении в пространстве Интернет.

6. Отслеживать посещаемость (лайки, комментарии, число подписчиков).

Данный перечень задач является весьма обобщенным и каждый из пунктов подразумевает большой объем работы, в основном исследовательского характера. Специалисты компании, следуя данным задачам, могут вполне грамотно и правильно использовать пространство Интернет для представления компании как «шагающей в ногу со временем».

Помимо того факта, что представление компании в пространстве Интернет является модной и современной тенденцией, стоит отметить, что у многих компаний есть операторы, которые всегда готовы помочь своим клиентам в решении каких-либо вопросов, связанных с их продукцией, услугами. Но это очень неудобный формат, так чаще всего количество операторов ограничено, а клиентов много. И в этом случае на помощь приходят социальные медиа, где общение происходит в режиме «online», и чаще всего клиент может найти ответ непосредственно на сайте или на страницах в социальных сетях и тогда необходимость связаться с сотрудником компании пропада-

ет. При этом чаще всего, интересующая информация находится в разделе «FAQ» (от англ. *Frequently Asked Questions* – часто задаваемые вопросы), данный раздел есть во всех социальных сетях и практически на всех сайтах компаний.

Потенциальный клиент занимается поисками интересующей его информации на различных форумах, блогах, но, к сожалению, он не всегда знает, насколько достоверной является данная информация. Это еще раз подчеркивает необходимость создания страниц в социальных сетях, где клиент может не только ознакомиться с компанией, ее деятельностью, но и просмотреть насколько популярной она является (число подписчиков), что о ней говорят (комментарии), насколько продукция, услуги удовлетворяют подробности клиентов (количество «лайков»).

Конечно, это далеко не весь перечень плюсов, которые есть у компании, имеющей страницы в социальных сетях и личный сайт. Преимущества и недостатки зависят непосредственно от каждой компании, так как каждая из них индивидуальна и обладает определенной спецификой.

Библиографические ссылки

1. Старобинский, Э. Деловая репутация / Э. Старобинский // Управление персоналом. 2000. № 3.
2. Вартамова Е. Человек медийный // От книги до Интернета: десять лет спустя. М., 2009. С. 14.
3. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR. СПб. : Питер, 2007. 365 с.

© Зверев К. И., 2013

УДК 113

К. В. Зотов

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

ПРИНЦИП ЕДИНСТВА МИРА В КОНТЕКСТЕ УЧЕНИЙ О КОСМОСЕ В РАННЕЙ ГРЕЧЕСКОЙ ФИЛОСОФИИ

Исследуется принцип единства мира, идея космоса как диалектическое единство беспорядка (хаоса) и порядка (космоса) в ранней греческой философии. Принцип единства мира представлен как фундаментальный принцип и базовая предпосылка любой философской концепции, предполагающий всеобщую и универсальную связь всего со всем.

С тех самых пор как человек осознал себя мыслящим существом, он стремился объять мир, в котором ему предстояло пройти долгий и тернистый путь от каменных топоров до баллистических ракет и космических полетов. Измышления человека над сущностью мира и принципами его устройства были характерны не только для сформировавшейся философии и науки, но поднимались уже внутри архаичного сознания. В античный период истории человечества эти попытки узнать мир вокруг нас и наше место в нем были упорядочены благодаря закономерному развитию общественных отношений и становлению философии как науки. Тогда же были сформированы ос-

новные фундаментальные принципы, одним из которых и является принцип единства мира.

Единство мира и знания в ранней греческой философии принимается как самоочевидный и не требующий доказательства факт [1, с. 8.]. Объектом этой ранней науки был мир в целом, воспринимающийся как нечто единое и иногда даже уподоблявшийся огромному живому организму, поскольку в центре греческого теоретизирования лежала идея космоса с ее принципами единства мира, всеобщей связи явлений, гармонии, совершенства и красоты.

Эта идея не всегда была связана с термином «космос», но независимо от этого она красной нитью про-

ходит через всю историю греческой научно-философской мысли. Так, А. Н. Павленко пишет: «Впервые все мироздание было понято как единый нерасчлененный сферически образованный прекрасный порядок, которому было дано имя Космос, – эта фундаментальнейшая мысль в истории греческого духа» [2, с. 147].

Отметим, что одним из первых греческих философов, в чьих текстах впервые появился термин «космос»: «Этот космос, один и тот же для всех, не создал никто из богов, никто из людей, но он всегда был, есть и будет вечно живой огонь» [3, с. 217]. Огонь Гераклита отождествляется с единой, упорядоченной, организованной Вселенной, в которой периоды возгорания и угасания огня чередуются друг за другом, и это чередование продолжается вечно. Отсюда вовсе не значит, что возгорание приводит к полной гибели космоса, по свидетельствам ранних греческих философов, Гераклит имел в виду качественное изменение космоса. А именно: «то возгорается огнем, стирая все различия между вещами путем расплавления, то возрождается в многообразии различных форм, чувственных свойств и потенций» в облике космоса [3, с. 218–219]. Принцип единства здесь раскрывается как диалектическое единство беспорядка (хаоса) и порядка (космоса).

По многочисленным свидетельствам ранних греческих философов, Гераклит часто противопоставлял космосу как порядку рассыпанную наудачу кучу сора: «либо упорядоченный космос, либо киклон, сваленный в кучу, но беспорядочный» [3, с. 203]. Отсюда следует, что упорядоченность и гармоничная структура являются необходимыми составляющими единства.

В сущности, идея космоса – это представление о мире как об упорядоченной структуре, образующей целостное единство, подобное органическому единству живого существа. Аналогия с живым существом особенно убедительна в тех случаях, когда космос

представляется как нечто зарождающееся и развивающееся во времени (так считали, в частности, Анаксимандр и Анаксагор). Единство является исходной предпосылкой всех построений. Началом рассмотрения всеобщего единства всех явлений является материальное первоначало, из которого состоит весь мир, окружающий человека и сам человек. Многообразие мира представляет собой различные видоизменения одних и тех же стихий или сочетание одних и тех же частиц. Основанием и сущностью единства мира и явлений является всеобщее первоначало, которое, как правило, воспринимается в чем-то телесном, чувственно-воспринимаемым.

Наблюдая за окружающим миром, греческие философы видели, что наряду с порядком имеет место и хаос, наряду с сознательностью присутствует стихийность. За этим взглядом на мир следовал вывод о некоем «единстве» целесообразного и стихийного, добра и зла. Это единство – трактуется как судьба, от которой не уйдешь [4, с. 30]. Так сложился категориальный каркас античной философии, включающий в себя понятия: космос и хаос, материя и идея, душа и ум, единство и судьба.

Таким образом, единство мира – фундаментальный принцип и базовая предпосылка любой философской концепции, предполагающая всеобщую и универсальную связь всего со всем.

Библиографические ссылки

1. Соколов В. В. Введение в классическую философию. М., 1999.
2. Павленко А. Н. Европейская космология: основания эпистемологического поворота. М., 1997.
3. Фрагменты ранних греческих философов. Ч. 1. М., 1989.
4. Фрейдсберг О. М. Миф и литература древности. М., 1999.

© Зотов К. В., 2013

УДК 659.4:658.51

А. А. Крылывец

Научный руководитель – А. В. Михайлов

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

КРАУДСОРСИНГ

Данная работа посвящена рассмотрению явления краудсорсинга. Автором рассматриваются типы краудсорсинга, его возникновение, влияние и применение в современном мире и PR-действительности.

В 1714 году Правительство Великобритании установило приз за нахождение точного метода определения долготы на море. Вместо того, чтобы оплатить соответствующие изыскания какому-то одному ученому, Лондон предложил поучаствовать в решении головоломки всем, кто был на это способен. Метод, который применили власти Великобритании, 300 лет спустя назвали краудсорсингом (от англ. crowd - толпа и sourcing - подбор ресурсов), то есть генерированием идей «народом». Впервые слово «краудсор-

синг», как считается, использовал в 2006 году журналист Джефф Хауи в статье The Rise of Crowdsourcing для журнала Wired [1].

Популяризация идеи, которая лежит в основе «краудсорсинга», началась еще до изобретения самого термина. В 2004 году журналист Джеймс Шуровски опубликовал книгу «Мудрость толпы», заявив, что при правильно заданных условиях поиск решения какой-либо проблемы с опорой на совокупные знания многих людей может быть более эффективной мето-

дикой, чем использование знаний и опыта нескольких из них [2].

Предпосылками появления такого инструмента как краудсорсинг стало развитие Интернет-технологий, которое обеспечило доступ к информации огромному числу пользователей. Последнее обстоятельство, в свою очередь, сократило разрыв между профессионалами и любителями в разнообразных отраслях знаний. В результате, организации получили возможность воспользоваться талантами «сетевой толпы» в своих целях, привлекая миллионы людей к работе над разнообразными задачами.

На сегодняшний день выделяются несколько типов краудсорсинга, которые активно используются в современном мире:

1) аутсорсинг части рабочих заданий группе людей, действующих независимо друг от друга, и готовых предоставить свои услуги в обмен на опыт, признание или небольшую плату. Аутсорсинг (от англ. outsourcing: (outer-source-using) использование внешнего источника/ресурса) – передача организацией на основании договора определённых бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области. Основной эффект аутсорсинга – это, прежде всего, возможность извлечь бонусный доход за счет перепада уровня жизни в регионах;

2) применение принципов открытого кода в областях, не связанных с программированием;

3) тип решения задач, посредством обращения за помощью к большому числу людей или организаций, чаще всего с использованием Интернета;

4) передача определенных заданий большой группе потребителей как третьей стороне;

5) тип получения услуг и сервисов через обращения к онлайн сообществам;

6) тип выполнения работы одного специалиста большой группой людей.

Краудсорсинг – универсальный инструмент, его можно применить во многих областях. Результатами мозгового штурма «толпы» могут стать, к примеру, оригинальные дизайнерские решения для футболок, способы сокращения бюджета Калифорнии, слоган для новой марки бытового товара, и, даже решение сложной задачи по физике. В целом, почти все что угодно, за исключением узкоспециализированных сфер, которые требуют применения высоких профессиональных знаний и опыта. Трудно себе представить, как толпа людей будет делать операцию на сердце [3].

Основа всех проектов, применяющих краудсорсинг – талантливые люди, готовые работать на чистом энтузиазме. Когда человек работает не ради прибыли, а занимается тем, что ему нравится, и делает это с удовольствием – результаты такого процесса будут значительно лучше, чем та же работа, выполненная профессионалом, но без энтузиазма, только из-за прибыли. Возможно, именно поэтому самыми масштабными примерами краудсорсинга до сих пор были не-

коммерческие проекты. Но, как известно, любой некоммерческий проект, набрав обороты, может принести деньги. К примеру, крупнейшая социальная сеть в мире – Facebook, часто пользуется приложениями, разработанными рядовыми пользователями. Специально для энтузиастов Facebook создал раздел с пошаговой инструкцией о том, как создать своё приложение. Создание Википедии является одним из самых ярких, но далеко не единственных примеров успешного применения краудсорсинга.

В России краудсорсинг также не остался без внимания. В 2003 году, на просторах отечественного интернета, создан проект «E-generator». Этот ресурс представляет собой сообщество креативных людей, интерактивное творческое агентство или службу генерации идей. Авторы новых идей не имели возможности собирать свои идеи и обмениваться ими в одном месте, существовало множество ресурсов, а систематика отсутствовала, а теперь они могут это делать в одном месте, причем их идеи обязательно заметят. Заказчик оставляет свое задание, а редакторы «E-generator» выкладывают его на сайт и рассылают авторам. Победители творческих конкурсов получают денежные премии от имени заказчика и бонусы от владельцев проекта.

Краудсорсинг реализуется в нашей стране также и для решения государственных вопросов, и в предвыборной гонке. В. Путин и Д. Медведев перед началом предвыборной программы обратились к населению России с предложением сформулировать, что необходимо для улучшения, и предложения людей нашли отражение в предвыборной программе. Еще раньше В. Путин привлек к этому обсуждению известных деятелей науки и представителей бизнеса. Другие партии также работают в этом ключе, обратившись к избирателям за предложениями.

Таким образом, краудсорсинг как организация работы группы людей над какой-либо задачей ради достижения общих благ является мощным современным инструментом для применения его в различных сферах – от бизнеса и политики до социальных некоммерческих проектов.

Библиографические ссылки

1. Howe Jeff (June 2006). *The Rise of Crowdsourcing*. *Wired*. URL: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>.
2. Шуровьески Дж. *Мудрость толпы. Почему вместе мы умнее, чем поодиночке, и как коллективный разум влияет на бизнес, экономику, общество и государство*. М. : Вильямс, 2007. 304 с.
3. Палей Т. Ф. *Краудсорсинг, как средство повышения эффективности системы управления вузом и инфраструктурного развития [Текст] // Проблемы современной экономики (II): материалы Междунар. заоч. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.). Челябинск: Два комсомольца, 2012. С. 140–142.*

© Крылывец А. А., 2013

УДК 658.1

Е. М. Куропатина
Научный руководитель – В. П. Бочкарев
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОПТИМИЗАЦИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ СРЕДСТВАМИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Оптимизация клиентской базы – это трудоемкий, многоплановый процесс, предполагающий поэтапную регулярную оптимизацию клиентской базы и формирования актива целевых клиентов.

При непрерывном росте объема продаж и расширении клиентской базы у компании снижается уровень рентабельности. Одна из распространенных причин такой ситуации – нецеленаправленная активность компании. То есть, либо работали с клиентами, которые невыгодны компании (например, в силу специфичности их спроса), либо работали на невыгодных условиях, соглашаясь на любые требования клиентов, лишь бы их удержать, либо заняли пассивную позицию и не пытались предпринимать никаких попыток по «окультурированию» клиента, расширению его заказа.

Поэтому задача «увеличить число клиентов» часто вступает в противоречие с задачей «увеличить прибыль». Данное противоречие решает оптимизация клиентской базы.

Что же собственно такое клиентская база, которую необходимо оптимизировать. Клиентская база – это база данных, содержащая сведения о всех клиентах компании, которые когда-либо что-то покупали у компании. По клиентской базе, так или иначе, можно судить о политике компании в отношении клиентов: сведения о потенциальных клиентах компании, кто становится клиентом компании, какая работа осуществляется с клиентами, кто прекращает сотрудничество и по каким причинам. Естественно, что дополнительный анализ этой информации может дать и ответ на вопрос: «почему это происходит?».

Работа с клиентской базой включает в себя в основном 5 процессов:

1. Формирование клиентской базы – кто наши клиенты, каких именно клиентов мы привлекаем.
2. Способ учета информации о клиентах – что собой представляет база данных о наших клиентах.
3. Работа с клиентской базой и учет текущей информации о клиентах.
4. Анализ информации о существующих и потенциально предполагаемых клиентах.
5. Принятие решений по работе с клиентами на основе анализа.

Способ ведения клиентской базы – это отражение стиля ведения бизнеса компании. Если клиентская база компании представляет собой записные книжки менеджеров по продажам, где просто фиксируются сведения о клиентах, которые кажутся важными самим менеджерам и эта информация больше нигде и никогда не используется – это один стиль. Естественно, что при таком подходе, руководство, как правило, слабо влияет на политику компании в отношении клиентов, все складывается стихийно, и на усмотрение самих менеджеров. И совсем другое дело, когда

клиентская база ведется по единым стандартам – когда каждый менеджер регулярно вносит информацию о клиентах по единым для всех критериям, когда эта информация анализируется и используется для построения продуманной и единой политики.

При этом неважно, что представляет собой такая клиентская база: список компаний в Excel, базу данных 1С-Предприятие или сложную CRM-систему. Главное, чтобы она была унифицированной, сформированной по единым стандартам для всех сотрудников.

Информацию, подлежащую учету можно условно разделить на 2 большие группы: общие сведения и специфические сведения.

С точки зрения большинства руководителей, определение формата клиентской базы – работа сложная и трудоемкая, но разовая. Достаточно один раз выполнить ее на хорошем уровне и можно долгое время уже к этому вопросу не возвращаться. Автор же считает, что работа по ведению клиентской базы должна осуществляться постоянно. Достаточно ненадолго забросить эту работу и перестать учитывать сведения о клиентах и пропадает ценность всей этой работы и эффективность промышленного и торгового предприятия коммерческой структуры.

Поэтому работа с клиентской базой и учет информации по этой работе требует к себе постоянного внимания и системного пополнения. Очень важно выработать стандарт, как часто должна обновляться база данных, с какой периодичностью должны осуществляться контакты с клиентами, как часто информация должна заноситься в базу и далее постоянно следить за соблюдением данных стандартов.

В ходе исследования автором был разработан план по выработке оптимизации базы данных, которая включает в себя:

- 1) график пополнения базы и анализ её эффективности;
- 2) выработка стандартов и критериев к содержанию базы данных;
- 3) особое выделение потенциальных клиентов;
- 4) указание социального и демографического статуса клиентов;
- 5) информация в базе данных должна включать информацию от всех сотрудников организации;
- 6) работа с базой данных должна быть регулярной и системной.

Таким образом, опираясь на научный анализ проблемы и свой практический опыт, автор считает, что оптимизация клиентской базы – это трудоемкий, многоплановый процесс, предполагающий поэтапную

оптимизацию клиентской базы. Если компания поставила перед собой задачу выстроить такие отношения с клиентами, которые были бы выгодны и ей и клиентам, то ей предстоит проделать большой путь, начиная от оптимизации формирования и ведения клиентской базы и до принятия конкретных решений в об-

ласти корректировки политики построения эффективных взаимоотношений с потенциальными или целевыми клиентами.

© Куропатина Е. М., 2013

УДК 659.1

А. А. Кучер

Научный руководитель – С. В. Стрельникова

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

РЕКЛАМА И РЕЛИГИЯ. ВОПРОСЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Рассмотрены вопросы взаимодействия рекламы и религии. Рассмотрены причины наиболее острых проблем в этой области. Представлено отношение общества к использованию религиозных символов в рекламе.

На протяжении многих столетий религия для человека является основополагающей силой. Мотивы и символы различных конфессий плотно закрепились в сознании человека. И не удивительно, что именно религиозную символику стали использовать в рекламных сообщениях.

Реклама – это, прежде всего форма коммуникации, которая становится средством социально-психологического воздействия; это один из тех коммуникативных механизмов, которые формируют ценностные ориентации в обществе. Начало использования религиозных сюжетов и образов в рекламе связано с доверием народных масс к этим мотивам, которые являются брендами на протяжении многих веков и вызывают положительные эмоции у последователей культа.

В основной массе используются именно христианские образы. Мотивы ислама и буддизма не получили широкого распространения, так как буддизм, к примеру, не столь распространён, а по канонам Ислама не разрешается изображать вообще хоть что-нибудь из живого мира, включая пророка Мухаммеда.

Отношение общества к использованию религиозных символов в рекламе неоднозначно.

Так, с позиций рекламоделателей и рекламопроизводителей использование символики позволяет более эффективно воздействовать на потребителя, так как в процессе рекламной коммуникации существует возможность влияния на сознание человека, который находится под воздействием символа, но при этом не может контролировать свои психологические установки. При этом визуальный религиозный символ формирует отношение человека к тому или иному товару, и, шире, к общественным ценностям и моделям.

Позицию Русской Православной церкви в отношении рекламы на встрече со студентами СибГАУ осветил митрополит Красноярский и Ачинский Пантелеймон. Он назвал её делом не богоугодным, и именно с таких позиций ведутся отношения рекламы и религии. Отражение аналогичного подхода можно увидеть и в православных Интернет-изданиях, где реклама представляется не больше и не меньше – в

виде инструмента Сатаны: «Блуд – страшный, смертный грех. Но если в человеке есть склонность к нему, реклама поддакнет: она изобразит этот грех как можно соблазнительнее, она порекомендует и средство, скажем, какой-нибудь дезодорант или бритвенный станок, даже неважно что, но нечто такое... Что, приобщившись к этому, ты допущен будешь в мир, где твоё тщеславие, сладострастие, сластолюбие, чревоугодие не то что оправдаются, но даже встретят восторг» [2].

Тем не менее, не смотря на столь отрицательное отношение к рекламе, церковный институт в своей деятельности прибегает к использованию рекламы. Так, рекламные объявления размещаются во многих популярных российских религиозных изданиях: «Московский Церковный вестник» – газета Московского Патриархата, православная народная газета «Русь Державная», «Православная Москва», журнал «Русский Дом», православное обозрение «Радонеж», «Правило веры» – петербургская народная православная газета во славу Святителя Николая, «Ислам Минбаре» («Трибуна ислама») – общероссийская газета Духовного управления мусульман Европейской части России, «Иман» – газета религиозного общества мусульман Вологды и многие другие [3].

Почему же церковь, относясь негативно к рекламе, сама прибегает к ее услугам. Можно выделить несколько моментов:

во-первых, в условиях рыночных отношений практически все религиозные печатные издания сталкиваются с проблемой финансирования. Для многих на сегодняшний день одним из основных источников дохода становится реклама. Чаще всего реклама в религиозной прессе имеет свою специфику, она тесно связана с религиозной тематикой и обращена к верующим.

во-вторых, современное российское общество неоднородно по своему составу. Оно разделено не столько по национальностям, языковой принадлежности или вероисповеданию, сколько на богатых и бедных, что гораздо болезненнее для общества. Духовная поддержка, пробуждение в людях интереса к религии,

к культурным традициям своего народа – одна из важнейших функций рекламных объявлений в клерикальной прессе. Огромную роль в этом играет рекламная информация о паломнических поездках, которую регулярно публикуют практически все православные и мусульманские издания [3].

Широкая общественность в лице отдельных физических лиц и/или организаций, представляющих интересы определенного круга лиц могут бороться и борются за этичность рекламы с использованием религиозных образов. Так, на основе заявления, комиссия экспертов Федеральной Антимонопольной Службы РФ принимает решение о соответствии рекламы законодательству (Законом РФ «О рекламе» ст. 5. гл. 1. предусмотрены определенные ограничения на рекламу с использованием религиозной символики). При доказательстве нарушений реклама снимается с эфира, а рекламодатель наказывается согласно Федеральному закону о рекламе РФ [1].

До сих пор многие моменты в государственном регулировании этой деятельности остаются спорными, так Председатель думского комитета по делам общественных объединений и религиозных организаций Ярослав Нилов считает, что для регулирования отрасли достаточно существующих законодательных норм. Депутат пообещал, что профильный комитет обязательно рассмотрит все предложения по улучшению законопроекта. Их оценит и комитет по конституционному законодательству [4].

Поддерживает запрет на использование религиозных образов профессор Московской духовной академии Андрей Кураев. По его мнению, недопустимо использовать сакральные символы в коммерческих целях. Священник предлагает креативить в других направлениях. Законопроект предусматривает тюремные сроки за оскорбление чувств верующих и осквернение святынь. Оскорбление религиозных убеждений

и чувств грозит 3 годами лишения свободы, штрафом до 300 тыс. руб. или обязательными работами до 200 часов. За осквернение объектов и предметов почитания, разрушение таких предметов предполагается штраф до 500 тысяч рублей, или обязательные работы до 400 часов, или лишение свободы до пяти лет [4].

Реклама и религия на сегодняшний день имеют довольно не определенное отношения. Для рекламистов религия – удобный набор узнаваемых символов, который уже заслужили определенный уровень доверия в обществе, потому использование этих символов можно считать довольно выгодным. При использовании подобных символов необходимо проявлять особую осторожность, так как даже незначительная ошибка может вызвать протесты в кругах верующих.

С точки зрения церковников реклама пристаёт в виде «орудия Сатаны», но даже они не могут игнорировать её роль в жизни современного общества, и используют этот информационный канал для решения проблем церкви.

Библиографические ссылки

1. О рекламе : федер. закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ.
2. Агапова Н. Про сомнительную этичность в рекламе [Электронный ресурс]. URL: <http://www.adme.ru/column/natalya-agapova-pro-somnitelnuyu-etichnost-v-reklame-6411/>.
3. Раков А. Реклама в религиозных СМИ // Православная и мусульманская пресса [Электронный ресурс]. URL: http://www.library.pravpiter.ru/book_7/12.htm.
4. Госдума отделит рекламу от религии [Электронный ресурс]. URL: http://www.sostav.ru/news/2012/10/05/gosduma_religiya/.

© Кучер А. А., 2013

УДК 316.77

К. В. Левко

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

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА АВТОМОБИЛЬНОГО КОНЦЕРНА VOLVO

На мировом автомобильном рынке наблюдается снижение эффективности применения традиционных средств брендинга. В связи с этим топ-менеджмент Volvo Cars Russia проводит активную политику через новый, но эффективный канал коммуникации – социальные сети. Использование наиболее популярных ресурсов дает возможность выявить отношение целевых аудиторий к бренду, узнать о существующих проблемах и поддерживать обратную связь.

Мировая статистика наглядно демонстрирует серьезные изменения в тенденциях продаж автомобилей. Так, в феврале 2013 года значительно сократились четыре из пяти крупнейших авторынков Европы. Наибольшее падение отмечено в Италии – 17 %. Продажи машин в Германии упали на 11 %. Испанский авторынок «просел» на 9,8 %, продажи в Великобритании сократились на 7,9 % [1].

Вполне вероятно, что одной из причин резкого падения рынка является тот факт, что покупатель перестал ориентироваться только на технические характеристики автомобиля, его безопасность и экономичность. В период кризиса перепроизводства однотипных товаров индивидуализация стала одной из самых важных потребностей для человека. Из-за этого стремления проблемы начали испытывать автомо-

бильные компании с вековыми историями, с легендарным, но уже не примечательным имиджем. В выигрыше находятся более молодые конкуренты, которые часто позволяют себе отказываться от консерватизма и использовать необычные средства продвижения товара. Автор данной работы полагает, что именно энергичное продвижение позволяет таким компаниям резко нарастить продажи новых автомобилей на развивающихся рынках.

В целом на мировом автомобильном рынке наблюдается снижение эффективности традиционного брендинга. Брендинг синтетичен по своей природе, так как он «принимает на себя функции управления как внутри, так и вне корпорации – с ее дистрибьюторами, дилерами, поставщиками, клиентами, инвесторами, внедряется во все сферы деловой активности на всех уровнях организации, становится основой стратегического планирования и предпосылкой инновационных проектов, формирует корпоративную культуру» [2]. Для достижения максимальной эффективности кампаний PR-специалисты прибегают к новым инструментам, таким, как продвижение при помощи социальных сетей или создание видеопроductов с технологией «вирусного» распространения. Сложно найти человека, не имеющего аккаунта в какой-либо из социальных сетей. По этой причине они стали полноценным инструментом связей с общественностью, обладая рядом положительных качеств: относительной дешевизной, широким охватом аудитории, возможностью получения обратной связи. Сложности с их использованием могут быть связаны с нестабильным сложным механизмом воздействия и возможным негативом со стороны пользователей (этот негатив к тому же публичен и доступен для прочтения).

Одну из наиболее ярких стратегий реализует Volvo Cars Russia. В 2012 году кампанию концерна реализовывало digital-агентство «Социальные сети» (Москва). Автор проходил преддипломную практику в этой организации, этим и обусловлен выбор темы статьи.

Проведенные автором исследования указывают на недостаточную информированность людей о бренде.

Например, в опросе по слогану компании Volvo из 43 респондентов правильный вариант («Для жизни») выбрали 34, 9 %, 25,6 % указали слоган компании Volkswagen («Качество – правило. Цена – исключение!»), 18,6 % назвали слоган компании Honda («Роскошь технологий»), 14 % проголосовали за слоган Toyota («Управляй мечтой»), а 7 % — слоган концерна Lada («На всех дорогах страны»).

Можно сделать вывод о том, что концерн Volvo не имеет запоминающегося слогана, его имидж спозиционирован нечетко. Топ-менеджмент концерна имеет представление об имиджевых проблемах и пытается их решить, предпринимаются PR-меры, к которым можно отнести и продвижение в интернете. По особенностям ресурсов определяется вид и стиль публикаций.

Facebook, «ВКонтакте». Использование имиджевых текстов: описание модельного ряда и обзор отдельных моделей Volvo, публикация интересных историй с главными героями — автомобилями этой марки, аналитические статьи и мнения экспертов. Тексты сопровождаются фотографиями высокого разрешения, порой текст несет скорее разъяснительную нагрузку по отношению к изображению. Проводятся опросы, ведутся дискуссии, повышается лояльность потребителей, их доверие. Используются и иные инструменты.

Так, в рамках Московского международного автосалона 2012 года (ММАС-2012) в Facebook публиковались фотографии посетителей стенда, сделанные на веб-камеру, что привлекло дополнительных пользователей и обеспечило большую посещаемость группы. Проводятся конкурсы, в которых можно выиграть брендированный сувенир.

Twitter. Ввиду особого формата данной сети (140 символов для поста), используются ёмкие и яркие имиджевые тексты. Про Volvo публиковались малоизвестные интересные сведения с хэштегом #факт. Публикуются также яркие фотографии автомобилей, проводятся викторины.

Instagram. Загружаются привлекательные фотографии автомобилей Volvo. Это набирающая популярность сеть, создающая визуальный ряд и усиливающая имидж. Менеджеры отслеживают все снимки по специально созданному хэштегу, лучшие кадры публикуются на страницах Volvo в Facebook, «ВКонтакте» и Instagram. Это повышает лояльность существующих и потенциальных клиентов, вызывает у них «спортивный интерес» и азарт.

Foursquare. Сеть активно использовалась на стенде Volvo в рамках ММАС-2012, были созданы два special, которые «открывались» в двух случаях: при первой же отметке на месте и при условии, если за час в этом же самом месте отметились минимум 30 человек. Появившийся значок посетители могли показать администратору и получить брендированный сувенир.

Во всех используемых сетях Volvo поддерживает обратную связь и отвечает на вопросы пользователей. Это помогает не только решить проблемы клиентов, но и сократить «дистанцию» между компанией и целевой аудиторией, создать доверительные отношения.

Библиографические ссылки

1. Германия ускорила падение продаж автомобилей в Европе [Электронный ресурс]. URL: <http://auto.vesti.ru/doc.html?id=503974> (дата обращения: 16.03.2013).
2. Рожков И. Я., Кисмерешкин В. Г. От брендинга к бренд-билдингу. М. : Гелла-принт, 2004. С. 24.

© Левко К. В., 2013

Л. А. Манченко
Научный руководитель – А. И. Виноградова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

КУЛЬТУРА В ЭПОХУ ИНТЕРНЕТА: ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ

Анализируется проблема кризиса культуры в эпоху информационного общества. Определяется, что данное состояние культуры является ее закономерным этапом, который обуславливает изменение мышления, бытия, ценностей. В этом заключается смысл инноваций.

Единственное условие сохранения и развития человека – культура, кризис которой является сегодня очевидным фактом. Однако необходимо выяснить – по какой культуре или какой части культуры делается вывод о кризисе. Как отмечает В. В. Миронов, «бурное развитие Интернета и завоевание мира, конечно, обусловлено не только новыми технологическими возможностями, но и рядом социокультурных факторов. Интернет почти идеально ответил на три вызова модернизации: в условиях формирования планетарной сообщества он удовлетворил потребность человека в общении, новых формах взаимодействия, создании новых видов деятельности и занятости» [1, с. 27]. К указанному периоду культура, при всем понимании неизбежности ее развития, выглядела преимущественно как «застывшая», статическая система, потому как структурные изменения в ней происходили очень медленно. Данный вариант культуры можно обозначать как классический, но мы будем здесь использовать также термин, связанный с семиотической интерпретацией данной проблемы, и обозначим ее как «локальную культуру» [2, с. 12]. Главным смысловым стержнем такой культуры выступал Разум.

В данном случае нас интересует не анализ традиционной культуры в целом, а лишь некоторых ее аспектов, связанных с ней как с информационной системой. Суть изменений, происходящих в традиционной культуре, мы можем понять через те ее характеристики, которые, на наш взгляд, подвергаются изменениям именно сегодня, когда культура «погружается» в пространство глобальной коммуникации. А вместе с ним в процесс инновационных изменений социокультурного бытия.

Динамика развития модели культуры «традиционного типа» всегда была медленной: она представляла собой некоторую стационарную, почти застывшую систему, которая оставалась одинаковой для многих поколений. В основе локальных культур лежал «аристократический принцип» отбора основанный на достаточно длительной адаптации ценностей, претендующих на статус общечеловеческих (культурных), к господствующему культурному компоненту. В результате в культуре как в живом организме образовались механизмы для выяснения противоречий различных культурных уровней, разных культурных источников. В основе такого механизма лежит структурное распадение культуры на два больших слоя (верхний и нижний), дополняющих друг друга. Двойственный характер культуры отражает наличие двух векторов самореализации творче-

ства людей, связанных с различными условиями их среды обитания [3, с. 8].

Однако ситуация во многих отношениях изменилась. Если учесть, что культура как социальный организм, осуществляет себя в людях, то она уникальна в современной ситуации – мы живем при становлении новой цивилизации, где на место привычных культур и национальных государств предстают «метакультуры» и другие глобальные социальные образования. Роль новых семиотических систем и Интернета в становлении этих социальных суперорганизмов невозможно переоценить. По сути лишь Интернет как реальность, совмещает в себе персональные и глобальные свойства, технику и виртуальное содержание, является той средой, где человек может реализовать и свое личностное, индивидуальное, и свое второе, глобальное (планетарное) бытия. В перспективе жизнедеятельность человека, очевидно, может осуществляться на двух уровнях: обычном для нас и виртуальном, в Интернете. Собственно, что и приводит к возникновению необходимости диалога культур как объективной реальности.

Активность информационных процессов столь высока, что заставляет подчинять себе традиционные элементы культуры и, прежде всего, меняет традиционную систему культурной коммуникации. В результате начинаются разрушения локального характера культуры. Происходит становление определенного общего коммуникационного пространства, которое как бы пронизывает все культуры, навязывая им новые формы и способы. Фактически мы оказались втянутыми внутрь глобального коммуникационного пространства, резко меняющего характер диалога между культурами. Сегодня коммуникация как таковая является самостоятельной силой, находящейся вне диалога культур, но осуществляющая на них огромное влияние.

Культуры погружаются в другую внешнюю среду, которая пронизывает межкультурные диалоги, создавая предпосылку для замыкания их в среде Глобального коммуникационного пространства. Особенность в том, что это переориентирует бытие человека с трансценденции на прагматично-рациональное существование.

Поэтому, если говорить о «кризисе культуры», то интерпретировать его нужно, прежде всего, как резкое изменение коммуникационного пространства, все более разрывающее границы между культурами, образуя предпосылку (новые культурные компоненты) другого типа культурного единства. Это озна-

чает множество и конкуренцию парадигм, сосуществование гетерогенных элементов, признание и поддержку разнообразия современных проектов жизни, социальных взаимоотношений, философских учений и научных концепций. Это предусматривает переоценку фундаментальности и множества типов равноправных отношений, признание закономерности существования многих «точек зрения», отношений взаимодействия между ними. Эти идеи, которые пришли, прежде всего, в сферу искусства (литературу, живопись, архитектуру), сегодня получили общекультурное значение и часто превращаются в принципы интеллектуальной творческой деятельности.

Таким образом, мы должны понимать, что изменение культуры – неизбежный процесс. Человечество идет от одних традиций и производит новые. Оно меняет одежду и привычки, ритуалы и формы общения так же, как меняет формы коммуникации. Увеличение культурных ценностей должно опираться на традиции для сохранения культурного содержания ценностей. Но в то же время увеличение культурных ценностей всегда осуществляется через критику традиций и отбрасывание некоторых «старых» ценностей. Итак,

одним из центральных вопросов при решении проблемы инновации является проблема культурного статуса новых ценностей в сегодняшней, очень динамичной ситуации и, наоборот, выделение «севдокультурного» или «внекультурного» компонентов современной культуры. Что и составляет инновационную систему изменений.

Библиографические ссылки

1. Миронов В. В. Коммуникационное пространство как фактор трансформации современной культуры и философии // *Вопросы философии*. 2006. № 2. С. 27–43.
2. Белоліпецкий В. Г. Проблемы и противоречия инновационного развития бизнеса // *Философия хозяйства*. 2008. № 2. С. 9–34.
3. Новые информационные технологии и судьбы рациональности в современной культуре (материалы «Круглого стола») // *Вопросы философии*. 2003. № 12. С. 3–52.

© Манченко Л. А., 2013

УДК 004.457

А. И. Назарова

Научный руководитель – Л. П. Скиба

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

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

В современной России одним из главных принципов демократии является прозрачность, открытость власти перед народом. В связи с этим, политические связи с общественностью в России в настоящее время активно сливаются с общим процессом информатизации общества, развитием информационных технологий, интернет-технологий.

Эраст Галумов отмечает, что политические коммуникации являются составной частью общественных коммуникаций и включают такие специфические направления деятельности PR-специалистов, как политическое консультирование, лоббизм и другие методы работы в социально-политических условиях. Сложность и противоречивость политических коммуникаций обусловлена тем, что они существуют в многомерном поле взаимоотношений власти и народа [1].

Политические процессы получают определенную направленность и позволяют различным структурам достичь успеха и приблизиться к поставленной цели благодаря заранее спланированным, организационно подготовленным и обеспеченным соответствующими ресурсами действиям, принимающим форму политических коммуникаций. Тот, кто владеет искусством организации политических коммуникаций, всегда имеет больше шансов на успех. Особенно когда речь идет об избирательной кампании.

Стоит отметить, что бывший президент Российской Федерации Дмитрий Анатольевич Медведев являлся самым активным участником процесса взаимодействия с гражданами России посредством инфор-

мационных и интернет-технологий. В частности, он использовал социальные сети, такие как twitter.com и vkontakte.ru, где на своих страницах он освещал и комментировал события в стране и мире.

На Петербургском международном экономическом форуме 18 июня 2010 года Д. А. Медведев отметил: «Информационные технологии – это одно из ключевых направлений развития демократии. Скорость и качество обратной связи между властью и обществом, технологическое расширение гарантий свободы слова, интернет-технологии в работе политической и избирательной систем важны для развития политической системы, политических институтов в нашей стране». На встрече с преподавателями и студентами технических вузов, прошедшей в Московском энергетическом институте Дмитрий Медведев порекомендовал губернаторам и министрам последовать его примеру и взять за правило общаться с россиянами в социальных сетях. Говоря о своей деятельности в социальных сетях, он сказал: «Я так и дальше буду поступать. Надеюсь, что так себя будут вести и другие госслужащие, а не только Аркадий Дворкович (бывший помощник президента). Потому что это за-

дача и всех губернаторов, и всех министров». Обща-
ясь через социальную сеть с людьми, чиновник, по
словам Медведева, зачастую напрямую может полу-
чить ответы на очень многие события общественной
жизни, иногда грустные и нелицеприятные.

«Нужно просто иметь терпение и относиться к
этому, как к одному из достижений прогресса», – ска-
зал в заключение Дмитрий Медведев [2].

Необходимо также отметить такой новый для Рос-
сии проект, как электронное правительство.

В августе 2007 года российским правительством
была утверждена концепция, согласно которой элек-
тронное правительство будет создаваться в два этапа.
В 2008 году предстояло разработать и утвердить не-
обходимые документы, а в 2009–2010 годах начать
практическое внедрение электронного правительства.

В первую очередь, развернутая в центре обработки
данных «Ростелеком» система призвана устранить
несогласованность в работе государственных инфор-
мационных сервисов. Такие ведомства, как Федераль-
ная налоговая служба, Пенсионный фонд, Росреестр,
Рособрнадзор, а также МВД, отныне самостоятельно
и напрямую собирают необходимую для оказания той
или иной госуслуги информацию, освободив граждан
от необходимости проводить время в очередях для
получения каждой справки в каждом ведомстве [4].

Теперь, по данным Минсвязи, около 2 тыс. видов
государственных услуг могут быть получены через
Интернет. При этом доступ к 340 наиболее востребо-
ванным госуслугам уже обеспечивает нынешняя сис-
тема электронного правительства.

Стоит отметить, что и Красноярский край не ос-
тался в стороне от нововведений. Губернатор Лев
Кузнецов подписал указ о включении в структуру
органов исполнительной власти региона Министерст-
ва информатизации и связи Красноярского края, соз-
данного на базе управления информационных систем
и технологий губернатора края. Кресло нового мини-
стра занял 50-летний Алексей Туров, ранее занимав-
ший пост начальника управления информационных
систем и технологий губернатора Красноярского края,
а до этого являвшийся генеральным директором ЗАО
«КрасИнформ» [3].

В числе приоритетных задач Алексей Туров обо-
значил развитие проекта электронного правительства,
позволяющего перевести государственные услуги в
электронную форму. Уже к концу года планируется
перевести в электронный вид 58 услуг.

«На первоначальном этапе речь идет о наиболее
простых услугах. Например, получение справочной
информации или форм для заполнения документов. В
дальнейшем через Интернет можно будет получить и
саму услугу. Со временем число услуг, предоставляе-
мых в электронном виде, планируется довести до
300», – подчеркнул Алексей Туров [4].

Параллельно с этой работой министерство займёт-
ся развитием инфраструктуры связи, повышением
доступности инфокоммуникационных технологий для
жителей всего края.

В настоящее время программа электронного пра-
вительства активно развивается по всей стране. В
случае ее успешной конечной реализации в ее пре-
имуществах сможет убедиться и население, и сама
власть. Ведь с внедрением электронного правительст-
ва снижаются затраты времени на сбор документов,
упрощаются административные процедуры, повыша-
ется уровень доступности и качество предоставляе-
мых услуг. Кроме того, повышается прозрачность
деятельности государства и активность вовлечения
граждан в деятельность государства, а также сущест-
венно снижаются государственные расходы.

Библиографические ссылки

1. Галумов, Э. Основы PR. М. : Летопись XXI, 2004.
2. Медведев призвал чиновников общаться в со-
циальных сетях // Новая политика. Интернет-
журнал. 29.03.2011.
3. «Электронное правительство» как способ
взаимодействия граждан и власти // Конкурент.
22.06.1012.
4. Тульский М. 81 миллион услуг // РБК Daily.
10.11.2011.

© Назарова А. И., 2013

УДК 324

А. И. Назарова, М. А. Бергер
Научный руководитель – Е. В. Тетерина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЯЗЫК РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИКИ

*Современный российский политический язык отличается большой пестротой и отсутствием каких-либо
общепринятых норм, ограничений. Сенсационность – одно из основных качеств современного российского по-
литического языка.*

Александр Гельевич Дугин отмечает, что полити-
ческий язык в России в настоящее время продолжает
свое формирование и выделяет основные моменты, на
которых должен строиться этот язык:

1. Сохранение преемственности в отношении
прежних этапов национальной политической истории,
«просвещенный консерватизм», лояльность традици-
ям.

2. Национальная идеология, органическая демократия, государственничество, консолидация общества на культурной, национальной, духовной основе.

3. Централистское общество демократического типа, президентская республика, рынок под контролем государства, солидаризм, повышенное внимание к социальному фактору.

4. Геополитическая ориентация – евразийство, баланс между Европой и Азией.

5. Принципиально двухпартийная система, где и левые (социалисты) и правые (рыночники) в равной мере лояльны евразийской ориентации, Государству, Национальной Идее.

6. Ориентация на сохранение и укрепление статуса России как великой мировой державы.

7. Убежденность, что народы мира способны выбирать собственный путь развития и противостоять американской гегемонии (многополярный мир) [1].

Особое внимание хотелось бы уделить политическому лозунгу. Литературная энциклопедия определяет лозунг как краткую формулу, содержащую в себе одну-две фразы и выражающую содержание тех или иных задач и целей различных борющихся между собой классов в политике, экономике, философии, литературе и т. д. [2]. В лозунге отражается мирозерцание, политика класса. Словесная форма лозунга должна способствовать максимально быстрому его усвоению. Лозунг, форма которого требует специальной подготовки читателя, не достигает полностью своей цели.

Андрей Александрович Мирошниченко отмечает, что политику необходимо иметь два главных опознавательных символа – фамилию и лозунг. Лозунг особенно важен на стадии малой известности. Ведь известному политику можно обходиться одной фамилией – она сама по себе уже символ. А на начальной стадии именно лозунг играет роль суррогатной – политической фамилии. Но даже и известным политикам, вырастившим свое имя до уровня символа, лозунг нужен для того, чтобы репрезентировать в политической виртуальности свою программу, свой новый курс, задачи момента и т. п. [3].

Приступая к разработке лозунга, следует, однако, помнить, что лозунг – это ответ на некоторый гипотетический вопрос избирателя. Вопрос этот в самых общих чертах формулируется так: с чем выдвигается кандидат, как в нескольких понятных словах выражена его политическая цель? Наилучший ответ дает не программа, а именно лозунг. Для того чтобы придумать хороший лозунг, прежде всего, необходимо определить набор ценностей, которые соответствуют ожиданиям электората и устремленности кандидата. Это могут быть общественные, политические или морально-нравственные ценности, которые для целей конструирования лозунга выражаются в виде идеологем. В данном контексте идеологемами называются лаконично выраженные общественно-значимые ценности, призванные способствовать политической консолидации избирателей или части избирателей для достижения выборных целей.

Форма лозунга должна экспрессией умножать энергетику лозунга. Необходимо использовать не

только средства выражения, но и средства выразительности [5].

Для лозунгов часто используются грамматические формы номинативного предложения («Закон и порядок!»), реже используются формы генетивного предложения («Хлеба и зрелищ!»), употребляются редко, но тоже дают образец формы лозунга грамматические конструкции с существительными в винительном падеже и приставками «за» или «против»: «За правду и порядок!», «За нашу Советскую Родину!»

Если употребляются формы простого личного предложения со сказуемым-глаголом в первом лице, то лучше обходиться без местоимения «я». Например, «Хочу быть полезным людям!» вместо «Я хочу быть полезным людям!».

Плюсом является использование фамилии возле лозунга или внутри него, например, «Александр Лебедь. Правда и порядок!». Если избиратель запоминает лозунг, то он запоминает и фамилию. Если кандидат обладает какой-то «говорящей» фамилией, то надо обязательно попытаться использовать ее, обыграть ее в лозунге («Думай головой – голосуй за Голованова!»).

С точки зрения ритмики и энергетики удачными являются рифмованные лозунги с фамилиями («Наш город – Ростов, наш мэр – Чернышев!»). Но такие лозунги очень часто провоцируют конкурентов на сочинение пародийных контрслоганов. Так что кандидату и его команде надо выбирать, с каким вариантом лозунга им удастся справиться, когда лозунг придется очно или заочно оправдывать.

Для придания экспрессивности лозунгу используется восклицательный знак («Достойное вознаграждение за честный труд!»). Также способом усиления экспрессии лозунга может быть использование рифмы и стихотворного размера («Вернем Уралу былую славу!», «Не надейтесь на чудо, голосуйте за Чуба!»).

Использование предлогов «за» или «против» тоже является средством усиления экспрессии. Конечно, могут использоваться и простые грамматические конструкции, не оснащенные какими-либо средствами экспрессии. Но в таких случаях мобилизующая энергия должна заключаться в содержании этих конструкций, если уж не заключается в форме.

При разработке лозунга стоит помнить, что хороший предвыборный лозунг становится не только визитной карточкой кандидата, но и организующим началом для всех мероприятий кампании, – лозунг предписывает, что и как нужно говорить или делать в той или иной аудитории. Кроме того, лозунг должен цементировать всю кампанию, связывать единым смыслообразом все виды предвыборной активности [4].

Язык, на котором политики общаются с избирателями, имеет свои особенности. Он является составной частью политической культуры общества, а также средством коммуникации между лидером и его избирателями. Язык, как и любое другое средство коммуникации, является мощнейшим орудием манипуляции сознанием избирателей.

Библиографические ссылки

1. Дугин А. Г. *Философия Политики*. М.: Аркогея, 2004. 614 с.

2. Литературная энциклопедия. В 11 т. М. : Изд-во Коммунистической академии; Сов. энцикл.; Худ. лит. / под ред. В. М. Фриче, А. В. Луначарского. 1929–1939.

3. Мирошниченко А. А. Выборы: от замысла до победы. М. : Центр, 2003.

4. Поцелуев С. П. Политология : словарь. М. : РГУ, 2010.

5. Цуладзе А. М. Политические манипуляции, или Покорение толпы. М. : Книжный дом «Университет», 1999. 144 с.

© Назарова А. И., Бергер М. А., 2013

УДК 658.1

О. А. Насырова

Научный руководитель – В. П. Бочкарев

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

МАНИПУЛЯЦИЯ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ – ОДИН ИЗ СПОСОБОВ УПРАВЛЕНИЯ ЛЮДЬМИ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Манипуляция массовым сознанием – один из способов управления людьми путем создания иллюзий или условий для контролирования поведения. Это воздействие направлено на культурно-психические структуры человека, осуществляется скрытно и ставит своей задачей изменение мнений, побуждений и целей людей в нужном для правящей группы людей направлении.

В XXI веке информационные технологии развиваются ускоренными темпами, вовлекая в свою орбиту все направления деятельности (политика, экономика, наука, образование, медицина, бизнес, СМИ, сфера коммуникаций, развлечений и т. д.). Мобильная связь, IP телефония, Skype, IP телевидение, социальные сети существенно стали влиять на все стороны деятельности человека и изменили среду его общения и управления гражданами РФ.

В процессе совершенствования информационных технологий возник новый вид управления сознанием масс: взаимодействия государства и его граждан – электронное правительство, как комплекс информационных систем для предоставления государственных услуг в электронном виде. В соответствии со стратегией развития информационного общества в РФ к 2015 г. планируется перевести все государственные услуги в электронный вид [1].

Развитие интернет технологий изменяет и роль печатных средств массовой информации, которые в настоящее время выпускают и электронные версии газет и журналов. Согласно исследованию компании «TNS Россия» 60 % населения России заходят в Интернет хотя бы раз в месяц, а общее время, которое человек проводит в Интернете, значительно больше, чем то, что он тратит на чтение печатных СМИ [2].

В интернет пространстве появилось такое понятие, как «блог». Блог – интернет-журнал событий, интернет-дневник, онлайн-дневник) – веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи (посты), содержащие текст, изображения или мультимедиа. Использование блогов является одной из тенденций влияния информационных технологий на сознание людей. А именно – в подобных блогах публикуется как правдивая информация, так и осуществляются «блоговброс» – искусственное или ложное раздувание информационных поводов. С целью манипуляции общественным сознанием читателей и формирования у них искривленного мнения.

Информационные войны – один из современных инструментов борьбы за массовое сознание людей. Они осуществляются путем искажения фактов или преподнесение их в таком свете, чтобы это вызвало неадекватное реальному положению дел поведение противника или потребителя через навязывание восприятия фактов, событий выгодного воздействующей стороне.

Глобальная сеть Интернет, существенно влияет на формирование моральных норм, отличных от принятых в социуме. Она несет как практически неограниченные возможности развития, так и огромную деструктивную роль в управлении, манипуляции сознанием масс, в том числе в области искажения русского языка.

Примерно каждые два года в разных сообществах изменяется компьютерный сленг, т. е. меняются термины и даже значения некоторых слов. Влияние Интернета в этом смысле, ускорило появление новинок и расширило спектр. Например – «падонковский» язык – мальчег, пальчег и т. д. В обычный язык из Интернета внедряется много новых слов – айтишники (специалисты информационных технологий), юзать (использовать), машинка (компьютер), девайс (устройство), Клава (клавиатура), аська (ICQ для отправки коротких сообщений с компьютера на компьютер) и многие другие.

Несмотря на такой информационный штурм в отношении русского языка, в Интернете всегда можно проверить орфографию своего сообщения при помощи поисковиков или других специальных сервисов. Однако большинство молодых пользователей этим не пользуются, считая это напрасной тратой времени, рассуждая – «и так поймут», другие подчиняются принципу «толпы» никто так не делает, а мне это зачем делать – «я как все, выделяться не буду, иначе меня засмеют».

Однажды Уинстон Черчилль сказал, что тот, кто владеет информацией, тот владеет миром [3]. Сегодня

можно с уверенностью говорить о том, что тот, кто контролирует развитие информационных технологий и средства массовой информации, способен активно влиять на мировоззрение людей, их поведение и в целом на массовое сознание в обществе. Именно в связи с этим Президент РФ В. В. Путин В 2013 г. заострил внимание мировой общественности ООН на необходимости усилить роль государственных органов в управлении информацией через Интернет, ограничив в этом вопросе монополию и вмешательство США во внутренние дела суверенных государств.

Манипулирование сознанием – один из способов управления людьми и правительство РФ, как и других

стран, не должны этот процесс отдавать стихии и в руки США, как монопольного владельца Интернет.

Библиографические ссылки

1. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февр. 2008 г. // Рос. газета. 2008. 16 февр.
2. Российская Бизнес-газета. 2011. 22 нояб.
3. Афоризмы У. Черчилля [Электронный ресурс] // сайт «Aforismo.ru». 30 сент. 2012. URL: <http://www.aforismo.ru/authors/>

© Насырова О. А., 2013

УДК 004.45

О. А. Насырова, Э. В. Замятина
Научный руководитель – Е. В. Тетерина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ОРГАНИЗАЦИИ

Информационная система представляет собой сочетание практической работы, информации, людей и информационных технологий, организованных таким образом, чтобы способствовать достижению целей организации.

Стратегическая информационная система (СИС) – компьютерная информационная система, обеспечивающая поддержку принятия решений по реализации перспективных стратегических целей развития организации. СИС используется для получения конкурентного преимущества. Организация использует информационные системы для изменения баланса власти между конкурентами, поставщиками, фирмами, производящими товары-заменители [1].

Успешное функционирование информационных систем и технологий определяет качество проектирования. Проектирование имеет целью обеспечить эффективное функционирование ИС и автоматизированных информационных технологий со специалистами, использующими в сфере деятельности конкретного экономического объекта ПЭВМ. Именно качественное проектирование обеспечивает создание такой системы, которая способна функционировать при постоянном совершенствовании ее технических, программных, информационных составляющих, то есть ее технологической основы, и расширять спектр реализуемых управленческих функций и объектов взаимодействия.

Защита информации является в настоящее время одной из важных проблем в разработке информационной системы для конкретной организации. Защита информационной системы должна быть системной. Однако понятие системности заключается не просто в создании соответствующих механизмов защиты, а представляет собой регулярный процесс, осуществляемый на всех этапах жизненного цикла ИС. Для создания таких систем необходимо иметь определенные теоретические знания, а именно: что представляет со-

бой защищенная информационная система, что такое система защиты информации и какие требования предъявляются к ней, какие существуют угрозы и причины нарушения безопасности информационных технологий, какие функции защиты и каким образом должны быть реализованы и многое, многое другое [3].

Помимо вышеуказанных проблем существуют и другие недостатки в разработке и применении информационных систем.

Быстрая реакция системы в случае неправильных действий. Все бизнес-процессы должны быть идеально отлажены. Любая неправильная информация или ее отсутствие ведет к кардинальным ошибкам в работе системы и, как следствие, высокому риску принятия неверного решения.

Относительно дорогая стоимость данного решения. Оценивая стоимость проекта, не надо забывать, что помимо стоимости лицензий и услуг консультантов по внедрению, существуют значительные затраты на перестройку всех бизнес-процессов и затраты, связанные с огромными усилиями всех вовлеченных в процесс менеджеров и специалистов компании. Кроме того, не надо забывать, что требуется постоянная поддержка система, ее улучшение и корректировка в связи с новыми потребностями компании [4].

Проблемы поддержки используемого программного обеспечения, автоматизирующего информационную систему. К ним относятся: технические сбои и поломки ПО, потребность в постоянном обновлении версий ПО, необходимость постоянного обучения новых сотрудников – пользователей ПО, необходимость регулярной модернизации ПО с целью более

полного удовлетворения нужд принятой системы управления [2].

Проблемы регулярного развития используемой информационной системы. Со временем система управлением предприятием может видоизменяться. Это означает, что управленцы на разных уровнях начинают принимать управленческие решения по-новому, и действующая система учета не обеспечивает их необходимой информацией в должном объеме.

Однако наряду с существующими проблемами информационных систем, действительность показывает, что при правильном использовании это достаточно эффективное средство повышения конкурентоспособности компании [4].

В настоящее время использование ИС становится необходимым условием повышения гибкости и эффективности системы корпоративного управления. Требования, предъявляемые к ИС, а также обеспечивающему их программному обеспечению, достигли уровня, когда уже нельзя просто игнорировать ключевые моменты процессов их разработки и внедрения. То же можно сказать и об уровне затрат на работы

данного направления, значительность которых невольно заставляет задуматься о необходимости разработки стратегии управления этим процессом и оценки каждого этапа внедрения ИС.

Библиографические ссылки

1. Дзюбенко А. Л. Информационные технологии управления : учеб. курс [Электронный ресурс]. URL: http://www.e-college.ru/xbooks/xbook090/book/index/index.html?go=part-012*page.htm.
2. Моделирование процессов создания и оценки эффективности систем защиты информации [Электронный ресурс]. URL: http://citforum.ru/security/articles/model_proc/.
3. Создание информационных систем [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rus-lib.ru/book/38/men/21/2.3.html>.
4. Стратегия развития информационной системы управления [Электронный ресурс]. URL: <http://www.management.com.ua/ims/ims082.html>.

© Насырова О. А., Замятина Э. В., 2013

УДК 621.37

А. В. Парамонов

Научный руководитель – Е. В. Сумина

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

МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ МИГРАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В РОССИИ. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Миграционные процессы влекут за собой изменения в социальной и демографической структуре российского общества. Они оказывают существенное влияние на общественное разделение и уровень оплаты труда, на рынок труда в целом, а также на уровень социальной напряженности в регионах с длительным и интенсивным притоком людей.

Прежде всего, миграции оказывают большое влияние на демографические процессы. Они приводят к изменениям половозрастной и социальной структуры населения в районах, откуда мигранты уезжают и куда приезжают. В районах с оттоком, превышающим темпы воспроизводства населения, численность его сокращается, снижается рождаемость, поскольку в миграциях участвует преимущественно молодое население. Соответственно, в этих регионах увеличивается доля населения старших возрастных групп. В районах же притока мигрантов повышается доля молодых возрастов и, как правило, возрастают темпы воспроизводства населения [1].

Целями регулирования миграционных процессов в России являются обеспечение устойчивого социально-экономического и демографического развития страны, национальной безопасности РФ, удовлетворение потребностей растущей российской экономики в трудовых ресурсах, рациональное размещение населения на территории страны, использование интеллектуального и трудового потенциала мигрантов для достижения благополучия и процветания Российской Федерации. Регулирование миграционных процессов

в России основывается на следующих принципах:

- защита прав и свобод человека на основе законности и неуклонного соблюдения норм международного права;
- защита национальных интересов и обеспечение безопасности Российской Федерации;
- сочетание интересов личности, общества и государства;
- дифференцированный подход государства к решению проблем различных категорий мигрантов.

Основными направлениями деятельности по регулированию миграционных процессов являются [2]:

1. Создание единой системы миграционного контроля на территории России совершенствование деятельности государственных органов исполнительной власти, осуществляющих миграционный контроль на территории России, координация их взаимодействия с органами пограничного и таможенного контроля;
2. Усиление ответственности органов исполнительной власти субъектов РФ за нарушение миграционного законодательства Российской Федерации;
3. Предоставление соответствующим федеральным органам исполнительной власти иностранным

гражданам информации о правовом положении иностранных граждан и лиц без гражданства на территории России и о порядке приобретения гражданства Российской Федерации.

4. Реализация мер по выдворению незаконных мигрантов из Российской Федерации в государства гражданской принадлежности или постоянного проживания.

Особенности развития миграционной ситуации в Российской Федерации в последнее десятилетие обусловлены политическими и социально-экономическими переменами. Правительство России в этих условиях формирует активную миграционную политику, для осуществления которой в стране была принята «Концепция регулирования миграционных процессов в Российской Федерации». Реализация миграционной политики обеспечивается путем взаимодействия Правительства РФ, федеральных органов исполнительной власти, органов власти субъектов РФ. Основана государственная миграционная политика на нормах международного права, положениях Конституции РФ, федеральных законах и нормативных правовых актах [3].

На сегодняшний день построение эффективной миграционной политики – приоритет национальных проектов большинства современных государств, поскольку миграционные процессы в XX веке оказывают значительное влияние на экономические, политические и культурные институты как государств исхода мигрантов, так и принимающих государств.

Зарубежный опыт в миграционной политике стран Европейского Союза, несмотря на некоторые различия и национальные особенности, характеризуется в настоящее время следующими принципами: проведение политики по ограничению въезда в страну низкоквалифицированной рабочей силы; борьба с нелегальной миграцией; проведение политики реэмиграции. В современной Европе осознают политику миграции как политику будущего, и дальнейшее ужесточение законов касается только нелегальной миграции.

Совет ЕС принял План глобальных действий против нелегальной миграции и торговли людьми. Основные пункты плана – усовершенствование визовой политики, обмен информацией и ее анализ, меры, регулирующие порядок пересечения границ и репатриа-

цию – были учтены при разработке стратегии Евросоюза по борьбе с нелегальной миграцией. Затем Комиссия ЕС представила Предложения, содержащий проект общей директивы, прописывающей основополагающие права всех легально работающих в ЕС мигрантов, а также четырех директив по критериям принятия иностранных рабочих и получения ими права на проживание и работу в ЕС.

Важным шагом в сфере защиты прав нелегальных мигрантов на территории ЕС и противодействия нелегальной миграции стало решение о введении единых на территории всего Евросоюза уголовных санкций в отношении работодателей, использующих труд нелегальных мигрантов. [4]

Миграционная политика стран характеризуется в настоящее время следующими принципами: проведение политики по ограничению въезда в страну низкоквалифицированной рабочей силы; борьба с нелегальной миграцией;

Положительный опыт Европейского союза в управлении миграционными процессами может послужить примером. Поскольку Россия в настоящее время также сталкивается с проблемой миграции и ищет пути ее эффективного регулирования, то уже достигнутые наработки Европейского союза в этой сфере могут быть полезны и для российской государственной политики.

Библиографические ссылки

1. Егоров А. Великое переселение продолжается // *Миграция и гражданство*. 2003. №.1(4). С. 4–5.
2. Башкатов Б. И., Карпухина Л. А. *Международная статистика труда : учебник*. М. : Дело и сервис, 2005.
3. Воробьева О. Д. *Миграционная политика // Приложение к журналу «Миграция в России»*. Вып. 6. М., 2001. Серия «Миграция населения».
4. Мукомель В. И. *Миграционная политика России: постсоветские контексты // Институт социологии РАН. М. : Диполь-Т, 2008.*

© Парамонов А. В., 2013

УДК 811.161.1'06

Т. С. Пахилова

Научный руководитель – Л. П. Скиба

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

РУССКИЙ ЯЗЫК В ИНТЕРЕНЕТЕ И ЯЗЫКОВАЯ ПОЛИТИКА

Языковая политика – это неотъемлемая часть политики любого государства, а именно, она служит формированию у граждан национальной идентичности и всего национального как ценности, а также формирует положительный имидж страны на мировой арене.

Поскольку в самом термине содержится слово «политика», то языковая политика также имеет свои инструменты воздействия и контроля. Таким образом, политика подразумевает под собой манипуляцию,

сильное оповещение и элементы давления. Однако даже если мы будем понимать языковую политику, вслед за известным польским теоретиком Валерием Писареком, как *policy* (которой занимаются прави-

тельствственные и неправительственные товарищества, объединения), а не politics (свободная связь с внутренней и внешней политикой), мы непременно столкнёмся с реализацией частных интересов [1].

В настоящей статье мы будем рассматривать Интернет как инструмент языковой политики. На современном этапе Интернет является важнейшим инструментом PR и СМИ, сосредоточившим в себе огромные возможности для интегрированных маркетинговых программ. Но Интернет также специфическое языковое пространство и средство управления общественным мнением. Сейчас Интернет является незаменимым инструментом не только поиска информации, но и глобальной коммуникации, в том числе интерактивной.

В 1994 году в информационном пространстве России появился новый объект – Интернет и его российский сегмент – Рунет. «Инструменты ретроспективной языковой политики со времён недавно распавшегося СССР не смогли оценить этот новый объект и оптимизировать его для своих функций. Очевидно, что и академическое сообщество в силу объективных причин не смогло увидеть в Интернете инструмента языковой политики» [2].

Однако ситуация изменилась, Интернет стал действенным средством общественных связей.

На сегодняшний момент вопрос об интернет-пространстве как бытовании русского языка является чрезвычайно актуальным, поскольку напрямую касается экстралингвистических факторов языковой системы. Но стоит заметить, что русский язык освоил Интернет не только в качестве субъекта функционирования, но и как объект обсуждения: «на современном этапе развития отечественной филологии именно в интернет-аудитории наблюдается оживление интереса к вопросам жизни и развития русского языка...» [2] Существует множество сайтов, посвящённых актуальным проблемам русского языка, электронные словари и библиотеки, сайты, посвящённые и русской литературе. Таким образом, внедрение во всемирную паутину сообществ, посвящённых русскому языку и культуре, и является тем действенным современным инструментом языковой политики.

Однако немаловажным моментом является и то, что «картина присутствия русского языка в Интернете в качестве темы обсуждения или предмета исследования характеризуется широтой охвата, демократизмом и доступностью в их обсуждении...» [2] Но есть и обратная сторона: далеко не всегда компетентные люди берутся информировать об орфографических, стилистических и других нормах русского языка. Следовательно, отнюдь не все источники являются авторитетными.

Известный факт, что существует огромное количество авторитетных сайтов, предоставляющих компетентную информацию не только о нормах языка, но и отражающие актуальные современные языковые проблемы в виде научных статей. Это такие сайты как: 1) ГРАМОТА.РУ «ГРАМОТА.РУ стала инструментом, консолидирующим и формирующим «языковой» электорат, а таким образом и средством мониторинга языкового состояния общества» [3].

2) Фонд Русский Мир и другие. Такие сайты предназначены для филологов, работников СМИ.

Стоит обратить внимание на языковые сообщества в социальных сетях, аудитория которых гораздо шире и более разнонаправлена, нежели у узкопрофессиональных. Таким образом, «языковые» сообщества в социальных сетях представляют собой большой интерес, так как в настоящий момент именно они формируют «языковой вкус» нашего времени.

Далее мы обращаемся к социальной сети ВКонтакте. За последнее время в сети появилось немало сообществ о русском языке. В целом, по функции и задачам интернет-сообщества дублируют имеющиеся сайты, о которых мы сказали выше. Им также свойственны те же особенности, однако сообщества в социальной сети имеют ряд преимуществ, поскольку имеют большую интерактивность, возможность поделиться информацией, а также могут охватить очень большую аудиторию, включающую подростков, что немаловажно.

Грамотное интернет-сообщество постоянно провоцирует кодификацию норм, их уточнение, а также заставляет рефлексировать по поводу языка. На наш взгляд ВКонтакте есть сообщество, отвечающее этим качествам: Я Люблю русский язык (http://vk.com/love_russian_language). Слоган сообщества: «Я Люблю русский язык, полюби и ты! :)». На 28 января 2013 года к странице сообщества подписано 472.055 подписчиков, что говорит о большой популярности, пожалуй, сообщество Я люблю русский язык занимает лидирующее место по охвату аудитории из всех сообществ, посвящённых русскому языку.

Контент сообщества ежедневно пополняется, добавляются различные рубрики. Сейчас в сообществе существуют такие рубрики: «Слово дня», суть которой в размещении словарной статьи с толкованием слова и этимологической справкой; рубрика, посвящённая русской литературе и её актуализации – «Имба-читальня» [4].

Руководство сообщества применяет различные техники приобщения людей к нормированному русскому языку посредством общественных связей: тест-голосование (выбрать правильный вариант из двух и проголосовать), яркие иллюстрации-мотиваторы, высмеивание неграмотной речи и наличие орфографических ошибок в тексте (шотскрины, демотиваторы), альбом для участников сообщества, где участники могут выкладывать фото нелепых орфографических ошибок.

Таким образом, возможности интернета являются незаменимым инструментом языковой политики: «Интернет имеет в этом смысле и политическое значение, так как он объединил всех поклонников русского языка, обеспечил их постоянный контакт, усиливая тем самым звучание русской речи в веб-пространстве и расширяя ареал ее распространения в мире» [2].

Библиографические ссылки

1. Вархала Я. Положение польского языка в Европе // Вопросы языковой политики : материалы Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 210-летию В. И. Даля КГПУ им. В. П. Астафьева. Красноярск, 2011.

2. Трофимова Г. Н. Языковой вкус Интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. М.: РУДН, 2009.

3. Сафонова Ю. А. Материалы 11-ого Российского интернет-форума [Электрон. ресурс]. URL: http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/net/28_584.

4. Сообщество ВКонтакте. Я люблю русский язык. URL: http://vk.com/love_russian_language.

© Пахилова Т. С., 2013

УДК 316.776.3

Т. С. Пахилова, Д. С. Юрченко
Научный руководитель – Е. В. Тетерина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЯЗЫК КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ РОССИИ И ЮЖНОЙ КОРЕИ

Язык как первооснова коммуникации необходим для продолжения эффективного взаимодействия, в частности для развития отношений России и Южной Кореи.

Поддержание интереса в изучении языков обеих стран важно: «Язык нужен для понимания культур и менталитета друг друга, всё вместе это может сыграть большую роль в развитии отношений Кореи и России» – так считает Пак Чжон Кван, доцент, кандидат политических наук МГУ, сотрудник посольства Кореи в Москве [6].

В настоящее время Россия и Южная Корея поддерживают тесные дружественные отношения, по мнению Ви Сон Лаг, посла Республики Корея: «Обе страны достигли заметного развития отношений реального сотрудничества в политике, экономике, социальной сфере, в культуре и других областях» [7]. Важным показателем успешного сотрудничества явился саммит АТЭС во Владивостоке, по завершении которого были заключены соглашения со стороны России и стран Тихоокеанского региона.

В настоящее время популярность азиатской культуры, в частности корейской, неуклонно возрастает. Стоит отметить, что интерес является взаимным, так как граждане Южной Кореи, особенно молодёжь, интересуются нашей страной, её традициями и, конечно, русским языком.

Количество изучающих русский язык в Южной Корее растёт с каждым годом. По мнению Чжон Кван: «Русский язык для корейцев пока необычный, нераспространённый, то есть особенный язык, поэтому многие хотят изучать его для хорошей работы в будущем, связанной с Россией, а также интересуют развитая русская литература и наука, желание путешествовать по России» [6]. Доказательством заинтересованности в русской культуре служит то, что в Корее имеется 9 общеобразовательных средних школ с усиленным изучением иностранных языков, где русский язык преподаётся в старших классах в качестве второго. Немаловажно, что в Сеуле с 1998 года издаётся русскоязычная газета «Сеульский вестник», которая выходит один раз в месяц тиражом 3–5 тысяч экземпляров.

Нельзя не отметить того факта, что по соглашению участников Санкт-Петербургского Второго форума общественности «Диалог Россия – Республика Корея» было решено 2012 год ознаменовать Годом русского

языка в Корее и корейского языка в России. Более того, группа по науке и образованию приняла решение, что в 2013 в Москве пройдёт Всемирный форум учёных-корееведов, а также было решено организовать российско-корейский форум, который будет действовать постоянно [1].

Говоря о положении русского языка в Корее, следует уделить немалое внимание обучению русскому языку на базе вузов. Изучение русского языка в Корее насчитывает многолетнюю историю: «Первая кафедра русского языка была создана ещё в 1954 году на базе Университета иностранных языков «Хангук» в Сеуле. На сегодняшний день русский язык на постоянной основе изучается в 35 высших учебных заведениях, расположенных во всех 9 провинциях страны» [3]. Стоит также отметить, что при университете «Хангук» проводятся мероприятия для студентов с участием России. В мае 2012 года прошёл конкурс по русскому языку как иностранному: «Данный конкурс, участие в котором принимают южнокорейские студенты, изучающие русский язык и культуру, проводится с прошлого года. На этот раз мероприятие посетили ректор университета иностранных языков Хангук Пак Чхоль, посол Российской Федерации в Республике Корея Константин Внуков и другие» [5]. Следовательно, изучение русского языка гражданами Кореи на базе высшего образования очень важно и положительно влияет на развитие отношений, туризма, и на поддержание положительного имиджа России.

В Католическом университете в городе Дэгу, Южная Корея (Catholic University of Daegu) в 1992 образовалась кафедра русского языка, заведующей кафедрой является Ли Хи-Сук, доктор филологических наук, профессор, преподаватель русского языка. При этом университете студенты КПУ им. Астафьева могут пройти педагогическую практику по РКИ. Хи-Сук очень позитивно смотрит на будущее отношений России и Южной Кореи и не умаляет влияния национальных языков обоих государств: «Наши взаимоотношения станут очень тесными, а изучение языка станет необходимым инструментом в понимании наших

стран, потому что без знания языка мы никогда не постигнем другую культуру и не добьемся эффективного сотрудничества» [2; 6].

По большей степени высшее образование в Азии копирует европейскую систему образования: «Корейская модель университетского образования складывалась под непосредственным японским влиянием. А поскольку японская образовательная модель, в свою очередь, была скопирована с немецкой, а точнее, с прусской модели, то можно прийти к выводу, что и сегодня в корейской образовательной системе господствуют фундаментальные принципы европейской (немецкой) классической модели образования» [4].

Русский язык в рамках национальной политики имеет прямое значение в развитии отношений Кореи и России, и нельзя не признать, что за столь небольшой срок сотрудничества обеих стран наш культурно-языковой обмен достигнул заметных высот. Однако на современном этапе нет достаточной информированности граждан обеих стран друг о друге: действуют устойчивые стереотипы в сознании русский и корейцев, многие конкурсы, форумы и программы доступны узкому кругу лиц. Тем не менее, в Корею русский язык находится на стадии возрастающего интереса, и русский язык вскоре станет действенным инструментом политики.

Библиографические ссылки

1. 2012 год станет Годом корейского языка в России и Годом русского языка в Кореи. РУСКОР Рос-

сийско-корейское информационное агентство [Электронный ресурс.] URL: http://www.ruskorinfo.ru/data/society/981/?sphrase_id=1698.

2. Catholic University of Daegu [Электронный ресурс.] URL: http://www.cataegu.ac.kr/english/intro/01.htm?left_menu=1.

3. Азиатско-Тихоокеанский регион // Конкурс по русскому языку в Сеуле провел Университет иностранных языков Хангук [Электронный ресурс.] URL: http://www.dvreclama.ru/dvbussines/atr/detail.php?blog=yujnaya_koreya&post_id=18914.

4. Издательский дом «Мир русского слова» [Электронный ресурс.] URL: <http://www.spbmirs.ru/books/168.html>.

5. Килина А. Н., Петрищев В. И. К вопросу о подготовке педагогов в Южной Кореи // Социализация и межкультурная социализация в современном мире : материалы I Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. Краснояр. гос. пед. ун-т им. В. П. Астафьева. Красноярск, 2011. 276 с.

6. Материалы личной электронной почты Пахилова Т. С. [Электронный ресурс.] URL: brungilda_03@mail.ru.

7. Приветственное слово – Посольство Республики Корея [Электрон. ресурс]. URL: <http://rus-moscow.mofat.go.kr/languages/eu/rus-moscow/mission/greetings/index.jsp>.

© Пахилова Т. С., Юрченко Д. С., 2013

УДК 001.6

Д. М. Пискорский

Научный руководитель – Е. В. Тетерина

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

РЕКЛАМНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ И ИХ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЫДЕННОГО ЗНАНИЯ

Обыденное знание является неотъемлемым и довольно значимым элементом познавательной деятельности. Оно представляет собой основу, которая обеспечивает базовую систему представлений человека о повседневной жизни.

Обыденное знание, опираясь на здравый смысл и повседневный опыт, служит для ориентации человека в реальной действительности. Основное место в обыденном знании отводится практическим знаниям, основанным на индивидуальном и массовом жизненном опыте. По мере развития науки, философии, искусства сфера обыденного сознания также расширяется и изменяется. Причем данное изменение очень часто опосредовано характером коммуникативных (в том числе рекламных) процессов. Каналами передачи знаний являются в первую очередь средства массовой информации, в особенности телевидение и специальные периодические издания, где в анонсах, отдельных статьях или передачах и рекламе преподносятся особым образом оформленные для неподготовленного потребителя знания [1].

Обыденное знание обеспечивает адаптацию личности в окружающем мире через упрощение воспри-

нимаемой им картины мира, создание разнообразных стереотипов. Стереотипы по своей сути – это определенное стандартное восприятие различных событий [2]. Также это могут быть и образы, сформированные человеческой психикой на основе личного или коллективного опыта. В рекламе стереотипы используются повсеместно. Достаточно вспомнить образы усталой домохозяйки; не успевающего подготовиться к экзамену студента; мускулистого металлурга, работающего в поте лица; успешного делового человека, спешащего куда-то с портфелем в одной руке и сотовым телефоном в другой. Используя стереотипы, рекламисты упрощают себе работу по передаче огромного количества информации. Например, зритель видит изображение женщины в белом халате; на ее шее висит фонендоскоп. Эту женщину можно не представлять за кадром. Ей не нужно говорить слова. За счет сложившегося стереотипа зритель сразу воспринима-

ет женщину как врача – психология человека сама «додумывает» недостающие детали.

Сложившиеся стереотипы характерны не столько для отдельного человека, сколько для всего общества. Огромное количество видов молочной продукции «Домик в деревне» преподносится телезрителям в виде диалогов доброй бабушки и ее многочисленного семейства. Пожилая приятная женщина в очках и с платком на плечах с неизменно доброй улыбкой угощает своих детей и внуков то молоком, то кефиром, то сметаной, подавая их обязательно в глиняном горшочке. Создан «типичный» стереотип деревни. Несмотря на то, что на текущий момент большинство горожан даже не знают, где находится деревня, не говоря уже о том, что не представляют себе на вкус настоящие деревенские молочные продукты, в памяти поколений давно запечатлено: «Деревенское значит натуральное и очень полезное».

Стереотипы, безусловно, являются мощным инструментом, но есть еще и архетипы. Главное отличие архетипа от стереотипа заключается в том, что стереотип – это стандартизированное, привычное, общепринятое восприятие. Архетипы же универсальны, они заложены в коллективном бессознательном и побуждают человека относиться к ситуации определенным образом. Стереотипы навязываются обществом, а архетипы представляют собой прообраз, так называемую первичную модель мышления конкретного человека.

Возьмем, например, два известнейших и конкурирующих между собой бренда: Coca-Cola и Pepsi-Cola. Первый продвигает свой товар как напиток для семьи, напиток для праздника. Pepsi же рекламируется под лозунгом «Бери от жизни все!». В данном случае представлены два совершенно разных архетипа, идеально подходящих под каждый из напитков. Pepsi стал популярным напитком для молодежи, в которой сочетались архетипы «Искатель» и «Герой». Это характер людей,

постоянно готовых к чему-либо новому, стремящихся добиться успеха во всем. Основной принцип жизни таких людей – получение максимального удовольствия и предназначен для людей, чьи архетипы «Славный малый», «Ребенок» и «Друг». Для таких типов характера главное – теплые отношения внутри семьи и ощущение хорошего праздника. Так, перед каждым Рождеством неизменно появляется реклама под запоминающуюся мелодию «Праздник к нам приходит». Для людей, принадлежащих к архетипу «Друг», главной ценностью является человеческое общение. Хорошие отношения в коллективе – едва ли не самая важная цель, и «Друг» будет делать все, чтобы добиться этого. При выборе какого-либо товара человек в первую очередь станет основываться на мнении окружающих, по возможности не выделяясь из общей массы.

Будучи зафиксированным в наглядной форме рекламного сообщения, обыденное знание является мотивационно-нормативным регулятором, предписывая, как и зачем следует действовать. Рекламные тексты становятся образцовой моделью человеческой деятельности. Таким образом, обыденное знание, зафиксированное в форме неких поведенческих рецептов и предписаний в рекламе, выполняет мотивационную, регулирующую функцию.

Библиографические ссылки

1. Сыркина А. Н. Понятие и сущность обыденного знания и роль рекламы в его формировании и организации // *Теория и практика общественного развития*. 2012. № 8. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.teoria-practica.ru/ru/-8-2012.html>.
2. Кленин Д. Использование стереотипов и архетипов в рекламе [Электронный ресурс]. URL: <http://planetasmi.ru/blogi/comments/3308.html>.

© Пискорский Д. М., 2013

УДК 659.1

А. А. Савушкина

Научный руководитель – Е. В. Титов

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

РЕКЛАМА КАК СУБЪЕКТ АТРОФИРОВАНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ

Представлена проблема влияния рекламы на формирование личности. Отражена негативная роль рекламной информации, как нормативной составляющей поведения и одновременно как стандарта жизнедеятельности, приводящая к потере индивидуальности.

Современная постиндустриальная цивилизация обусловила появление новейших информационных технологий, превративших информацию в основную ценность личности и общества. В информационной системе значительную роль играет реклама. Ценность оперативной информации для жизнедеятельности общества возрастает, следовательно, растет и влияние рекламы, как одного из основных направлений оперативных информационных потоков. Количество знаний, необходимых для взаимодействия общества и

личности постоянно увеличивается. Приоритетность отдается оперативной информации, которая обращается к эмоциональной составляющей человеческого сознания. Реклама, предоставляя информацию в сочетании с эмоционально-психологическим воздействием на человека, приобретает все большее значение для индивида и общества.

Реклама уже давно является неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Она предлагается нашему вниманию в различных видах: печатном, телеви-

зионном, визуальном и в виде аудиоинформации, в широком масштабе или всего в нескольких предьявлениях. Благодаря рекламе мы формирует своё мнение относительно продуктов питания, бытовой техники, людей, каким-то образом способных повлиять на нашу жизнь [1].

Развитие рекламы в наши дни идёт в ногу с развитием всего рынка мира, однако проблемы рекламы как медийного продукта всегда были, и основной проблемой рекламного рынка является «шаблонность» в рекламе. Укажем на следующие важные проблемы: счастливые улыбающиеся семьи, натушно выдающие в кадры фразы, которыми никто и никогда не говорит в обычной жизни. Пластмассовый позитив и бытовые сюжеты: мама – домохозяйка с сумками, папа – один и тот же актер, который перебегают из ролика в ролик, ребенок – то болеет, то испачкался. Люди едят и улыбаются, стирают и улыбаются, пользуются тампонами и тоже глупо улыбаются. Одни и те же слова переходят из одного ролика в другой, с одного биллборда на все. «Новое качество жизни», «Ваш надежный партнер», «Почувствуй ощущение чистоты», «Прикоснись к совершенству». Так, как показывают в нашей рекламе, не живут, не говорят и не делают.

Безусловно, в рекламе возможен не только реализм, но тут всплывает заезженное «не верю». В российской рекламе возможно, чтобы девушка пыталась открыть пакет с чипсами руками в варежках и сокрушалась, что у нее ничего не выходит. Возможно, чтобы олимпийская чемпионка Татьяна Навка, будучи у себя дома, говорила своей маме: «Посмотри, какой насыщенный и яркий цвет. Это же Гарнье Колор Нейчралс, он содержит масло оливы...»

Отсутствие вкуса и знаний. Поросль, которая не разбирается в искусстве, не тренируется в творчестве, не общается о мировоззренческих идеях, начинает самостоятельно строить творческие приемы, «как понимает». Заново создавая принципы драматургии, композиции, типографики, заново изобретая велосипед и чаще всего неудачно. Копирайтеры не знакомы с логикой текста, не знают, что такое семантическое поле [2].

Реклама формирует общество потребления, вовлекает человека в общество потребления, диктует моду. Это лишает человека индивидуальности. (Пример: модный цвет сезона – сиреневый) [3].

К приоритетным источникам формирования ценностных ориентаций молодежи можно отнести семью, электронные СМИ, рекламу, в меньшей степени – печатное слово (газеты, журналы, художественную и публицистическую литературу) и некоторые организации массовой культуры (кинотеатры, дискотеки и т. д.). Влияние таких источников формирования ценностных ориентаций молодежи как религиозные учреждения и учреждения культуры и спорта в настоящее время нивелируется [4].

Таким образом, главной функцией рекламы люди выделяют информационную. Поэтому, анализ мнений молодежи о содержательном аспекте рекламной информации, позволяет подтвердить гипотезу о возрастании роли оперативной информации (к которой относится реклама) в жизнедеятельности людей и ее влиянии на формирование ценностных ориентаций молодежи. Люди в рекламе получают информацию о стиле и образе жизни, о поведении в определенных ситуациях. Роль рекламной информации как нормативной составляющей поведения и одновременно как стандарта жизнедеятельности возрастает [4]. Это лишает человека индивидуальности.

Библиографические ссылки

1. Реклама в ПР, организация рекламы, рекламной компании [Электронный ресурс] // Сайт Svazyobsh.ru. 12 февраля 2013. URL: <http://svazyobsh.ru/---public-relations-pr/288-reklama-v-pr-organizaciya-reklamy-rekl-kampanii.html>.
2. Главные проблемы российской рекламы. Реклама такая реклама [Электронное издание] // Сайт Adme.ru. 27 мая 2011. URL: <http://www.adme.ru/articles/glavnye-problemy-rossijskoj-reklamy-152905/>.
3. Социальные эффекты рекламы : учеб. пособие [Электронный ресурс] // Сайт Rudocs.exdat.com. 2007. URL: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-405320.html?page=15>.
4. Толмачева С. В. Влияние рекламы на ценностные ориентации молодежи // Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права : материалы Междунар. науч. семинара. Вып. 5. Тюмень : Вектор Бук, 2006.

© Савушкина А. А., 2013

УДК 004.946

О. В. Соколова

Научный руководитель – Е. В. Титов

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

ВИРТУАЛЬНЫЕ АЛЬБОМЫ КАК ФОРМА ХРАНЕНИЯ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Рассмотрена проблема виртуальной реальности в современном информационном обществе. Представлены возможности, перспективы и преимущества применения виртуальных альбомов для хранения и представления данных.

Современное общество характеризуется устойчивым развитием информационных технологий и уве-

личением масштабов их применения, следствием чего стала виртуализация человеческой деятельности,

ставшая неотъемлемой составляющей современных социокультурных, политических и экономических процессов. Доказательств данному явлению множество: это и виртуальные библиотеки, музеи, выставки, on-line магазины и даже виртуальные салоны красоты и виртуальные Дворцы бракосочетаний [4].

Что понимается под словом «виртуализация»? Прежде всего, необходимо отметить, что значение слова «виртуальный» в разных языках различно: в латинском (от *virtualis*) – «потенциальный, возможный», в английском (*virtual*) – «фактический, действительный», во французском (*virtuel*) – «возможный, потенциальный». Существует множество различных областей знания, где применяется и применялось слово «виртуальный». Так, к примеру, в психологии это слово означает мир иллюзий, надежд галлюцинаций подсознания, в философии оно активно употреблялось в значении «несуществующий». Но все эти и другие определения объединяет одно: слово «виртуальный» используется для обозначения чего-то вымышленного, ненастоящего, противопоставляемого реальности как таковой.

Вместе с тем все слышали понятие «виртуальная реальность»: в последнее время оно стало не только популярным, но и модным, получив широкое распространение, прежде всего, благодаря компьютерным играм. Уход от реальности, сознательное помещение себя в некоторый вымышленный мир – это и есть виртуальная реальность, и компьютерные игры всего лишь небольшая её часть.

Виртуальная реальность – реальность возможная, но не существующая в данный момент, и, так как условия, при которых она проявляется, созданы искусственно — они осуществляют субституцию данности, подменяют реальность другой, виртуальной реальностью. То есть, виртуальная реальность является таким же продуцентом сознания, как и иерархически первично воспринимаемая реальность [3]. К виртуальной реальности относятся реальности, создаваемые искусством, наркотическими веществами, психическими расстройствами, а также телекоммуникациями [1]. Виртуализация общества представляет собой отображение системы общества в информационном (виртуальном) пространстве. Это пространство создано в конце XX века благодаря глобальным информационным сетям, прежде всего Internet [2]. Поэтому современные исследователи отмечают сегодня новый вектор трансформации общества, понимая под виртуализацией переход основных видов деятельности в виртуальное пространство сети Интернет.

Одним из проявлений виртуализации помимо компьютерных online (и не только) игр, можно назвать виртуальные альбомы, выполняющие функции «хранилища» некоторого вида данных, будь то музыка или фотографии. Впервые термин «виртуальный альбом» появился в музыкальной среде, еще задолго до изобретения компьютера и представлял собой некоторый набор музыкальных композиций, а широкое распространение термин получил с развитием информационных технологий, глобальной сети Интернет. «Виртуальный альбом» в буквальном смысле означа-

ет ресурс, существующий локально, основу которого составляет определенный визуальный ряд.

Некоторые из виртуальных альбомов представляют собой интернет-сайты, организованные по особым правилам, некоторые создаются с помощью бесплатных программ для работы с фотографиями, к примеру, такой как Picasa – программы для бесплатного размещения фотографий в сети Интернет – и представляют собой электронный прообраз привычного для нас книжного альбома с фотографиями. Picasa и подобные ей программы по созданию альбомов интуитивно понятны и просты в использовании, предоставляют пользователю все необходимые инструменты по работе с фотографиями и картинками: это и функции поиска, просмотра, редактирования, распечатки, упорядочивания фотографий, это и возможность преобразования обычных фотографий в кинофильм или коллаж, создания слайд шоу. Примером «виртуального альбома» можно назвать расположенную по адресу <http://rockkent.narod.ru> виртуальную частную галерею Андрея Евпланова, объединившую в себе цифровые копии картин более чем шестидесяти художников. Работать с ней очень легко, достаточно просто выбрать фамилию художника, с работами которого захотелось ознакомиться. В результате пользователь перейдет на страницу галереи картин выбранного художника. Сайт организован таким образом, что представляет собой соединение визуального ряда (работы художников) и текста (биографии). Подобным образом разработана виртуальная галерея национального музея Прадо в Мадриде (*Museo Nacional del Prado*), расположенная по адресу <http://www.museodelprado.es/goya-en-el-prado/> и предоставляющая online доступ более чем к 5000 работ из коллекции музея. В данном случае, «виртуальный альбом», скорее всего, представляет собой неотъемлемую часть «виртуального музея» – еще одного из явлений виртуализации современного общества. В любом случае, виртуальные альбомы можно рассматривать как новую форму хранения и представления визуальных данных.

Виртуальные альбомы, будь то альбомы фотографий или галереи работ великих художников, имеют ряд преимуществ. Во-первых, содержимое виртуальных альбомов будет не просто надежно храниться в архиве, навек защищенное от любого воздействия, им сможет любоваться множество людей; оно будет постоянно выставлено в самом посещаемом месте этой планеты – сети Интернет. Во-вторых, следует отметить компактность виртуальных альбомов и удобство работы с ними, в-третьих, быстрое обновление, дополнение, изменение, редактирование или удаление ненужной информации. Виртуальный альбом ни в чем не ограничивает пользователя: в вариантах представления данных, ни использовании аудио- и видеоматериалов и других эффектов. Виртуальный альбом – это современная возможность постижения мира в режиме онлайн, популярность которого с каждым годом растет.

Библиографические ссылки

1. Коновалова И. В. *Виртуальность: проблемы и новые образовательные возможности // Высшее образование сегодня. 2009. № 8. С. 46–50.*

2. Луценко Е. В. Виртуализация общества как основной информационный аспект глобализации (основы информационно-функциональной теории развития техники и информационной теории стоимости) [Электронный ресурс] // Научный электронный журнал КубГАУ. 2005. № 01(9). URL: <http://ej.kubagro.ru/2005/01/02/>.

3. Силаева В. Л. Подмена реальности как социокультурный механизм виртуализации общества [Электронный ресурс]: автореф. дис. 4 февраля 2013.

URL: http://www.socionavtika.narod.ru/Staty/diegesis/Silaeva/Sil_awtoref.html.

4. Соколов А. В. Информатические опусы. Опус 6. Виртуализация информационного мира: бренд или новая реальность [Электронный ресурс] // Гос. публ. науч.-техн. б-ка России. 6 февраля 2013. URL: http://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2011/5/ntb_5_1_2011-sokolov.pdf.

© Соколова О. В., 2013

УДК 303.064

И. О. Страшко

Научный руководитель – Е. В. Тетерина

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

О ВОПРОСАХ АВТОМАТИЗАЦИИ В СФЕРЕ МАРКЕТИНГА

Рано или поздно руководство любой компании сталкивается с проблемой систематизации информации и автоматизации процессов, работающих с информацией. Информация в системе маркетинга предприятия имеет ключевое значение, поскольку любая маркетинговая деятельность базируется на знании конкретной ситуации, сложившейся на рынке.

Само понятие маркетинга имеет весьма широкое определение. Маркетинг – это технология, осуществляющая поиск и изучение целевых рынков, и обеспечивающая высокую конкурентоспособность на рынках присутствия вашей компании. Данная формулировка уже сама по себе предъявляет определенные требования к программным продуктам по маркетингу. Это должна быть целая «технология» и «конвейер» для решения маркетинговых задач, так как этих задач в свою очередь очень много.

Весной 2007 года компанией «BrandMaker» (тогда еще «pri-consult»), а так же немецким университетом Пфорцхайм, было произведено исследование, в котором приняли участие 226 маркетингов. Его целью являлось определение потребности маркетинговых служб в различных видах специализированного программного обеспечения (ПО) [1].

По итогу примерно треть руководителей отделов маркетинга признали необходимость в ПО, с помощью которого они могли бы централизованно управлять планированием маркетинговых мероприятий. Основное, чего ждали от этого ПО – это централизация, повышение эффективности и сокращение расходов. При этом немногие из них были осведомлены о том, что конкретно такое ПО может предложить, и каковы его возможности. В качестве основных требований к новым маркетинговым инструментам рассматривались автоматическая подготовка отчетов понятных пользователю и учет таких характерных для отдельной компании операций, как согласование.

При выборе ПО для маркетингового отдела, можем ли мы быть уверены в правильности своего решения. Возникает вопрос: «Чем отличается ПО по маркетингу от любого другого софта?»

Существует две точки зрения на данный вопрос.

Первая говорит о том, что маркетинг это абсолютно все бизнес процессы, происходящие в компании,

следовательно, маркетинг-директору нужно обеспечить все подразделения компании ПО с возможностью консолидации информации из этих систем (финансовых бухгалтерских, и других) для получения общей картины ситуации. В данном случае любое ПО, которое способно решать любую существующую бизнес задачу можно назвать маркетинговым.

Вторая точка зрения говорит о том, что маркетинг-директор должен просто обеспечить ПО свой отдел, который выполняет узкие конкретные задачи. Для этого нужно верно определить эти узкие задачи [2].

Данный вопрос (что есть маркетинговый софт?) уже давно интересует каждого, кто пытается анализировать данный рынок – рынок маркетингового софта или просто хочет купить себе маркетинговый софт. Данная «расплывчивость» возникла по одной причине – в ходе развития маркетинга произошла подмена понятий. Маркетинговое ведение бизнеса пытаются спроецировать на все процессы, происходящие в организации, а, следовательно, и на весь конкретный софт имеющийся в компании. Другими словами все «идет под флагом», что весь софт должен отвечать маркетинговым целям компании. Это правильно. Но обратите внимание, «должен отвечать маркетинговым целям» – это не значит, что его можно классифицировать как маркетинговый. Он должен быть совместим с маркетинговым софтом – уметь быть полезным маркетинговому софту и не более того, и если он умеет это делать, это не значит что он должен быть классифицирован как маркетинговый софт.

В настоящее время лидером на рынке ПО для маркетинга, маркетинга, маркетинговых исследований является компания «КонСи». С 1992 года данная компания занимается разработкой ПО для проведения маркетинговых исследований, принятия бизнес решений в различных отраслях и направлениях деятельности. Продукты «КонСи» являются аналитическими

программами, в которых применяются математические методы экономики и математической статистики. Программные продукты «КонСи» реализуют и поддерживают классические методы проведения маркетинговых исследований в различных сферах [3].

Таким образом, качественная автоматизация маркетингового отдела помогает принимать качественные решения, правильно организовать весь процесс работы как внутри предприятия, так и работы с внешней средой. Маркетинговый софт должен определяться по профессиональному признаку и использоваться непосредственно для решения специфических маркетинговых задач. Но естественно в отделе маркетинга будет находиться и другой софт для коммуникаций и документооборота, который будет уметь отдавать в маркетинговый софт нужную информацию.

Библиографические ссылки

1. *Marketing in Russia [Электронный ресурс] // Специализированное ПО для маркетинга: Что оно может дать реально? URL: <http://marketing-in-russia.ru/2011/1082>.*
2. *HR-Portal сообщество Hr-Менеджеров [Электронный ресурс] // Как выбирать софт по маркетингу. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/kak-vybirat-soft-po-marketingu>.*
3. *Marketing Soft [Электронный ресурс] // Программы для маркетолога. URL: <http://www.marketing-soft.ru/>.*

© Страшко И. О., 2013

УДК 303

К. В. Тахтуева

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

К ВОПРОСУ О ВЫДЕЛЕНИИ ОБЪЕКТИВНЫХ УСЛОВИЙ В РАЗВИТИИ ИСТОРИЧЕСКОЙ ЭПОХИ

Отражены аспекты, отражающие сложность выделения понятие исторической эпохи и даются основания для объяснения данного явления в социально-философском аспекте.

Современная философская и историческая наука накопила достаточный запас знаний и материала для более точного определения понятия «историческая эпоха». Данному определению крайне сложно дать какое-либо конкретное объяснение. Благодаря огромному объему информации и постоянно изменяющимся условиям общественного развития, само определение меняет свою форму в зависимости от времени и места, что затрудняет возможность формулировать однозначно объективное определение данного понятия.

С развитием научного знания изменялся и подход к пониманию исторической эпохи. Различные науки трактовали свои версии данного явления. Начиная от религиозной философии и заканчивая цивилизационным подходом, история развития человечества выделяла самые различные основания для классификаций и определений исторической эпохи. Несмотря на то что многие сходили во мнении того, что эпохи между собой неоднородны и имеют определенную линейность в развитии, встает вопрос какие общие принципы можно выделить что бы обобщить тот объем знаний о историческом развитии и выделении конкретной эпохи. Историческая эпоха в целом не имеет четко выраженного временного отрезка. Одна эпоха может проходить длится несколько суток, другая столетиями и больше. И сами события, которые определяют характер исторической эпохи могут носить как незначительный локальный характер, так и глобальный и масштабный. В связи со сменой парадигм об общественно-историческом развитии во многих нау-

ках разгорелись дискуссии относительно оснований той, либо иной теории и концепции развития. «В начале 1960-х гг. многие советские ученые, прежде всего востоковеды, пришли к убеждению, что накопившийся исторический материал требует существенной корректировки концепции общественно-экономических формаций, так как реальная история государств Древнего Востока и средневековых государств Азии и Африки не укладывается в понятия рабовладельческой и феодальной формаций. В исторической науке сложилась достаточно острая проблемная ситуация. Для выхода из возникшего затруднения необходимо было или обосновывать необходимость признания особого азиатского способа производства, или вводить понятие «локальная цивилизация» [1].

Для выделения наиболее общих закономерностей в определении понятия исторической эпохи мы предлагаем взять два принципа: объективные условия развития и антропоцентризм.

К объективным условиям развития эпохи можно отнести факторы, условия, обстоятельства, не зависящие от воли, сознания и субъективных желаний людей, т. е. что находится вне контроля человеческого сознания. Сюда так же можно отнести такой фактор как географическая среда и природные условия. Данный фактор всегда был неподконтрольным человеческому сознанию, и людям приходилось подстраиваться под различные географические среды, учитывать природные условия, чтобы организовывать жизнь, приспособлять быт и труд. Зачастую именно какое-либо природное условие определяло историче-

ский ход развития общества, и тем самым определяла характер и организацию исторической эпохи.

Так же к объективным условиям развития можно отнести уровень производительных сил, определяющих экономическую, социальную и культурную стадию развития общества и общественные отношения, складывающиеся в зависимости от их уровня. Производительные силы могут иметь различную степень и различную силу, таким образом, они задают определенный уровень развития исторической эпохи.

«Главная производительная сила общества – это сами люди, участники общественного производства – рабочие, трудящиеся массы»[2]. В данном случае, следует так же учитывать степень развитости общественных отношений и народонаселения, в целом. От роста и плотности народонаселения так же зависит характер исторической эпохи и рост производительных сил. Те экономические, общественные и культурные связи, которые возникают в исторической эпохе, во многом связаны со структурой и степенью развитости общественных отношений. В этом зачастую и определяется гетерохронность всеобщего развития исторической эпохи для разных этносов.

Нужно учитывать тот факт, что и сам человек является активным субъектом этой самой среды. И во многом, несмотря на заданные условия природного развития, человек подстраивает их под себя, тем самым преобразует окружающую действительность. И здесь важную роль играет второй принцип – антропоцентризм. В данном случае человек рассматривается как центр Вселенной и является высшим продуктом естественной природы, ее порождением и ее частью. Поэтому саму сущность человека можно рассматривать как с объективных позиций его развития в при-

родных условиях, закономерным результатом эволюции природы, так и как личность обладающую субъективностью, активно воздействующей на окружающий мир, изменяющий и подстраивающий его в соответствии со своими требованиями и взглядами. Сама историческая эпоха и есть та действительность, в которой существует человек, и которую он налаживает, руководствуясь нужными ему принципами. Соответственно характер и наполненность исторической эпохи будет так же зависеть от воли и желания самого человека. Понятие исторической эпохи и ее отделение от другой, будет напрямую связана с той деятельностью, что ведет человек, с теми взглядами и суждениями, которых он придерживается. В данном случае именно человеческий фактор рассматривается как определяющий в историческом развитии.

Таким образом, эти два принципа в большей мере обобщают весь объем материала, который выделяет понятие исторической эпохи как особого отрезка развития в жизни социума, характеризующегося объективными условиями его существования, при активной деятельности человеческого фактора.

Библиографические ссылки

1. *Всемирно-исторический процесс: общественно-экономические формации, цивилизации и межформационные революции* / А. М. Селезнев // *Философия и общество*. 2005. № 2(39). С. 18–38.

2. *Маркс К., Энгельс, Ф. Полн. собр. соч. 2-е изд., т. 46, ч. 1. М. : Институт Маркса–Энгельса–Ленина–Сталина. С. 403.*

© Тахтуева К. В., 2013

УДК 168.522

А. В. Шишлова

Научный руководитель – А. И. Виноградова

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

КУЛЬТУРНЫЕ ЧЕРТЫ ПОСТСОВРЕМЕННОЙ ЭПОХИ

Рассматривается анализ перемен в общественной жизни, в жизни культуры. Раскрывается суть общества потребления как совокупности знаков, символических посредников, оторванных от реальности. Ставится вопрос о понимании реалий социальной жизни в сегодняшней России.

Осмысление существенных сдвигов в жизнедеятельности тех обществ, в которых мы живем, началось в 60-е годы нашего века. Сейчас более распространен термин «постмодерн», который указывает на состояние эпохи после модерна (индустриальной современности). В современной научной и публицистической литературе часто можно встретить термин «постмодернизм», которым обозначают ситуацию в культуре эпохи постмодерна. В системе социального знания эти термины используются для анализа перемен в общественной жизни конца XX в. Западные теоретики, прежде всего, осмысливают опыт жизни в обществе «всеобщего благосостояния» [1]. В общест-

ве всеобщего благосостояния имеет место бесконечное умножение объектов, услуг, товаров. В этом – фундаментальное изменение общества и человека. Люди оказываются в среде не человеческих существ, как это было в прошлом, а объектов. Новая реальность практически вся искусственна. Имеет место не столько обмен людей друг с другом, сколько статистический процесс обмена товарами и сообщениями: начиная со сложной организации дома с множеством технических «слуг» до городов-мегаполисов с их коммуникационной и профессиональной активностью и вечным праздником рекламы в повседневных сообщениях media. Субстанция реальной жизни утрачива-

ет значение и отменяется. Во многом это происходит потому, что в деятельности людей участвует все больше символических посредников. Вещи выступают прежде всего в знаковой функции.

Потребление сегодня становится способом активного поведения, коллективным и добровольно-принудительным. Социальная система все больше нуждается в людях не только и не столько как в трудящихся, налогоплательщиках и тех, кто дает государству взаймы, но прежде все как в потребителях. А в этой функции человек незаменим. Ответы на вопрос, который ставит перед людьми появление новых форм жизни, неоднозначны. На нашей отечественной почве мы можем наблюдать процессы, очень похожие на те, что описывают западные социальные теоретики. И у нас появились комплексные торговые и гостиничные центры, есть группы людей, которые имеют возможность жить в этой новой реальности и воспроизводить ее своей жизнью. Практика со всей очевидностью свидетельствует, что подобные социальные пространства весьма ограничены. Масса людей не может участвовать в реализации стратегий потребительского соблазна. В лучшем случае они находятся на стадии традиционных способов удовлетворения потребностей, в худшем они становятся объектами репрессивных дисциплинарных практик. В любом случае общество многомерно. Это в полной мере относится, кстати, и к процветающим западным обществам. Там больше людей, «пригодных к соблазну», но они не составляют все общество.

На Западе идет спор о том, являются ли упомянутые тенденции абсолютно новыми или же они – результат развития обществ модерна (индустриальной современности). Одни теоретики полагают, что общества индустриальной современности (модерна) – области господства социально-механических структур, экономико-политической организации, индивида и функции, общества господства групп, основанных на договоре. Общества постсовременные – области структур сложных и органических, общества масс и персон (ролей) вместо индивидов, общества господства «племен», а не четко структурированных социальных групп. Одна группа легко заменяется на другую, как клуб по интересам. Другие высказывают мнение, что эти тенденции – признаки перехода обществ модерна в новую стадию, на которой, с одной стороны, развиваются прежние тенденции, а с другой – возникают противоречия, которые могут подорвать сам «проект» модерна, а могут стимулировать новации.

Каковы эти противоречия? Капитализм периода свободной конкуренции поддерживал индивидуалистическую систему ценностей, которая сочеталась с альтруистической моралью, унаследованной от традиционного общества, смягчала антагонизмы социальных связей. Моральный закон, общий знаменатель индивидуальных эгоизмов, подобно закону рынка поддерживал стабильность общества, но это более невозможно. По мере того, как исчезает «свободное предпринимательство», альтруистической идеологии

недостаточно для достижения социальной интеграции. Прежние ценности не заменила никакая новая идеология. Возможна лишь система социальной «смазки» (социальная работа, социальная реформа, пропаганда общества всеобщего благосостояния, работа с человеческими отношениями). Действительно, потребление становится важнейшим средством социального контроля. Оно требует интенсификации бюрократического контроля. Тем не менее, именно потребление объявляется областью свободы. Это противоречие не было известно прежним обществам. Можно ли одновременно объявлять потребителю, что уровень потребления – мерило социальных заслуг и ждать от него социальной ответственности?

Противоречия модерна наиболее ярко проявились в феномене молодежной контркультуры протеста против формальной рациональности, против всех видов планирования, калькуляции и систематических проектов, ориентации на достижение как на цель и ценность. Эти импульсы можно счесть постмодерными, но можно трактовать и как род демодернизации (возврата к роду традиционного общества) [2]. Недаром у многих теоретиков при описании социокультурных и антропологических тенденций сегодняшнего дня появляются выражения типа «новое Средневековье», «новое варварство». Воплощения демодернизирующего импульса можно увидеть в экологических движениях и в феминизме, в возрождении оккультизма, магии и мистики, в выступлениях против приватности. Главное противоречие новой культуры состоит в том, что предпосылки демодернизирующего импульса сформировались именно в период современности. Молодежная культура и люди, которые ее воплощают, не могли бы появиться, если бы не возникло отношение к детству и молодости как к особым социальным состояниям. Такое отношение возникло именно в эпоху индустриальной современности. Недаром адепты той же новой мистики так любят пользоваться словом «техники», которое пришло из словаря инженеров и бюрократов. Споры об отношении современности и постсовременности отнюдь не завершены. Будущее открыто. Эти споры могут помочь понять многие реалии социальной жизни в современной России. Важно осознать, что задачи модернизации, о которых сейчас много говорят и пишут, осуществляются в условиях постмодернизации. Новые люди действуют в российской истории. Они конституируются в новые социальные группы, деятельность которых изменит общество.

Библиографические ссылки

1. Белл Д. *Грядущее постиндустриальное общество. Образец социального прогнозирования*. М. : Академия, 2004. 578 с.
2. Иноземцев В. Л. *Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы*. М. : Логос, 2000. 185 с.

© Шишлова А. В., 2013

УДК 658.1

Н. Б. Яковлева

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

БИБЛИОМЕТРИЯ КАК МЕТОД АНАЛИЗА И РАЗРАБОТКИ ДАННЫХ ИНФОРМАЦИИ

Публикационная активность научного сообщества, равно как и публикационная активность средств массовой информации всегда нуждаются в объективных и систематических исследованиях. Достоверность фактов и выводов, полученных исследователем, напрямую зависит от использованного им метода исследования. В повседневной жизни мы также описываем факты, оцениваем их правдоподобие, выводим гипотетические закономерности или опровергаем выводы других людей. В науке все эти повседневные методы получения нового знания подвергаются куда более тщательной разработке.

Библиометрия (от гр. *biblion* – книга + *metron* – мера) – новое научное направление, в основе которого лежит количественное изучение документальных потоков; изучает жанры, виды и технику информационных тенденций, следит за научно-техническим прогрессом [1].

Впервые термин был введен английским учёным А. Причардом в 1967 году. Начиная с этого момента стали использоваться не только статистические показатели, но и библиометрические.

Объектами изучения при библиометрическом анализе науки являются публикации, сгруппированные по разным признакам: авторам, журналам, тематическим рубрикам, странам и пр.

Библиометрический подход к исследованию предполагает сведение качественных характеристик к количественному выражению, именуемое научным сообществом термином Квантификация – измерение качества в количественных, числовых величинах, например в баллах [2].

Среди Возможных подходов к квантификации информационных потоков можно различить два. Первый связан с тем, что задача квантификации массивов публикаций решается через изучение статистики библиографического материала по странам, авторам, рубрикам и т. д. Таким образом, данный подход связан с получением количественных характеристик оценки явлений в науке и общественной жизни. Данные полученные благодаря данному подходу, как правило, нуждаются в дальнейшем изучении, семантической или социологической интерпретации.

Второй подход в библиометрических исследованиях науки – структурная библиометрия связан с получением структурной (качественной) картины состояния науки. Здесь процедуры анализа библиографических данных публикаций направлены не на получение характеристик «больше–меньше», «выше–ниже», а на то, чтобы через статистику – количественные показатели публикаций – выявить качественные структуры науки.

В рамках структурной библиометрии перспективной и актуальной представляется разработка терминологической системы научного знания, которая могла бы существенно облегчить общую ориентацию в концептуальном каркасе науки.

Библиометрический подход можно рассматривать как практический шаг в построении полноценной рабочей модели языка. Данный метод связан с обраще-

нием к вторичной литературе (к рефератам публикаций, представленных в современных библиографических базах данных), где информация представлена в более компактном виде и проделана работа по снятию лексической избыточности, присутствующей в исходном тексте. Важным источником здесь могут служить предметные указатели к базам данных, широко отражающие лексику научного сообщества. Возможность точного подсчета частоты всех терминов облегчает построение математической модели для выявления неслучайного характера совместной встречаемости терминов.

В центре всех преобразований, происходящих сегодня в мире и обществе, лежит понятие знания. Знание превратилось в предмет экономических, политических и культурных интересов настолько, что может служить для определения качественного состояния общества. Научная деятельность связана с производством нового знания, наука одновременно выступает в качестве основного производителя и крупнейшего потребителя информации. На протяжении нескольких десятилетий ведутся поиски объективных показателей оценки состояния науки и ее реального вклада в развитие общества. От точности оценок зависит и финансирование науки, и развитие научных исследований, и прогнозирование предпочтительности развития того или иного направления. Кроме того, одновременно с осуществлением затрат на науку необходим контроль за результативностью научных исследований и разработок с помощью специальных индикаторов и методов. Особо важным является составление правильной программы сбора информации. В противном случае собранная информация может оказаться полностью или частично бесполезной.

Одной из логических схем, позволяющей изучать процесс развития науки в производстве нового знания, является библиометрический анализ.

Библиографические ссылки

1. *Marketing in Russia: Специализированное ПО для маркетинга: что оно может дать реально?* [Электронный ресурс]. URL: <http://marketing-in-russia.ru/2011/1082> (дата обращения: 12 марта 2013).
2. Ситникова М. А. Новый словарь иностранных слов. М. : Феникс, 2010.
3. Ильичев Л. Ф., Федосеев П. Н. *Философский энциклопедический словарь*. М. : Сов. энцикл., 1993.

© Яковлева Н. Б., 2013

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

ШРИФТ КАК ЭЛЕМЕНТ ДИЗАЙНА ВЕБ-САЙТА

Рассматриваются вопросы роли шрифта при создании веб-сайта и разработке его дизайна, приводятся некоторые параметры и характеристики шрифта, влияние выбора шрифта на его восприятие пользователями, а также значение шрифта для увеличения конверсии посетителей в клиентов.

Специфика разработки сайтов очень тесно связана с таким понятием как юзабилити (от англ. usability), которое в целом можно определить как удобство использования сайта посетителем. К юзабилити относится создание удобной и понятной навигации, приятных глазу шрифтов на странице, не раздражающей цветовой гаммы, а также наличие полезной информации, поданной в приемлемом, удобочитаемом виде.

Целью любого сайта является получение максимального числа посетителей. Цель любого коммерческого сайта – получение максимального числа заинтересованных посетителей и превращение их в клиентов. Посетители приходят на сайт разными способами (через поисковые системы, рекламные ссылки и т. п.), но в любом случае посетитель попадает на страницы сайта, где его встречает дизайн и контент. Если ему что-то не понравилось, он может закрыть окно браузера или уйти на другой сайт.

Поэтому все элементы дизайна сайта играют свою важную роль в процессе конверсии посетителя сайта в клиента. Каждый из них имеет определенное значение для создания качественного веб-сайта, способного выполнять поставленные перед ним задачи. Одним из них является правильный выбор шрифта для изложения той или иной текстовой информации.

Шрифт имеет ряд функций. Во-первых, шрифт выполняет информативную функцию, т.к. является носителем информации. Также шрифт может выступать элементом концентрации внимания пользователя, посетителя сайта. Как элемент дизайна шрифты сайта должны составлять единое целое с дизайном сайта и по размеру, и по гарнитуре, и по цвету. В целом, текстовые блоки на сайте должны отвечать основным требованиям удобочитаемости, быть цельными и комфортными для восприятия пользователем.

От шрифта как носителя информации зависит комфортность чтения материалов сайта и усталость пользователя. Читаемость шрифта, в свою очередь, во многом определяются размером шрифта, его гарнитурой, цветом фона, цветом текста, наличием вспомогательной графики, размером текстовой колонки и полей, межстрочным и межсимвольным расстоянием. Рассмотрим некоторые из этих рекомендаций более подробно.

Для текстов на веб-странице часто используются мелкие шрифты размером от 7 до 10 пунктов. Самой легкой для чтения в Интернете является гарнитура «Verdana», применяются также и такие простые и строгие гарнитур, такие, как «Arial», «Courier», «Tahoma» и «Georgia» [5].

При разработке веб-сайта и всего дизайна следует большое внимание уделить не только выбору самого шрифта, но и цвету шрифта и цвету фона, на котором этот шрифт будет отображаться. Так если перед сайтом в качестве одной из главных задач стоит информирование пользователей (т. е. текст имеет ведущую роль по отношению к изображениям, предполагаются большие объемы текста), то следует выбирать более темные цвета для отображения шрифта и светлые оттенки – для фона. Цвета шрифта и фона должны быть контрастны по отношению друг к другу, но при этом контраст не должен оказывать раздражающего действия. Таким образом, пользователю будет достаточно комфортно воспринимать текстовые элементы различных объемов. В противном случае, читаемость такого текста значительно снижается.

Для обеспечения комфорта пользователя при чтении большого объема текста следует остановить выбор цвета для фона на светлых оттенках (градиациях серого, зеленого, голубого и т. п.). Эти цвета и их светлые оттенки не напрягают зрение человека, так как являются натуральными, природными; они способны сосредоточить внимание. Например, комфортного восприятия текста можно добиться, применив светло-серый цвет для фона и темно-синий или черный цвета для самого шрифта.

Одним из показателей комфортности чтения является ширина строки текстового объекта. Идеальная строка должна вмещать 50–70 знаков [5]. Как при их большем, так и при меньшем их количестве скорость чтения замедляется и утомляемость, таким образом, повышается.

Для удержания взгляда на текстовой колонке страницы и устранения непроизвольных переводов взгляда на соседние колонки размер полей должен быть не менее 10 % от ширины текстовой строки, практически достаточно порядка 7–10 символов [5].

Слишком малые межсимвольные и межстрочные расстояния также значительно снижают комфортность чтения.

Рассматривая текст как элемент концентрации внимания пользователя, можно отметить, что в большей степени это относится к заголовкам на веб-странице. Здесь рекомендации прямо противоположные основным требованиям, применяемым к текстовым блокам. Это могут быть яркие, контрастные объекты, ведь их главная цель – привлечение внимания пользователя. Возможно также применение ярких подложек под текст в качестве заднего фона, в том числе и с рисунком, что является выразительным

средством, позволяющим привлечь и акцентировать внимание пользователя.

Кроме того, желательно также акцентировать внимание на значимых частях текста, так как любой человек прежде, чем читать все текст полностью, желает знать, а стоит ли тратить на это время и силы. Поэтому, пытаясь ухватить суть изложенного, он пробежится глазами по тексту, время от времени останавливая свой взгляд на отдельных словах и фразах. Если в тексте есть визуально выделяющиеся объекты, то читатель обратит свое внимание в первую очередь именно на них. Таким образом, нужно выделять именно те моменты, обратив внимание на которые, читатель заинтересуется, перейдет к изучению всего текста. [3, с. 269–270] Можно обозначить такие виды выделений как размер и цвет шрифта, различное написание шрифта, подчеркивание, прописные и строчные буквы.

Важное значение имеет также уместность применения того или иного шрифта, поскольку особое начертание шрифтов, ассоциируемое с определенными предметами, обстановкой или временем, может усилить воздействие элементов сайта (например, заголовков) или рекламной иллюстрации и даже, в какой-то степени, заменить ее при необходимости [3, с. 265].

Правильно подобранный шрифт должен гармонизировать с другими визуальными элементами сайта – фотографиями, рамками, другими элементами. Также, необходимо следить, чтобы не возникало дисгармонии и в самой текстовой части, что весьма вероятно при использовании на сайте сразу нескольких шрифтов с различным начертанием. Рекомендуется исполь-

зовать не больше трех разных шрифтов одновременно.

Кроме того, необходимо отметить, что шрифт служит продолжением корпоративного стиля компании и является элементом этого стиля. Если компания имеет фирменные шрифты, они должны использоваться на ее корпоративном сайте (по крайней мере, в заголовках) [5]. Этим самым достигается стилевое единство в оформлении всех визуальных элементов компании, будь то полиграфическая продукция (листовки, календари, буклеты) или веб-страница в сети.

Таким образом, правильный выбор такого элемента дизайна сайта как шрифт будет способствовать лучшему восприятию сайта и информации на нем, а также более эффективной работе сайта, большей конверсии посетителей сайта в клиентов и успешности бизнеса в целом.

Библиографические ссылки

1. Михайлов С., Кулеева Л. Основы дизайна. Казань : Новое знание, 1999. 241 с.
2. Мельник Г. С. Реклама: внушение и манипуляция. М. : Знак, 2007. 752 с.
3. Назайкин А. Н. Иллюстрирование рекламы. М. : Эксмо, 2005. 320 с.
4. Серов Н. В. Светоцветовая терапия. 2-е изд., перераб. СПб. : Речь, 2002. 160 с.
5. Шрифты (фонты) корпоративного сайта [Электронный ресурс]. URL: <http://www.corpsite.ru/Encyclopedia/CreateSite/Design/Type.aspx>.

© Якутова О. М., 2013

УДК 659.1

А. В. Ярв

Научный руководитель – Е. В. Титов

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

ЗАЩИТА ДЕТЕЙ ОТ НЕГАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМЫ

Рассмотрена проблема негативного воздействия рекламы на детей. Проведен анализ того, как в настоящее время дети ограждены от негативного воздействия рекламы и предложены возможные пути решения проблемы.

В настоящее время никто не отрицает того, что некоторая реклама оказывает на детей негативное влияние, но по-настоящему серьезной эту проблему считают немногие.

Целью данной работы является выяснить, как в настоящее время дети ограждены от негативного воздействия рекламы и предложить возможные пути решения проблемы негативного воздействия рекламы на детей.

Дети более впечатлительны, поэтому лучше поддаются психологическому программированию [2]. Доступ детей к взрослой рекламе приводит к тому, что они с детства начинают желать того, что предлагается взрослым (курение, выпивка, сексуальные отношения и прочее).

Реклама формирует мировоззрение детей. Если пропагандируются материальные идеалы – стремление к материальному процветанию, успеху у противоположного пола, беспорядочные половые связи, – вырастет новое общество, которым будут руководить эгоистические устремления, самоудовлетворение, жажда наживы, стяжательство и распутное поведение [3].

Ни для кого не секрет, что наше общество меняется под воздействием рекламы. Следует быть внимательными к тому, что смотрят наши дети, поскольку от той рекламы, которую они видят, зависит то, кем они станут, чем станет общество в целом. Так, если они каждый день видят сцены насилия, можно ожидать, что в скором будущем они создадут жестокий

мир, в котором каждому придется ежедневно доказывать свое право на существование.

Материализация ценностей в рекламных сообщениях могут стать причиной того, что подрастающее поколение превратится в духовных калек. Это доказывает статистика: с увеличением материального благополучия в стране одновременно увеличивается количество самоубийств среди детей. Для детей становится опасным ходить даже в школы, так как там они подвергаются опасности быть избитыми или ограбленными своими же одноклассниками [3].

На сегодняшний день, Федеральным законом «О рекламе», в целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе не допускаются:

1) дискредитация родителей и воспитателей, подрыв доверия к ним у несовершеннолетних;

2) побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемый товар;

3) создание у несовершеннолетних искаженного представления о доступности товара для семьи с любым уровнем достатка;

4) создание у несовершеннолетних впечатления о том, что обладание рекламируемым товаром ставит их в предпочтительное положение перед их сверстниками;

5) формирование комплекса неполноценности у несовершеннолетних, не обладающих рекламируемым товаром;

6) показ несовершеннолетних в опасных ситуациях, включая ситуации, побуждающие к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью;

7) преуменьшение уровня необходимых для использования рекламируемого товара навыков у несовершеннолетних той возрастной группы, для которой этот товар предназначен;

8) формирование у несовершеннолетних комплекса неполноценности, связанного с их внешней непривлекательностью [1].

Также изменения, вступившие в силу 01 сентября 2012 года, классифицировали информационную продукцию для несовершеннолетних по возрастным группам: до 6 лет, от 6 до 12 лет, от 12 до 16 лет, и старше 16 лет. Категория информационной продукции обозначается знаком информационной продукции в виде графического или текстового обозначения классификации. На размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации, без указания категории данной информационной продукции установлен запрет.

Но ни один из этих законов не ограничивает детей от «взрослой» рекламы, которую они могут наблюдать во всех средствах массовой информации.

Однако, несмотря на введенные возрастные квалификации, дети продолжают получать адресованные не им рекламные послания. Зачастую они просто игнорируют возрастные ограничения, ведь фактически их никто не контролирует. Здесь возрастает роль родительского контроля.

Родителям необходимо задуматься о том, какой фундамент будущего общества они закладывают в подсознание детей, разрешая им смотреть рекламу, не предназначенную детям. Им стоит аргументированно объяснить своим детям, какую рекламу и какие передачи им можно смотреть, а какие нет. Кроме того, в помощь родителям, для защиты от «недетских каналов» есть услуга «Родительский контроль на ТВ».

Государственный, общественный и родительский контроль в комплексе способны оградить детей от вредного воздействия рекламы.

Библиографические ссылки

1. *О рекламе : федер. закон от 3 марта 2006 г.*
2. *Захаров А. И. Психологические факторы формирования неврозов у детей : автореф. дис. М., 2002.*
3. *Светлакова Н. Б. Реклама которая вас убивает. М. : Вече, 2007. 176 с.*

© Ярв А. В., 2013

Секция
«ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ
В АЭРОКОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ»

УДК 34.069

Н. А. Барышова
Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

**РАЗВИТИЕ И ПРОБЛЕМЫ НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫХ ОСНОВ КОСМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Анализируются исторические аспекты правового регулирования космической деятельности. Рассмотрены основные проблемы правового регулирования космической деятельности в России, а также предложены возможные варианты решения выявленных проблем.

Развитие законодательно-правового регулирования космической деятельности в Российской Федерации в настоящее время занимает важнейшее место в обеспечении стабильного развития отечественной космической отрасли. В США закон о космической деятельности был принят в год запуска первого американского спутника, и с небольшими поправками действует до сих пор. Несмотря на то, что СССР первым вошел в космическую эру, советский период отечественной космонавтики можно охарактеризовать отсутствием законодательной регламентации космической деятельности. Управление космонавтикой в этот период осуществлялось жестким администрированием, принятием решений и введением правил космической деятельности такими инстанциями, как Совет Министров, Комиссия Президиума Совета Министров СССР по военно-промышленным вопросам, Министерство общего машиностроения, Министерство оборонной промышленности и Министерство обороны СССР.

После распада СССР первым в России нормативным документом по космосу становится Указ № 185 «О структуре управления космической деятельностью в Российской Федерации», изданный 25 февраля 1992 г. Президентом РФ. Во исполнение, которого создается Российское космическое агентство как федеральный орган исполнительной власти, ответственный за осуществление космической деятельности, где формируются основные правовые принципы управления космонавтикой в новых условиях. 20 августа 1993 г. закон Российской Федерации «О космической деятельности» № 5663-1 был единогласно принят Верховным Советом РСФСР, 4 октября он подписан Президентом РФ и после публикации вступил в силу. Данный закон определил общие принципы, ввел базовые понятия и решил наиболее актуальные проблемы на тот момент [1].

В данном федеральном законе неудачно были сформулированы и подлежали корректировке следующие положения:

- цели космической деятельности;
- состав и функции регуляторов космической деятельности;

- требования к Федеральной космической программе и рецензированию ее содержания;
- использование (эксплуатация) космической техники;
- лицензирование космической деятельности;
- финансирование космической деятельности;
- страхование космической деятельности [2].

За последние годы в Государственную Думу было внесено более десятка законопроектов, которые в последствие были отклонены, либо возвращены на доработку. Перечень законопроектов демонстрирует широкий спектр вопросов, требующих регулирования в космической деятельности.

Через 3 года после принятия закона Российской Федерации «О космической деятельности» № 5663-1 в него внесли ряд поправок Федеральным законом от 29.11.1996 г. № 147-ФЗ. Данные поправки в целом понижали статус и значение космонавтики в России. В части финансирования были введены нормы, требующие доработку и пояснения. Например, в статье 1 п. 3 рассматриваемого закона раскрытие термина «космическая деятельность» заменяется на описание «основных направлений космической деятельности». Такая замена привела к тому, что нормы Закона «О космической деятельности», в том числе нормы касающиеся финансирования могут произвольно применяться к некоторым видам деятельности. Перечень полномочий Российского космического агентства был существенно сокращен. Стоит отметить, что одно общее правило законотворческой работы не учитывалось разработчиками поправок к закону «О космической деятельности»: при введении преференции для какого-либо направления деятельности, нужно предусматривать механизмы ответственности за надлежащее использование таких преференций. Если этого не сделать, соответствующие нормы будут носить декларативный, ни к чему не обязывающий характер [3].

В настоящее время практически все специфические отношения между предприятиями и органами государственного управления в сфере космической деятельности регулируются указами Президента и постановлениями Правительства, ведомственными документами министерств и ведомств. Но решения

исполнительной власти могут произвольно приниматься и отменяться.

Кроме того еще одним серьёзным негативным фактором является относительная лёгкость принятия ведомственных документов, что приводит к избыточному регулированию и множеству непродуманных ограничений.

Таким образом, можно сформулировать пути решений основных проблем:

- Выделить нормы общего законодательства, которые нуждаются в уточнении применительно к космической деятельности.
- Сформулировать правовые новации, необходимые для развития космической деятельности.
- Классифицировать и систематизировать полученный массив норм по предметному признаку.
- Внести «последние» изменения в базовый закон «О космической деятельности», введя в него нормы общего характера и прямого действия.
- Разработать и принять линейку федеральных законов, регулирующих деятельность в основных предметных областях [4].

Принимая во внимание непродолжительный исторический период своего развития, законодательство

РФ о космической деятельности сегодня находится лишь в стадии становления. Логическим следствием этого является то, что многие вопросы правового обеспечения космической деятельности в Российской Федерации пока остаются без должного законодательно-правового разрешения.

Библиографические ссылки

1. Малков С. П. Развитие нормативно-правовых основ космической деятельности в Российской Федерации // *Новости российского экспорта*. 2011. № 8.
2. Доброзраков А. (ЗАО «Аэрокосмический мониторинг и технологии») о проекте поправок в ФЗ «О космической деятельности».
3. Моисеев И. М. Сквозь тернии космического законодательства // *Независимая газета*. 01.11.96. № 206 (1285).
4. Моисеев И. М. Общие проблемы российского космического законодательства.

© Барышова Н. А., 2013

УДК 669.713.7

Н. А. Безъязыкова, К. О. Плотно
Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ЧЕЛЯБИНСКИЙ МЕТЕОРИТ: МОЖНО ЛИ ПОЛУЧИТЬ СТРАХОВКУ?

«Кто возместит ущерб?» – этот вопрос обсуждается на разных уровнях, когда происходят какие-либо катастрофы, аварии, стихийные бедствия. Исключением не стали и события, произошедшие в феврале 2013 года на Урале. В данной статье рассмотрены вопросы, связанные с возможностью получения страховых возмещений ущерба, принесенных взрывом метеорита в Челябинске.

15 февраля 2013 года, примерно в 7:20 по Московскому времени, в районе города Челябинск произошел взрыв метеоритного тела. Метеорит, получивший название «Челябинск», причинил вред более 1000 человек.

Уже через несколько дней пострадавшие от ударной волны метеорита начали обращаться в страховые компании за компенсациями. Конечно, страховые договоры не включают пункты, предусматривающие риски ущерба от падения метеорита. Но в некоторых случаях получить деньги возможно. В каком же случае, при падении метеорита можно получить страховку?

Для начала, необходимо понимать, что такое страховой случай вообще:

Страховым случаем является совершившееся событие, предусмотренное договором страхования или законом, с наступлением которого возникает обязанность страховщика произвести страховую выплату страхователю, застрахованному лицу, выгодоприобретателю или иным третьим лицам [1].

С одной стороны, такое событие, как метеоритный дождь, падение или взрыв метеоритного тела, не яв-

ляется страховым случаем, предусмотренным законом. С другой стороны, мы вряд ли найдем такой страховой договор, в котором среди страховых случаев будет указано падение метеоритного тела или его частей. Это значит, что необходимо разобраться, к чему же такое падение (взрыв) метеорита или метеоритного тела, либо метеоритный дождь.

Генеральный директор Страховой группы «Спасские ворота» Евгений Потапов говорит, что если человек получает повреждения в результате метеоритного дождя, имея на руках страховку от несчастного случая, то это однозначно будет признано страховым случаем. Что касается страхования имущества, то, за исключением ОСОПО (обязательного страхования опасных производственных объектов), падение метеоритов также может признаваться страховым случаем. По его словам, перед заключением договора страхования имущества страхователь заполняет анкету, где ставит галочки напротив интересующих его рисков. Как правило, в число рисков входят «пожар», «взрыв», «стихийные бедствия», «авария», «ДТП», «хищение или угон», «противоправные действия третьих лиц» и «падение летательных аппаратов и

других предметов». Последний пункт «падение летательных аппаратов и других предметов» подразумевает компенсацию ущерба в случае повреждения имущества в результате падения на него летательных аппаратов, их частей, груза, а также иных предметов. «Если этот пункт имеется в договоре, то ущерб от метеоритного дождя будет покрываться. Но если в договоре отсутствует вторая часть фразы «а также падение иных предметов», то формально страховщик может отказать в компенсации такого ущерба. Но в таком случае он должен доказать, что это был именно метеорит, а не обычный камень, кинутый в окно злоумышленником» [2].

Адвокаты, опрошенные Российским агентством правовой и судебной информации (РАПСИ), полагают, что метеоритный дождь не является страховым случаем, а относится к форс-мажорным обстоятельствам, поэтому выплаты по страховке вряд ли удастся получить. «Для того, чтобы получить страховку в договоре должно быть обязательно прописано, что компенсация выплачивается и при форс-мажорных обстоятельствах, к которым относятся и падения обломков метеоритов. Однако, как правило, страховые компании крайне редко включают такой пункт в договор, поэтому на выплату страховки вряд ли придется рассчитывать», – пояснил адвокат Алексей Касаткин. Его коллега Кирилл Бельский отмечает следующее: «На мой взгляд, страховые компании, скорее всего, будут отказывать в выплатах на основании пункта 3 статьи 401 Гражданского кодекса РФ – «неисполнение обязательств, в случае, если надлежащее исполнение оказалось невозможным вследствие непреодолимой силы, то есть чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств»[3].

Однако материальный ущерб может быть причинен не обязательно только фактом падения космического тела, но и последствием его взрыва в атмосфере, как это было в Челябинске. Ущерб был нанесен не ударом метеорита, а взрывом, в результате чего образовалась ударная волна, которая непосредственно оставила после себя разрушения, а также в некоторых местах от этого произошли пожары. Поэтому если в договорах прописаны случаи возмещения ущерба от взрывов, пожара, стихийного бедствия, то есть основания требовать от страховых компаний возмещения ущерба.

Чтобы избежать проблем в выплатах возмещения ущерба и споров в суде, лучше предлагать страховым компаниям прописывать подобные случаи в договорах подробнее. Например, ущерб не только от пожара

в результате техногенных факторов, но и взрывов космических объектов, в том числе, тел внеземного происхождения.

Исходя из вышеизложенного, можно сказать, что единого или, по крайней мере, определенного мнения о страховках от метеорита у экспертов нет, также отсутствует нормативно-правовой акт о том, что в результате таких ситуаций возможна выплата компенсации страховых компании. Например, «Конвенция о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами», подписанная Великобританией, США и СССР в 1972 году с целью ввода действенных интернациональных правил и процедур, касательно ответственности за ущерб, нанесенный космическими объектами, и обеспечения, в частности, спешной выплаты на основании ее положений жертвам такого ущерба. Однако, в данном документе в качестве термина «космический объект» включает составные части космического объекта, а также средство его доставки и его части, то есть объекты, запускаемые с Земли [3, 4].

Это значит, что даже в «Конвенции о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами» не рассматриваются риски, связанные с угрозой метеоритов, астероидов или иных объектов космического происхождения.

Исходя из вышесказанного, хотим предложить следующее:

во-первых, отрегулировать данные вопросы в Российском страховом законодательстве;

во-вторых, решить проблему на международном уровне так, как со временем может появиться все больше неясностей, связанных с возмещением ущерба от падения на Землю метеоритов, кроме того, один упавший «небесный камушек» может причинить не одному государству, а сразу нескольким.

Библиографические ссылки

1. Об организации страхового дела в Российской Федерации : федер. закон.
2. Самофалова О. Компенсации предусмотрены // Деловая газета «Взгляд». URL: <http://vz.ru/economy/2013/2/18/620892.html> (дата обращения: 15.03.2013).
3. Официальный сайт Российского агентства правовой и судебной информации. URL: <http://rapsinews.ru/> (дата обращения: 20.03.2013).
4. О международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами : Конвенция.

© Безъязыкова Н. А., Плотноко К. О., 2013

УДК 34.069

А. Н. Белобородова
Научный руководитель – Е.Л. Фарафонтова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М.Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМА ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ДОБЫЧИ ПОЛЕЗНЫХ ИСКОПАЕМЫХ В КОСМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В настоящее время международно-правовые отношения в сфере использования и исследования космического пространства регулируются международным космическим правом (далее МКП). Однако в рамках МКП имеется ряд неопределенностей, и одной из них является проблема добычи полезных ископаемых в космосе. На мой взгляд, данная деятельность должна быть урегулирована, так как полезные ископаемые являются общим наследием человечества.

На данный момент, гигантские объёмы разнообразных ресурсов, начиная от воды и газов и заканчивая металлами, обнаруженные на Луне и дальше вглубь космоса, заставляют и государства и частный бизнес начать проработку нетвёрдой юридической почвы для новой деятельности по разведке, добыче и доставке на Землю этих минеральных богатств. На Луне и в атмосферах таких планет, как Юпитер, обнаружены огромные количества изотопа гелий-3, который потенциально интересен в качестве основного топлива для ядерного синтеза, до сих пор недостижимой мечты энергетиков.

Также, в апреле 2012 года американская компания «Planetary Resources», поддержанная основателями Google и известным кинорежиссером Джеймсом Кемероном, а также рядом других западных бизнесменов и публичных личностей, заявила, что займется поиском полезных ископаемых, однако делать это она будет не на Земле, а в космосе, в частности на астероидах. Кроме этого, 22 января 2013 в Калифорнии на пресс-конференции было официально объявлено о создании нового частного космического предприятия Deep Space Industries, которое займется добычей полезных ископаемых за пределами нашей планеты.

Как утверждают ученые, космическое пространство должно остаться во всеобщем достоянии, поскольку ни одно государство не имеет возможности его контролировать, и, таким образом, каждое из государств заинтересовано в возможности совместного использования космического пространства.

В качестве примера можно рассмотреть Арктику, где условия промышленного развития очень сложны, и на которую в прошлом не выдвигались территориальные претензии. Сейчас, в результате таяния льдов всё большие территории Арктики становятся доступны для добычи природных ископаемых. За последние годы сразу несколько стран предъявили права на обширные ледовые пространства Арктики и, соответственно, ресурсы на континентальном шельфе. Поскольку в Арктике в принципе возможна война за ресурсы, то, по мнению ученых, та же история может повториться на Луне.

К сожалению, на данный момент правовое регулирование добычи полезных ископаемых в космосе остаётся неоднозначным. Договор по космосу, принятый ООН в 1967 году, не запрещает добычу ресурсов в космосе, до тех пор, пока горнодобывающая стан-

ция не представляет де-факто «захвата» части космического пространства. Впрочем, в тексте Договора не упомянуто, кто может владеть ресурсами, полученными в космосе [1].

«Нормы космического права» закреплены в Договоре о принципах исследования и использования космического пространства («Договоре о Луне») 1967 года. Основными принципами космической политики стали исследование и использование космоса в интересах всего человечества, равенство всех стран при проведении космических исследований, ведение космической деятельности в соответствии с международным правом и запрет на присвоение космического пространства государствами. В Договоре частично разъяснено право на ведение горнодобывающей деятельности в космосе: «Луна и ее природные ресурсы являются общим наследием человечества», «использование Луны должно осуществляться на благо и в интересах всех стран» [2]. Особую роль играют статьи об использовании небесных тел исключительно в мирных целях и запрещение вывода в космос оружия массового поражения (ОМП). Однако внутри договора существуют серьезные правовые пробелы, которые в условиях начавшейся с 2003 г. «второй космической гонки» могут привести к распаду режима «космического соуправления».

Сложный комплекс проблем порождает коммерциализация космической деятельности. Основные проекты изучения космоса традиционно реализовывали государства. С развитием телекоммуникационных технологий и коммерческих запусков орбитальных аппаратов все более весомую роль приобретает космический бизнес. Однако, международных правил ведения коммерческой деятельности в космосе нет. Также, в международном праве отсутствует определение космического пространства, что может вызвать серьезные разногласия между странами.

Ученые полагают, что данные пробелы можно урегулировать путем принятия норм по аналогии с международным морским правом, где урегулирован вопрос добычи полезных ископаемых (в Конвенции о международном морском праве 1982 г.) из района глубоководного морского дна (в Конвенции именуется Районом) [3]. В соответствии с Конвенцией, ни одно из государств не вправе претендовать на суверенитет или суверенные права или осуществлять их в отношении какой бы то ни было части Района или его

ресурсов[4]. Я полностью согласна с данной точкой зрения, так как на мой взгляд, подобное решение действительно поможет разрешить ситуацию.

Таким образом, за основу для международно-правового урегулирования проблемы добычи полезных ископаемых, можно взять нормы Конвенции о международном морском праве 1982 г. и разработать соответствующие нормы применительно к МКП [5]. А также возможно создание специального органа (по типу Международного органа по морскому дну), который бы обеспечивал регулирование деятельности, по поиску, разведке и добыванию полезных ископаемых из космоса, с целью сохранения всеобщего достояния человечества в космическом пространстве.

Библиографические ссылки

1. Договор о космосе [Электронный ресурс]. URL: http://www.hrono.ru/dokum/196_dok/1967kosm.html.

2. Соглашение о деятельности государств на Луне и других небесных телах [Электронный ресурс]. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/moon_agreement.shtml.

3. Электронный журнал «Молодой ученый» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.moluch.ru/conf/law/archive/43/3027/>.

4. Конвенция по морскому праву [Электронный ресурс]. URL: <http://rise.odessa.ua/texts/JUNKLOS82.php3>.

5. Организация Объединенных Наций: Конвенции и соглашения [Электронный ресурс]. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/outer_space_governing.shtml.

© Белобородова А. Н., 2013

УДК 341.229

А. О. Владимирова

Научный руководитель – В. В. Сафронов

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

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ИСТОЧНИКОВ КОСМИЧЕСКОГО ПРАВА

Космическое право имеет свои источники- то есть совокупность правовых норм, регулирующих общественные отношения в сфере освоения космоса. Особенностью источников космического права является то, что они могут быть приняты отдельными государствами на национальном уровне, а могут носить международный характер. Многие вопросы использования космического пространства на сегодняшний день остаются не урегулированными, такая специфика повышает интерес к данной области, а также делает рассматриваемую тему особенно актуальной.

Источниками космического права являются международные и национальные акты, принятые в целях успешного освоения работ космического пространства. Актуальность исследуемой проблемы обусловлена, с одной стороны, большим интересом к теме правового регулирования космического пространства и небесных тел в современной науке, с другой стороны, ее недостаточной разработанностью. Рассмотрение вопросов связанных с данной тематикой носит как теоретическую, так и практическую значимость. Теоретическое значение изучения проблемы международно-правового регулирования использования космического пространства и небесных тел заключается в том, что избранная для рассмотрения проблематика находится на стыке сразу нескольких научных дисциплин и регулируется как национальными, так и международно-правовыми актами(источниками права). В целях объективного исследования аспектов источников космического права необходим анализ международно-правовых и национальных законодательных актов в сфере регулирования использования космического пространства и небесных тел; рассмотрение отдельных нормативных актов и международных договоров, являющихся источниками космического права [1].

Рассматриваемую тему изучали и разрабатывали многие ученые: В. С. Верещетин, Г. П. Жуков, Е. П. Ка-

менецкая., Ф. Н. Ковалёв, Ю. М. Колосов, И. И. Чепров и др. [5].

Все же, множество вопросов данной темы являются нерешёнными и дискуссионными в теории и практике до сих пор. Так, например, с 1966 года в Комитете ООН по космосу рассматривается вопрос о делимитации воздушного и космического пространств, и согласия в отношении того, как следует урегулировать эту проблему, достичь пока не удастся. Ряд государств выступает за установление условной границы между воздухом и космосом на высоте, не превышающей 100 километров над уровнем океана, с предоставлением космическим объектам права мирного пролета через иностранное воздушное пространство для выхода в космическое пространство или для возвращения на Землю. Особенно актуальным и до конца не разработанным является вопрос об ответственности за нарушение норм в сфере использования космического пространства. Рассмотрим основные источники права.

1. В 1967 г. в ООН был принят Договор о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела. Он тогда же, в 1967 г., вступил в силу.

2. Договор 1967 г. по космосу содержит основополагающие принципы деятельности государств в

космическом пространстве и нормы, непосредственно характеризующие его правовой режим [2].

3. Соглашения о спасении космонавтов возвращении космонавтов и объектов, запущенных в космическое пространство (вступило в силу 3 декабря 1968 г.), заложив общие основы демилитаризации космического пространства, ООН перешла к решению других вопросов, связанных с работой людей в этой сфере. Генассамблея ООН единогласно приняла этот текст.

4. 20 августа 1971 г. в Вашингтоне были подписаны соглашения о создании международной организации спутниковой связи «ИНТЕЛСАТ» (вступило в силу 12 февраля 1973 г.).

5. 29 ноября 1971 г. ГА ООН приняла Конвенцию о международной ответственности за ущерб, причиненный космическими объектами (вступила в силу 30 августа 1972 г.).

6. 12 июля 1972 г. вступило в силу Соглашение о создании международной системы и организации космической связи «Интерспутник».

7. В 1974 г. была завершена работа над Конвенцией о регистрации объектов, запускаемых в космическое пространство [4].

8. В 1975 г. была заключена Конвенция о регистрации объектов, запускаемых в космическое пространство, а в 1979 г. – Соглашение о деятельности государств на Луне и других небесных телах [6].

9. Соглашением о деятельности государств на Луне и других небесных телах от 18 декабря 1979 г. ус-

тановлены дополнительные ограничения военной деятельности государств.

10. Однако в 1990 году юристы России, США и ФРГ разработали проект Конвенции о пилотируемых космических полетах, в котором данное положение наполняется реальным юридическим содержанием [3].

11. В 1992 году Генеральная Ассамблея ООН приняла Принципы, касающиеся использования ядерных источников энергии в космическом пространстве.

Таким образом, был заложен основной каркас международного космического права и его источников, в который, помимо упомянутых, вошли и другие международно-правовые документы.

Библиографические ссылки

1. Анцелевич Г. А., Высоцкий А. Ф. Современное международное публичное право. М. : Международные отношения. 2008. 436 с.
2. Колосов Ю. М., Жуков Г. П. Международное космическое право. М. : Междунар. отношения. 2009. 187 с.
3. Лукашук И. И. Международное право. Особенная часть. М., 2010. 398 с.
4. Жукова Г. П. Международное космическое право. М., 2009. 278 с.
5. Международное право : сб. лекций для вузов / под ред. Н. К. Стрельцова. М. : МГУПРАВ, 2007. 256 с.
6. Международное космическое право / под ред. А. С. Пирадова. М., 2007. 329 с.

© Владимирова А. О., 2013

УДК 34.069

В. А. Ворожейкин

Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова

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

ПРАВОВОЙ АСПЕКТ ВОЗДУШНОГО ТЕРРОРИЗМА В РОССИИ

Одним из самых опасных видов терроризма является воздушный терроризм. Его опасность заключается в том, что закрытое пространство воздушного судна не позволяет проводить немедленные операции по освобождению заложников. Автором рассмотрено явление «терроризм», выявлены проблемы по борьбе с воздушным терроризмом, проанализированы законодательство иностранного государства в данной сфере правового регулирования, выдвинуты предложения по внесению поправок в законодательство РФ.

Слово «террор» в переводе с латинского означает «ужас». Окончательно не установлены причины и условия, способствующие терроризму, без этого борьба с международным терроризмом не может быть эффективной [1; 2].

Терроризм – это акт или действие для оказания влияния на политический строй страны с тем, чтобы политические круги государства изменили свой подход к деятельности.

В праве России терроризм определяется как идеология насилия и практика воздействия на общественное сознание, на принятие решений органами государственной власти, органами местного самоуправления или международными организациями, связанные с устрашением населения и/или иными формами про-

тивоправных насильственных действий (Федеральный закон Российской Федерации от 6 марта 2006 г. № 35-ФЗ, ст. 3) [4].

Терроризм XXI века крылат. Одним из его проявлений является совершение террористических актов с использованием самого эффективного средства передвижения – воздушного транспорта. Этому служат следующие предпосылки:

- 1) реальность захвата и угона ВС;
- 2) совершить акт террорист способен при минимальных силах и средствах;
- 3) реальная возможность использования ВС в качестве оружия уничтожения.

Существующие тенденции угрозы авиационной безопасности:

1) гражданская авиация может быть уязвима для нападения в любом месте и в любое время, если не принять соответствующие превентивные меры авиационной безопасности, потому что:

а) сам характер авиационной отрасли позволяет террористу осуществить акт не находясь в непосредственной близости от намеченного объекта;

б) действующие в настоящее время группы террористов хорошо организованы и располагают современными техническими средствами для нападения на воздушные суда;

2) угрозы в адрес гражданской авиации носят динамичный характер и требуют применения соответствующего набора превентивных мер.

3) слабая организация работ по обеспечению авиационной безопасности и недостаточная квалификация персонала служб авиационной безопасности.

4) увеличивается использование ухищренных способов проноса на борт оружия, боеприпасов, опасных предметов и взрывчатых веществ [3].

В связи с вышеприведённой проблемой, важнейшими шагами для безопасности воздушного пространства от терроризма являются: предотвращение доступа посторонних лиц и транспортных средств в контролируемую зону аэропорта или аэродрома, осуществление охраны воздушных судов на стоянках; исключение возможности незаконного провоза на воздушном судне оружия, боеприпасов, взрывчатых, радиоактивных, отравляющих, легковоспламеняющихся веществ и других опасных предметов и веществ; проведение предполетного досмотра; реализация мер противодействия актам незаконного вмешательства в деятельность в области авиации и иных мер, в том числе мер, осуществляемых с участием правоохранительных органов [7].

Всё вышеперечисленное и так выполняется большей или меньшей мере во всех аэропортах мира, но новости о воздушных террористических актах продолжают время от времени появляться в заголовках газет и статей, что означает наличие у аэропортов слабого места. Этим слабым местом являются сами работники аэропорта (в частности службы безопасности), которые и «закрывают глаза» в нужный момент, что позволяет террористам беспрепятственно вершить противоправные действия. Большая часть воздушных террористических актов не могла бы быть реализована без помощи работников аэропортов. Это явление не должно оставаться без внимания при поиске причин успешного проведения очередного террористического акта. Обратим внимание, что в данном контексте

указанные лица играют роль соучастников преступления.

За организацию террористической деятельности предусматриваются следующие меры ответственности: планирование и подготовку террористической акции (от 10 до 15 лет лишения свободы), организацию незаконного вооруженного формирования, преступного сообщества (преступной организации), организованной группы (от 2 до 7 лет лишения свободы) [5]. Для сравнения, из Уголовного Кодекса Австралии: предоставление или получение подготовки, связанной с террористическими актами – 15–25 лет лишения свободы; наличие вещей/оборудования или сокрытие информации, связанных с террористическими акциями – 10–15 лет; сбор документов, способствующих содействию террористическим актам – от 10 до 15 лет [6].

Учитывая, что воздушный терроризм относится к числу самых опасных и труднопрогнозируемых явлений современности, считаем, что необходимо ужесточить наказание как для организаторов террористической организации, так и для их участников, а также подельников и спонсоров, что явится одной из мер для повышения эффективности и результативности борьбы с террористическими посягательствами.

Библиографические ссылки

1. Понятие терроризма : статья. URL: <http://slovari.yandex.ru/>.
2. Понятие и сущность терроризма : статья. URL: <http://lifeinschool.narod.ru/>.
3. Воздушный терроризм : статья. URL: <http://survincity.ru/>.
4. О противодействии терроризму : федер. закон Российской Федерации от 6 марта 2006 г. № 35-ФЗ, ст. 2, ст. 3 (с изм. от 8 ноября 2011 г. № 309-ФЗ). URL: <http://base.garant.ru/>.
5. Уголовный Кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ, ст. 205, ст. 206, ст. 211 (с изм. от 1 марта 2012 г. № 18-ФЗ) // <http://base.consultant.ru/>.
6. Criminal Code Amendment (Terrorism) Act 2003, part 5.3, Division 101 – Terrorism. URL: <http://www.comlaw.gov.au/Details/C2004A01125>.
7. КоАП РФ, гл. 11 Административные правонарушения на транспорте, ст. 11.3. // http://www.pravo.vuzlib.org/book_z1711_page_16.html.

© Ворожейкин В. А., 2013

УДК 669.713.7

М. В. Голованов, В. В. Иноземцева
Научный руководитель – А. А. Тигашёва
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТРАХОВАНИЯ КОСМИЧЕСКИХ РИСКОВ

Характеристика страхования космических рисков и норм, регулирующих страхование, занимает значительное место в исследованиях проводимых авторами данной работы.

Развитие рыночных отношений в мире в значительной степени стимулирует процессы коммерциализации космической деятельности в мире, в том числе и в России, что в условиях выхода отечественных космических технологий и услуг на международный рынок космической продукции потребовало создания эффективной системы ее страховой защиты. В условиях бюджетных ограничений и экономической рецессии государства не способны обеспечить полное финансовое покрытие в случае аварии и вынуждены обращаться к механизмам страхования. Поэтому в настоящее время спрос на качество страховой защиты в отношении космических проектов значительно возрастает при ужесточении требований к ее качеству и полноте [1].

Нормы международного космического права выделяют ответственность государств за выплату компенсации только в случае причинения вреда третьим лицам (государству, международной организации, юридическим или физическим лицам, а также их имуществу). Согласно 31 ст. II Конвенции об ответственности 1972 г., запускаящее государство несет абсолютную ответственность за выплату компенсации за ущерб, причиненный его космическим объектом на поверхности Земли или воздушному кораблю в полете. Если же ущерб космическим объектом запускающего государства причинен космическому объекту другого запускающего государства либо лицам или имуществу на борту такого космического объекта в любом месте, помимо поверхности Земли, применяется критерий вины для определения ответственности (ст. III). Конвенция устанавливает общее требование к возмещению причиненного ущерба (ст. XII): «Компенсация, которую запускающее государство обязано выплатить на основании настоящей Конвенции за причиненный ущерб, определяется в соответствии с международным правом и принципами справедливости, с тем, чтобы обеспечить возмещение ущерба, восстанавливающее физическому или юридическому лицу, государству или международной организации, от имени которых предъявляется претензия, положение, которое существовало бы, если бы ущерб не был причинен».

Тем самым, страхование ответственности государств за возможный вред, который может быть причинен в рамках национальной космической деятельности, является приоритетным [4].

На практике страхование делится страхование жизни и здоровья космонавтов и работников объектов космической инфраструктуры, а также страхование

имущества (ракета-носитель, разгонный блок, космический аппарат).

Конкретные правовые механизмы, обеспечивающие страхование указанных категорий, должны быть предусмотрены в национальном законодательстве заинтересованных стран мира. Главной задачей законодатели видят обеспечение страхования (как обязательного, так и добровольного) на всех этапах реализации космической программы: проектирования, производства, на предпусковой фазе и фазе запуска, фазе работы на орбите.

Страховые суммы (лимиты ответственности) по данному виду страхования определяются исходя из стоимости страхуемого имущества. Следует отметить, что в России практика страхования рисков космической деятельности все еще носит ограниченный характер и не обеспечивает в полной мере защиту экономических интересов предприятий ракетно-космической отрасли и государства. В частности, такие виды экономической защиты, как страхование рисков при разработке, производстве, испытаниях объектов ракетно-космической техники, страхование грузов при транспортировании изделий на космодром, страхование запуска и эксплуатации космических аппаратов на орбите, страхование предпринимательских рисков применяются пока ограниченно и, в основном, при реализации коммерческих проектов. Причиной этого является ограниченность нормативной базы и не достаточно проработанные вопросы финансирования страхования в рамках федеральных целевых программ [2].

Космические риски требуют мобилизации крупных сумм для их покрытия, в результате чего полностью компенсировать их не в состоянии ни отдельный страховщик, ни национальный рынок страховых услуг. Это приводит национальные рынки к необходимости объединения емкостей для покрытия потенциальных рисков (пул с одновременным страхованием в нескольких страховых компаниях; факультативное перестрахование; облигаторное перестрахование) и вызывает потребность в выходе на мировой рынок.

Но даже в международной практике не существует типовых способов и условий страхования космических рисков. Можно говорить только о базовых способах и условиях страхования, которые страховщик адаптирует при разработке индивидуальной программы страховой защиты для каждого вновь страхуемого космического проекта.

Одним из наиболее частых способов страхования это пулы. Пул с одновременным страхованием в не-

скольких страховых компаниях, в котором каждый страховщик (перестрахователь) передает в пул долю риска, превышающую финансовые ресурсы страховщика (перестраховщика). Второй популярный способ страхования – факультативное перестрахование. При этом страховщик заключает прямые договоры страхования и перестраховывает их на факультативной основе; перестрахователь и перестраховщик самостоятельно проводят оценку риска, который может быть передан в перестрахование полностью или частично. Менее популярным, но пользующееся спросом является облигаторное перестрахование. Страховщик заключает облигаторные договоры перестрахования, что позволяет ему предлагать страхователям более дешевое страхование. При этом перестраховщики, участвующие в таком перестраховании, лишены возможности самостоятельно оценивать риски и выдвигать дополнительные условия страхования [3].

Несмотря на высокий уровень развития современных технологий производства космических средств, вероятность аварии и повреждения объектов космических средств сохраняется, особенно на этапах подготовки и проведения пуска ракет космического назна-

чения, ввода в эксплуатацию и летной эксплуатации космических аппаратов. Поэтому страхование, как один из эффективных методов сбалансированного обеспечения безопасности космической деятельности, гарантия инвестиций является актуальным в космической отрасли.

Библиографические ссылки

1. Ефимов С. Л. Страхование космических рисков // *Энциклопедический словарь. Экономика и страхование*. М. : Церих-ПЭЛ, 1996.
2. Сергеева Е. С. *международно-правовые проблемы ответственности в международном космическом праве* [Электронный ресурс]. URL: http://www.mgimo.ru/files2/2012_12.
3. Страхование космических рисков [Электронный ресурс]. URL: <http://www.webkursovik.ru/kartgotrab.asp?id=-24620>.
4. Страхование космических рисков // *Страхование : учебник / под ред. Т. А. Фёдоровой*. 3-е изд. М. : Магистр, 2009.

© Голованов М. В., Иноземцева В. В., 2013

УДК 669.713.7

М. Г. Голубкина, О. А. Русакова
Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКСПЛУАТАЦИИ ЧАСТНЫХ ЛЕТАТЕЛЬНЫХ АППАРАТОВ

В России 28 тыс. 800 населенных пунктов, куда можно добраться только по воздуху, растет уровень жизни населения, в связи с чем формируются новые потребности в применении воздушных судов, возникает необходимость в развитии частной авиации. В тезисах рассматриваются некоторые проблемы правового регулирования в данной сфере.

В мировом масштабе воздушная авиация – это гигантская индустрия, в которой задействованы миллионы людей, существуют сотни производителей авиационной техники, тысячи сервисных компаний и летают сотни тысяч персональных самолетов и вертолетов. Во всех странах мира существует и активно развивается частная авиация. За рубежом для полетов открыто практически все пространство, и только небольшие зоны либо закрыты для воздушного использования, либо для пролета требуется получение разрешения [1].

В настоящее время в России также введен уведомительный порядок вылета воздушного транспорта, что является большим шагом вперед в развитии отрасли частной авиации, однако проблемы правового регулирования использования воздушного пространства все еще существуют. Одна из них связана с правилами регистрации и использования воздушного судна.

Произведем сравнение процедур регистрации воздушных судов (ВС), получения сертификатов летной годности (СЛГ) и ставки платежей:

США: площадь 9,5 млн кв. км, население – 309 млн человек, 594 000 пилотов, из них 212 000 част-

ные. Летают на более чем 250 000 воздушных судов (ВС), в их распоряжении 19 905 аэродромов, из них 5 301 публичный (где не требуется предварительного разрешения на прилет) и 585 сертифицированных – для приема регулярных коммерческих перевозчиков, для остальных аэродромов сертификация не требуется. Регистрация права на ВС не требуется, государственная регистрация ВС осуществляется по почте и обходится его владельцу 5,5 долларов; свидетельство летной годности (СЛГ) – бесплатно, на ВС с сертификатом выдается автоматически. Аэронавигационных сборов на ВС, осуществляющий взлет и посадку, в США нет. Стоимость авиационного бензина – около 4,5 долларов за галлон (3,85 л).

Великобритания: площадь 244,8 кв. км., население – 61 млн человек, 48 тыс. пилотов, из них 32 тыс. – частные, 2163 воздушных судна, 1793 аэродрома. Государственная регистрация ВС также производится по почте, стоит 60 долларов плюс почтовые расходы, аэронавигационные сборы для ВС, летающих по правилам визуального полета, не взимаются. Стоимость авиационного бензина – около 1,7 долларов за литр.

Россия: площадь 17 млн кв. км., население 141,9 млн человек. Примерно 3 000 частных пилотов и

сверхлегких летательных аппаратов (СЛА), а также около 6 000 линейных гражданских пилотов, на них приходится 232 аэродрома с действующими сертификатами. Плюс около 200 аэродромов в статусе «посадочные площадки», которые не имеют сертификата аэродрома. Государственная регистрация ВС обходится в 2 тыс. рублей и требует личного присутствия в Москве владельца либо его представителя с нотариально заверенной доверенностью. Первоначальное получение СЛГ – до 100 тыс. рублей за легкое воздушное судно, продление СЛГ – до 50 тыс. рублей. Аэронавигационные сборы: внутренние полеты (до 5 т.) – 117 руб./100 км., международные (до 50 т.) – 938 руб./100 км. Стоимость авиационного бензина – около 70 руб. за литр [3].

Многие десятилетия в нашей стране деятельность гражданской авиации базировалась на советских правовых документах, которые в силу закрытости самого государства были недостаточно согласованы с документами ИКАО. В результате владельцы частных воздушных судов зачастую вынуждены ввозить их в страну в разобранном виде, со снятым двигателем, заново собирать здесь, декларировать, как запчасти, и впоследствии регистрировать летательный аппарат, как единичный экземпляр воздушного судна (ЕЭВС), то есть самоделку, что противоречит здравому смыслу и вызывает впоследствии дополнительные затруднения, в частности, с квалифицированным техническим обслуживанием.

Таким образом, на сегодняшний день в Российской Федерации процедура регистрации воздушного судна и регистрации прав на его использование является громоздкой и дорогостоящей, что, в свою очередь, приводит к тому, что ежедневно над территорией РФ незаконно поднимается более 2000 различных летательных аппаратов, из которых около 200 оказываются в экстремальных условиях, когда могут погибнуть люди. В то же время в сфере авиационной деятельности безопасности полетов действуют более 2500 нормативно-правовых актов, которые зачастую дублируют друг друга или находятся в противоречии друг с другом [4].

По факту – законодательство, планомерно препятствует развитию потенциально доходного и интересного для многих дела.

Опыт других стран доказал, что эта отрасль вполне рентабельна. Основные сферы ее применения –

обучение пилотированию, авиаспорт, патрулирование, туризм, перевозка небольших грузов, сельскохозяйственные работы. В США ежегодный объем налоговых сборов с малой авиации составляет около 4 млрд. долларов. Годовой оборот по рынку малой авиации в США составляет около 50 млрд. долларов, число рабочих мест превышает 500 000. Количество частных летательных аппаратов с Соединенных Штатах – около 200 000. Особенно развита малая авиация на Аляске, климат и территория которой сопоставимы с дальневосточными регионами России. Она задействует местную инфраструктуру, создавая тем самым условия для развития местного бизнеса [2].

Следовательно, необходимо не усиление карательных мер, как это было с увеличением штрафов за нарушение правил ИВП в 3–5 раз (КоАП РФ, статья 11.3–11.5 в ред. Федерального закона от 21.12.2009 г. № 336-ФЗ) [1], а создание условий для вывода из «тени» незарегистрированных летательных аппаратов, находящихся в собственности граждан, для чего надо всего лишь упростить процедуру регистрации воздушных судов (ВС) и получения сертификатов их летной годности (СЛГ), а также пересмотреть ставки платежей за их осуществление.

Библиографические ссылки

1. Статья 11.4. Нарушение правил использования воздушного пространства. Статья 11.5. Нарушение правил безопасности эксплуатации воздушных судов [Электронный ресурс]. 07.11.2011. URL: http://www.consultant.ru/popular/koap/13_12.html#p3011 (дата обращения: 22.03.2013).
2. Журнал «Частная авиация» [Электронный ресурс] № 6. 2012. URL: <http://sim-avia.com/m6/Default.html>. С. 16–18. (дата обращения: 22.03.2013).
3. Журнал «Частная авиация» [Электронный ресурс] № 5. 2012. URL: <http://sim-avia.com/m5/Default.html>. С. 54–55. (дата обращения: 22.03.2013).
4. По материалам форума владельцев частных ВС [Электронный ресурс] URL: <http://saon.ru/forum/viewtopic.php?t=841> (дата обращения: 28.03.2013).

© Голубкина М. Г., Русакова О. А., 2013

УДК 669.713.7

К. О. Горнаков

Научный руководитель – А. А. Тигашёва

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

ТАЙНА ТРЕТЬЕЙ ПЛАНЕТЫ: РАЗВИТИЕ КОСМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Космический туризм в России в настоящее время является не только интересным вопросом для обывателя, но и вопросом который должны поставить перед собой органы власти, так как космический туризм еще не развитая экономическая ниша нашего государства, которая сможет поднять экономический уровень страны.

«Если коровы станут летать, то мне в космосе делать нечего» – помните эту знаменитую фразу капи-

тана Зелёного м/ф «Тайна третьей планеты»? Помните, как мы грезили, после просмотра этого мульт-

фильма или прочтения многочисленной фантастической литературы, что однажды и мы окажемся в межзвездном недостижимом пространстве и прикоснемся к таинствам нашей Вселенной? Однако, смотря на сегодняшнюю ситуацию, капитана Зеленого можно успокоить, потому что коров в космосе не будет наблюдаться еще очень и очень долгие годы (исключение может составить лишь идея того, что какая-нибудь космическая компания запустит Буренку и Майку по примеру Белки и Стрелки) [1].

Аналогичная ситуация складывается и с людьми, в частности с космическим туризмом. СМИ то и дело мелькают заголовками о развитии космических кораблей и об освоении космоса людьми. Нашим глазам предстают названия таких компаний, как Virgin Galactic, EADS Astrium, Bigelow Aerospace, Blue Origin, Rocketplane, Space Adventures, Scaled Composites, The Spaceship Company. Стоит заметить, что все это частные компании и все они американские. В России же можно выделить лишь РКК «Энергия» и «Атлас Аэроспейс». Некогда занимавшийся космическим туризмом Роскосмос взял долгий перерыв, так как на МКС увеличилась штатная численность [1].

Почему развитие космического туризма в России отошла на дальний план – вот уж настоящая тайна третьей планеты. В большей степени данная отрасль окажет положительное влияние на развитие космического дела в нашей стране, как в плане развития техники, так и экономики, об этом говорил и Александр Лавейки – советский космонавт. Он считает, что у космонавтики в России большие проблемы, а космический туризм – единственная возможность поддерживать эту отрасль в жизнеспособном состоянии. Подобным образом не понятна критика космотуризма в плане его «бесперспективности», «бессмысленной траты денег на строительство техники, которая не приносит всенародного блага» и «вытягиванием денег из российских туристов – толстосумов, которые должны помогать своим согражданам, умирающим в бедности». Это будет звучать цинично, однако, касательно последней цитаты, если «российские туристы-толстосумы» не полетят в космос, то они полетят на Кипр, а это уж точно не принесет никакой пользы. Космический туризм – это такая же часть космического дела, как и ракетостроение или изобретение новых спутниковых систем, он является еще одним шагом в развитии науки и техники, к тому же довольно прибыльным, и вполне может окупить себя и приносить доход в долгосрочной перспективе. Потому авторам подобных высказываний предлагаю ознако-

миться с Законом РФ «О космической деятельности». Статья 3, Цели космической деятельности. Целями космической деятельности являются:

- содействие экономическому развитию государства, повышению благосостояния населения Российской Федерации путем рационального и эффективного использования космической техники, космических материалов и космических технологий, а также расширения масштабов их использования;
- укрепление и развитие научно-технического и интеллектуального потенциала космической индустрии и ее инфраструктуры;
- содействие укреплению обороны и обеспечению безопасности Российской Федерации;
- дальнейшее совершенствование и накопление научных знаний о Земле, космическом пространстве и небесных телах;
- развитие и расширение международного сотрудничества Российской Федерации в интересах дальнейшей интеграции Российской Федерации в систему мировых хозяйственных связей и обеспечения международной безопасности [3].

В свете этого закона хотелось бы отметить, что правильное развитие космического туризма в России приведет не только к открытию новой ниши бизнеса, или скачку космической техники, оно ведет к улучшению экономического состояния страны в целом. Государство, на мой взгляд, обязано стимулировать такие программы и компании, потому что космическая деятельность, несомненно, требует постоянных денежных вложений и поддержки [2].

Космический туризм можно смело назвать одной из опор российской космонавтики и России в целом, но это субъективное мнение, которое вполне могут оспорить эксперты данной области. Но я бы все же подумал над тем, что если когда-нибудь на Марсе будут цвести яблоки, то какого сорта они будут – Антоновка, или все же Golden Delicious и какие плоды они могут принести для нашей страны.

Библиографические ссылки

1. Русская служба BBC. URL: <http://www.bbc.co.uk/russian/science/>
2. ИД «Галицкие контакты». URL: <http://kont-rakty.ua/article/30862/>.
3. КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/>.

© Горнаков К. О., 2013

УДК 669.713.7

М. А. Грачёва

Научный руководитель – А. А. Тигашёва

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

ВОПРОСЫ ЮРИДИЧЕСКОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОСМИЧЕСКОГО МУСОРА

Проблема засорения космического пространства является международной. По расчетам через 15–30 лет ближний Космос будет полностью засорен и будет непригоден для полетов, поэтому вопрос о решении про-

блемы засорения космоса актуален на сегодняшний момент, основные аспекты которого раскрываются в данной работе.

В целом у проблемы космического мусора как у всякой сложной и актуальной проблемы задействовано множество различных сфер: научная, техническая, юридическая, экологическая и прочие. В настоящее время национальные исследовательские центры, космические агентства с различной степенью углубленности периодически обсуждают правовую сторону освоения космического пространства на многочисленных комитетах и комиссиях международных организаций, таких как Международная астронавтическая федерация (IAF), Комитет по Исследованию Космического пространства Международного совета Научных союзов (COSPAR), Международный телекоммуникационный союз (ITU), Международный институт космического права (ICJ) и других. Представляется, что в последнее время совместная скоординированная деятельность двух международных органов в «техническом» и «политико-правовом» измерениях данной проблемы вывела ее понимание на качественно новый уровень [1].

Первый договор о космосе был подписан в 1967 году 27 января. Официальное его название: Договор о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела – межправительственный документ. Являясь основой международного космического права, Договор подписали Соединенные Штаты Америки, Великобритания и Советский Союз. По состоянию на октябрь 2011 года 100 стран являются государствами-участниками Договора, а еще 26 подписали Договор, но не завершили ратификацию, предполагающую соблюдение правил и обязанностей Договора странами-участниками [3].

Этот Договор ограничивает использование Луны и других небесных тел только в мирных целях и прямо запрещает их использование для испытания любого рода оружия, проведения военных маневров или создания военных баз, сооружений и укреплений. Тем не менее, Договор не запрещает размещение обычных вооружений на орбите и наличия космического мусора.

В общее понятие «космический мусор» входят 2 типа мусора, это:

- 1) астероиды и кометы, блуждающие по Солнечной системе и засоряющие ее;
- 2) детали отработанных космических кораблей, которые вращаются около Земли или летят к другим планетам и спутникам, а в дальнейшем станут таким же мусором у этих объектов Солнечной системы.

Но чаще всего термин «космический мусор» относят ко второму типу.

Космический мусор – это все искусственные объекты и их фрагменты в космосе, которые уже неисправны, не функционируют и никогда более не смогут служить никаким полезным целям, но являющиеся опасным фактором воздействия на функционирующие космические аппараты, особенно пилотируемые.

Вклад в создание космического мусора по странам:

- Китай – 40 %;
- США – 27,5 %;
- Россия – 25,5 %;
- остальные страны – 7 %.

В 80-х годах прошлого века, когда космический мусор существовал как чистая теория, его угрозой никто всерьез не занимался, сегодня же ученые бьют тревогу: если в ближайшем будущем международное сообщество не изобретет метод уборки, запуски новых кораблей могут стать небезопасными. На орбите начнет увеличиваться в геометрической прогрессии: частицы мусора будут сталкиваться друг с другом, дробиться и опускаться в атмосферу. При таком развитии событий неизбежно наступит момент, когда число образующихся осколков превысит число сгорающих в атмосфере, и тогда Землю придется в буквальном смысле «закрывать», т. е. не летать в космос, пока не найдется способа разобрать орбитальную свалку [3].

На территории 10 га Швейцарии в г. Лозанна построен университет, нацеленный на изучения в области космических разработок, астрономических наблюдений и проектов по очистке космического пространства от инородных объектов. Одним из достижений стал выпуск Спутника «Clear Space», размер которого составляет не более 300 см³, который занимается сбором мусора в космическом пространстве.

В России, на Кавказе, находится обсерватория, которая непосредственно занимается наблюдением, сбором данных и анализом космических объектов, и главным образом космическим мусором. Деятельность осуществляется институтом прикладной математики им. М. В. Келдыша Российской академии наук. Работа начинается с заходом солнца, так как солнечные лучи могут повредить современное дорогостоящее оборудование (телескопы). Полученная информация поступает в вычислительный центр, затем она направляется в Центр управления паллетами. С этого момента необходимые данные передаются в Федеральное космическое агентство, Министерство обороны и в частные компании. Если возникают какие-либо проблемы, все вышеперечисленные организации совместно решают сложившуюся ситуацию [2].

Проблема засорения космического пространства является международной, потому что космические обломки в любой момент могут столкнуться с работающими спутниками, космическими станциями, как экологии, так и здоровью человека.

По расчетам через 15–30 лет ближний Космос будет полностью засорен и будет непригоден для полетов. Особенно это касается геостационарных орбит, на которых отработанные спутники практически сохраняются вечно.

Засорение космическим мусором поверхности Земли и Мирового океана еще усугублено тем, что время существования этих фрагментов весьма растянуто. Есть уже и сейчас объекты, которые упадут на Землю в течение 100–300 лет. У низколетящих срок «жизни» намного меньше, и они, поэтому еще опас-

нее, что и требует скорейшего разрешения проблем очистки околоземного пространства.

Но, как известно, избавиться от загрязнения окружающей среды гораздо сложнее, чем предотвратить его загрязнение. Для сдерживания этого опасного процесса требуется безотлагательная работа, и принятие специальных мер всеми участвующими в освоении космоса государствами.

Библиографические ссылки

1. Памятные даты и знаменательные события. URL: <http://www.calend.ru/events/1-27/>.
2. Популярная механика. URL: <http://www.pop-mech.ru/article/479-kosmicheskij-musor/>.
3. Заочная аэрокосмическая школа МФТИ. URL: <http://study.mipt.ru/mod/wiki/view.php?id=66>.

© Грачёва М. А., 2013

УДК 341.229

А. А. Данышин

Научный руководитель – В. В. Сафронов

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

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПОЛОЖЕНИЙ МЕЖДУНАРОДНОГО КОСМИЧЕСКОГО ПРАВА О СПАСАНИИ И ВОЗВРАЩЕНИИ КОСМОНАВТОВ И ОБЪЕКТОВ, ЗАПУЩЕННЫХ В КОСМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО

Дается оценка развития норм международного космического права о спасании и возвращении космонавтов и объектов, запущенных в космическое пространство. Обозначаются проблемы их дальнейшего развития и определяются возможные пути решения данных проблем.

В настоящее время в рамках отрасли международного космического права сформированы правовые институты, регламентирующие межгосударственные правоотношения в части оказания помощи космонавтам в случае аварии, бедствия или вынужденной посадки, в том числе необходимости организации возвращения космонавтов и объектов, запущенных в космическое пространство. Формирование данных правовых блоков стало новым шагом вперед на пути создания системы космического права и расширения международного сотрудничества.

В основу правового регулирования данных отношений легло «Соглашение о спасании космонавтов, возвращении космонавтов и возвращении объектов, запущенных в космическое пространство» от 22 апреля 1968 года, принятое в рамках Организации Объединенных Наций.

Согласно данному договору, обязанности государств-участников, в том числе экипажа космического объекта, различных государственных служб, которые непосредственно оказывают помощь, достаточно разнообразны и включают в себя такие действия как:

- 1) информирование государства, осуществившего запуск объекта о бедствии;
- 2) предоставление права укрытия космонавтов на станциях и установках другого государства;
- 3) принятие сигнала бедствия радиостанциями государств-участников;
- 4) осуществление операций по поиску и спасанию экипажа при высадке в открытое море или другое место не находящееся под юрисдикцией какого-либо государства;
- 5) оказание иного рода взаимной помощи [1].

Однако, как показывает практика, предусмотренные юридические обязательства государств до настоящего времени по большей части остаются нереализованными по причине отсутствия организационно-

правовой основы, которая бы регламентировала действия государств.

К числу проблем организационно-правового характера следует отнести отсутствие:

- 1) обеспечения высококачественной непрерывной связи между космическими объектами, между космическими объектами и Землей;
- 2) обеспечения совместимости пилотируемых космических объектов и средств спасания различных государств;
- 3) разработки единых правил проведения спасательных операций в космосе.

Перечисленные проблемы нуждаются в настоящее время в специальном международно-правовом регулировании, которое должно быть закреплено межгосударственным соглашением [2].

По этой причине перед мировым сообществом стоит задача о принятии таких норм международного характера, которые бы не допустили такую ситуацию, когда в критических условиях из-за несовместимости оборудования и техники, средств спасания, порядка действий экипажа было бы нельзя оказать помощь персоналу одной из станций на небесном теле.

За долгие годы существования подобного Соглашения, предпринимались попытки регулирования данных вопросов.

Так, в 1972 году между СССР и США было подписано Соглашение о сотрудничестве в исследовании и использовании космического пространства в мирных целях. Одна из статей данного Соглашения отражала взаимную договоренность сторон о проведении работ по созданию совместных средств стыковки и сближения станций и космических кораблей с целью безопасности полетов в космос.

Помимо этого, в рамках советско-американской программы «Экспериментальный полет «Аполлон» – «Союз»» 1975 года, было принято соглашение о про-

ведении совместного полета космических кораблей с последующей стыковкой на орбите [3].

Как правило, такие соглашения носили двусторонний характер. Попыток создать унифицированную систему спасания и возвращения космонавтов в рамках мирового сообщества до настоящего времени предпринято не было [4].

В юридической литературе по космическому праву уже неоднократно высказывалось мнение о возможности создания международной спасательной службы, задачей которой являлось бы оказание помощи в космосе, а также поиск и спасание космонавтов и космических объектов [5].

Однако все же первым шагом на пути к организации подобных структур, является формирование унифицированной организационно-правовой основы осуществления деятельности в космосе.

Стоит учесть, что для реализации подобного шага потребуется значительное время, т.к. решение о принятии международного акта затронет множество сфер деятельности - начиная от правотворческой, заканчивая внедрением технического оснащения космических

объектов и аппаратов, а так же организацией соответствующей подготовки экипажа.

Библиографические ссылки

1. Соглашение о спасании космонавтов, возвращении космонавтов и возвращении объектов, запущенных в космическое пространство (Заклучено в Москве, Лондоне, Вашингтоне 22.04.1968) // Международное публичное право. Сборник документов. Т. 2. М. : БЕК, 1996. С. 371–373.
2. Малков С. П. Международное космическое право: учебное пособие. СПбГУАП. СПб., 2008. 321 с.
3. Жуков Г. П., Колосов Ю. М. Международное космическое право : учебник. М., 2003. 155 с.
4. Малков С. П. Международное космическое право : учеб. пособие. СПбГУАП. СПб., 2008. 322 с.
5. Линкин В. М. Юрисдикция и контроль над космическими объектами // Международное право. № 3 (53). 15 с.

© Даньшин А. А., 2013

УДК 669.713.7

Д. А. Долидудко

Научный руководитель – А. А. Тигашёва

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

ПРОБЕЛЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РОССИЙСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

Российское законодательство в настоящее время претерпевает много качественных и количественных изменений, которые диктует нам общество и те правила поведения которые в нем сложились. Однако существует и большое количество пробелов и недоработок нашего права, в частности налогообложения космической деятельности. Но именно, космическая деятельность способна существенно развить экономику страны и поднять ее на более высокий уровень качества.

В космосе ничего не пропадет.
Станислав Лем

Вторая половина XX века стала для мира временем стремительного развития науки и техники. Важной вехой в этом процессе стало постепенное освоение космоса и совершенствование космических технологий – спутников, пилотируемых космических кораблей и космических станций. Параллельно этому процессу создавалось законодательство по вопросам освоения космоса, как мировое, так и отдельное для каждой космической державы (Россия с США делят первенство в космической гонке). В нашей стране космическая деятельность регулируется Федеральным законом РФ от 20 августа 1993 г. № 5663-1 «О космической деятельности» [5]. В это закон вносились некоторые поправки (например, в 1997 году), однако суть остается неизменной: государство осуществляет контроль за освоением космического пространства с помощью национальных программ и государственных заказов. Но в настоящее время появляются все новые и новые частные компании, которые занимаются космическими разработками и созданием различной аз-

ротехники. Что получает государство от их деятельности, кроме продукции по заказам? [1]

Согласно ст. 381 Налогового кодекса РФ от уплаты налога на имущество освобождаются организации – в отношении космических объектов. Таким образом, средства дистанционного зондирования, аэрофото- съемки, спутники связи, а в обозримом будущем и частные пилотируемые корабли и станции, оценочная стоимость которых миллионы долларов не несут никакой налоговой нагрузки, в отличие от тех же автомобилей и водного транспорта [6]. А ведь введение даже минимальной налоговой ставки принесет бюджету немалые средства, не говоря уже о дифференцированной налоговой ставке, которая позволит косвенно регулировать развитие космических технологий и поощрять развитие приоритетных отраслей в технике. Реальный пример уже существует. В штате Калифорния США рассматривался закон о признании космических объектов, запущенных на территории штата объектом налогообложения [3].

Следующим вопросом может стать взимание налога на добавленную стоимость. Согласно п. 1 статьи 164 НК РФ работы и услуги, проводимые непосредственно в космическом пространстве, а также комплекс подготовительных работ облагаются НДС по ставке 0 %. То есть все работы по монтажу объекта перед запуском, ремонтные работы в околоземном пространстве, которые могут проводить частные компании, не приносят бюджету средств [7]. В этом случае, конечно же нужно более детальное законодательство по вопросам национальной принадлежности компании, разграничения космических объектов. Эти вопросы решаются в рамках международного законодательства и международного сотрудничества. Нельзя также забывать о такой быстроразвивающейся сфере услуг как космический туризм, который по нашему налоговому законодательству не подлежит налогообложению. Хотя один только космический туризм может принести в казну крупные деньги [2].

Таким образом, законодательство в области освоения космоса и в частности налоговое законодательство требует серьезной доработки с перспективой на

будущее. Налицо отставание законодательства от развития космических технологий не только в нашей стране, но и во всем мире [4].

Библиографические ссылки

1. Абдулаев М. И. Правоведение. М., 2005.
2. Малков С. П. Международное космическое право. СПб., 2002.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ.
4. О космической деятельности : федер. закон РФ от 20 августа 1993 г.
5. О правовых принципах, регулирующих деятельность государств по исследованию использованию космического пространства : Декларация 13 декабря 1963 г.
6. Налоги России. www.taxru.ru.
7. Информационно-правовой портал. URL: www.bestpravo.ru.

© Долидудко Д. А., 2013

УДК 669.713.7

О. В. Зуева

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

ПРИСВОЕНИЕ КОСМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА И ЕГО ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

При регулировании космического пространства все чаще приходится сталкиваться с юридическими вопросами, такими как: где кончается воздушное пространство и начинается космическое? Чьи законы действуют на орбитальной станции? Кому принадлежат небесные тела? Можно ли учредить государство на Луне или купить на ней участок? На эти вопросы можно ответить, лишь определив, что такое космическое пространство и какова его принадлежность.

Существует большое число международных договоров в области космоса, которые связывают лишь несколько государств. Примером служит межправительственное Соглашение о Международной космической станции (МКС) от 1998 года [1].

Деятельность, связанная с освоением космоса регулируется внутригосударственным (национальным) правом, распространяющимся только на лиц, находящихся под юрисдикцией соответствующего государства. Ярким примером является Закон РФ «О космической деятельности», регулирующий деятельность, как на Земле, так и в космосе – на российских космических аппаратах.

Государственный суверенитет носит территориальный характер. Воздушное пространство, как и водная поверхность Земли, делится на национальную часть, находящуюся под чьим-либо суверенитетом, и международную – вне суверенитета. В противоположность этому космос во всем своем единстве является международным пространством, открытым для доступа и исследования всеми странами [1].

Стоит заметить, что в 1976 году произошел такой инцидент, когда ряд экваториальных государств пытались заявить свои исключительные права на геоста-

ционарную орбиту под предлогом того, что проекция этой орбиты проходит по их территории, а выведенные на нее объекты неподвижно висят над соответствующими точками земной поверхности. Однако эти притязания были отвергнуты большинством государств со ссылкой на принцип запрещения национального присвоения космического пространства.

Но где, же заканчивается территория государства и начинается космос? На сегодня формального разграничения космоса и воздушного пространства нет. Однако сформировалось молчаливое «джентльменское соглашение» о том, чтобы считать космосом пространство выше 100–110 километров над уровнем моря. Многие юристы-международники справедливо говорят о появлении соответствующего международного-правового обычая [2].

Проблема высотного предела суверенитета весьма актуальна при пересечении национального воздушного пространства в ходе запуска и посадки космических аппаратов. Каждое государство решает эту проблему по-своему. Например, Закон РФ «О космической деятельности» разрешает иностранному космическому объекту одноразовый безвредный пролет через воздушное пространство нашей страны с целью

запуска на околоземную орбиту или дальше, а также с целью возвращения на Землю. Надо только заблаговременно уведомить об этом соответствующие службы.

В международных договорах о космосе есть выражение «сохраняет юрисдикцию и контроль», которое означает, что государство вправе требовать соблюдения национального права на борту своего космического аппарата, привлекать на его основании к ответственности, а также осуществлять другие принудительные акты государственной власти (решения судов и др.). Например, при полете на российских кораблях «Союз», согласно статье 20 российского закона «О космической деятельности», командир экипажа наделяется всей полнотой власти, необходимой для осуществления космического полета, руководства экипажем и другими лицами, участвующими в полете. При этом командиром может быть назначен только гражданин России, а граждане иностранных государств обязаны соблюдать российское законодательство.

Сложные юридические вопросы возникают в рамках реализации международных космических проектов. Так, Соглашение о МКС предусматривает, что каждое из государств сохраняет юрисдикцию и контроль над теми элементами станции, которые оно регистрирует. Иначе говоря, в правовом отношении МКС не рассматривается как единое пространство, а является совокупностью 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 [2].

Международное право считает космос частично демилитаризованным пространством. На орбиту вокруг Земли запрещается выводить ядерное и другое

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.

Стоит отметить некоторые интересные факты:

- космические аппараты являются самой быстрой недвижимостью в мире, так как точки зрения гражданского права они относятся к категории недвижимости (статья 130 Гражданского кодекса РФ);

- некоторые энергичные деятели предлагают за плату назвать ту или иную звезду выбранным вами именем, обещая выдать «документ, подтверждающий факт внесения записи в каталог небесных тел». В действительности же ни авторское право, ни товарные знаки не имеют никакого отношения к присвоению названий звездам;

- Именованию небесных тел традиционно занимается негосударственное научное общество – Международный астрономический союз (МАС). Список этот является закрытым и измениться может только по специальному решению Ассамблеи МАС.

Библиографические ссылки

1. URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Международный астрономический союз](http://ru.wikipedia.org/wiki/Международный_астрономический_союз).

2. URL: http://iau.org/public_press/news/detail/iau0804/.

© Зуева О. В., 2013

УДК 341.229

Д. О. Курбанова

Научный руководитель – В. В. Сафронов

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

ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОСМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА В МИРНЫХ ЦЕЛЯХ

За последние годы первостепенное значение в космическом праве приобрел принцип использования космического пространства в мирных целях. Данный основополагающий принцип закреплён в правовых актах о космической деятельности. Предпринята попытка проанализировать механизм реализации космического пространства в мирных целях на благо всего человечества.

Вопрос использования космического пространства и небесных тел затрагивает интересы всех стран и регулируется как национальными, так и международно-правовыми актами. Правовой режим космического пространства, Луны и других небесных тел определяется прежде всего Договором о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела (Москва – Вашингтон – Лондон, 27 января 1967 г.), а также Соглашением о деятельности

государств на Луне и других небесных телах (Нью-Йорк, 18 декабря 1979 г.) [4]. Согласно этим документам исследование и использование космического пространства должно осуществляться в мирных целях и в интересах всего человечества; на космическое пространство, Луну, небесные тела не может распространяться суверенитет отдельных государств. С учетом этих положений происходило и происходит формирование и закрепление в международных договорах принципов и норм международного космического

права. Космическое пространство, включая Луну и другие небесные тела, открыто для исследования и использования всеми государствами без какой бы то ни было дискриминации, на основе равенства, при свободном доступе во все районы небесных тел [1]. Принцип свободы исследования и использования космического пространства и небесных тел охватывает и научные исследования. Важным элементом космического права является принцип частичной демилитаризации космического пространства и полной демилитаризации небесных тел. Это означает, что государства – участники Договора обязуются не выводить на орбиту вокруг Земли любые объекты с ядерным оружием или любыми другими видами оружия массового уничтожения, не устанавливать такое оружие на небесных телах и не размещать его в космическом пространстве каким-либо иным образом. Отсюда следует, что космос является частично (в отношении оружия массового уничтожения) демилитаризованным. Исключительно в мирных целях используются Луна и другие небесные тела: запрещается создание военных баз, сооружений и укреплений, испытание любых типов оружия и проведение военных маневров. Следовательно, на Луне и других небесных телах установлен режим полной демилитаризации [3].

Ограничение военной деятельности в космосе и на небесных телах предусмотрено и в других международных актах, в частности, в Договоре о запрещении испытаний ядерного оружия в атмосфере, в космическом пространстве и под водой. Международно-правовой режим космического пространства и небесных тел предусматривает и частичную демилитаризацию космического пространства, и полную демилитаризацию Луны и других небесных тел. На них запрещается угроза силой или применение силы, любые другие враждебные действия или угроза совершения враждебных действий. Запрещается также использование небесных тел для совершения любых подобных действий или применения любых подобных угроз в отношении Земли, Луны, космических кораблей, персонала космических кораблей или искусственных космических объектов. Государства-участники обязуются не выводить на орбиту вокруг Луны или на другую траекторию полета к Луне (другим небесным телам) или вокруг нее объекты с ядерным оружием или любыми другими видами оружия массового уничтожения, а также не устанавливать и не использовать такое оружие на поверхности Луны или в ее недрах. Запрещается создание на Луне (других небесных телах) военных баз, сооружений и укреплений, испытание любых типов оружия и проведение военных маневров. Использование военного персонала для научных исследований или каких-либо иных мирных це-

лей не запрещается [5]. Не запрещается также использование любого оборудования или средств, необходимых для мирного исследования и использования Луны.

Проблема демилитаризации космоса, недопущение перенесения туда гонки вооружений – это глобальная проблема современности, ибо от этого зависит будущее человечества, судьба цивилизации. 40-я сессия Генеральной Ассамблеи ООН (декабрь 1985 г.) по инициативе нашей страны приняла резолюцию «За предотвращение гонки вооружений в космосе, за его мирное освоение», в которой требуется от всех государств, особенно тех, которые обладают крупным потенциалом в космической области, принять немедленные меры для предотвращения гонки вооружений в космическом пространстве. Договор о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела, не запрещает использование военного персонала для научных исследований, а также применение любого оборудования или средств, необходимых для мирного исследования космоса. В этой связи следует сказать, что использование в космосе ядерных источников энергии (ЯИЭ) не противоречит нормам международного права. Принципы, касающиеся использования ядерных источников энергии в космическом пространстве, от 23 июня 1992 г. одобрены резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН 47/68 от 14 декабря 1992 г. В настоящее время используются в основном два типа ЯИЭ – радиоизотопные генераторы и ядерные реакторы. Указанные ЯИЭ невзрывоопасны и уже в силу одного этого не могут рассматриваться в качестве оружия массового уничтожения, размещение которого в космосе запрещено [2]. Применение ЯИЭ в целях мирного исследования и использования космического пространства требует специальной регламентации с учетом их специфики.

Библиографические ссылки

1. Анцелевич Г. А., Высоцкий А. Ф. Современное международное публичное право. М.: Международные отношения. 2008. 436 с.
2. Колосов Ю. М., Жуков Г. П. Международное космическое право. М.: Междунар. от. 2009. 187 с.
3. Лукашук И. И. Международное право. Особенная часть. М., 2010. 398 с.
4. Жукова Г. П. Международное космическое право. М., 2009. 278 с.
5. Международное право : сб. лекций для вузов / под ред. Н. К. Стрельцова. М.: МГУПРАВ, 2007. 256 с.

© Курбанова Д. О., 2013

УДК 341.229

Е. А. Макарова
Научный руководитель – В. В. Сафронов
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

К ВОПРОСУ О ПРИНЦИПАХ КОСМИЧЕСКОГО ПРАВА

Космическое право, наряду с предметом и методом, имеет свои принципы правового регулирования, то есть основополагающие начала, на которых она строится. Принципы космического права можно разделить на общие, свойственные всей отрасли международного права, и специальные, регулирующие специфический предмет рассматриваемой подотрасли.

Актуальность исследуемой проблемы обусловлена тем, что принципами международного космического права являются те базисные нормы, на основе которых должны разрабатываться правила поведения субъектов международного права в связи с их деятельностью в космосе. Рассмотрение вопросов связанных с данной тематикой носит как теоретическую, так и практическую значимость. Теоретическое значение изучения принципов международного космического права заключается в том, что данные принципы нашли свое закрепление в нормах международного права, регулирующих космическую деятельность. Для получения исследования космического права необходимо рассмотрение отдельных принципов космического права. В связи с чем требуется изучение международно-правовых и национальных законодательных актов с точки зрения закрепления в них принципов космического права, а также изучение новейших отечественных и зарубежных исследований по сходной проблематике. Указанные базисные нормы закреплены в Договоре о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела, 1967 г. согласно указанному документу, к основным принципам относятся следующие [1]:

- 1) исследование и использование космоса на благо и в интересах всего человечества;
- 2) равенство при исследовании и использовании космоса; свобода научных исследований в космосе;
- 3) недопустимость национального присвоения космоса; исследование и использование космоса в мирных целях;
- 4) международная ответственность за национальную деятельность в космосе;
- 5) международная ответственность за ущерб, причиненный космическими объектами;
- 6) национальная юрисдикция и контроль государства над космическими объектами, занесенными в его регистр;
- 7) сотрудничество и взаимная помощь при осуществлении космической деятельности;
- 8) осуществление исследования и использования космоса без вредного его загрязнения [2].

Отдельные принципы в силу их исключительной важности, требуют детального рассмотрения. Так, принципом международного космического права является содействие международному сотрудничеству в мирном исследовании и использовании космического пространства. В связи с этим участники Договора

1967 г. обязуются в максимально возможной и практически осуществимой степени информировать Генерального секретаря ООН, а также общественность и международное научное сообщество о характере, ходе, местах и результатах космической деятельности [4].

Важнейшим принципом, закрепленным Договором, является свобода исследования и использования космического пространства, Луны и других небесных тел в мирных целях [6]. Согласно положениям Договора исследование и использование космического пространства, включая Луну и другие небесные тела, осуществляются на благо и в интересах всех стран, независимо от степени их экономического или научного развития, и являются достоянием всего человечества. Космическое пространство, включая Луну и другие небесные тела, открыто для исследования и использования всеми государствами без какой бы то ни было дискриминации на основе равенства и в соответствии с международным правом, при свободном доступе во все районы небесных тел. К принципам космического права относится и недопущение вредного загрязнения космоса, а также неблагоприятных изменений земной среды вследствие доставки внеземного вещества [5]. Если государство – участник Договора имеет основание полагать, что запланированные им или его гражданами деятельность или эксперимент создадут потенциально вредные помехи деятельности других участников Договора в деле мирного исследования и использования космического пространства, то оно обязано провести необходимые международные консультации.

Библиографические ссылки

1. Анцелевич Г. А., Высоцкий А. Ф. Современное международное публичное право. М. : Междунар. отношения., 2008. 436 с.
2. Колосов Ю. М., Жуков Г. П. Международное космическое право. М. : Междунар. отношения. 2009. 187 с.
3. Лукашук И. И. Международное право. Особенная часть. М., 2010. 398 с.
4. Жукова Г. П. Международное космическое право. М., 2009. 278 с.
5. Международное право : сб. лекций для вузов / под ред. Н. К. Стрельцова. М. : МГУПРАВ, 2007. 256 с.
6. Международное космическое право / под ред. А. С. Пирадова. М., 2007. 329 с.

© Макарова Е. А., 2013

УДК 669.713.7

М. Н. Максимова, Р. Р. Алексеев
Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ВОЗДУШНОГО ПРАВА

Проблемы международного воздушного права продолжают оставаться актуальными на сегодняшний день. Рассматриваются вопросы правоприменения Варшавской и Монреальской конвенции, анализируются недостатки указанных документов и определяются пути решения проблем их реализации.

Конвенция для унификации некоторых правил международных воздушных перевозок (Монреальская конвенция 1999 года) вступила в силу 4 ноября 2003 г. в 90 странах мира. Япония, Португалия, Мексика, Канада, США и другие страны приняли ее и ратифицировали, но многие из этих государств до сих пор не отменили действие Варшавской конвенции об унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок (Гамбургские правила), следовательно, в них действуют две системы – варшавская и монреальская. Возможность параллельного участия в обеих системах существенно замедляет процесс замены варшавских правил более универсальной системой, предложенной Монреальской конвенцией [1].

Основными причинами принятия Монреальской конвенции являлись слишком низкие по сравнению с сегодняшними социальными и экономическими стандартами пределы ответственности Варшавской системы, проблема длительных разбирательств, вредящих деловой репутации воздушного транспорта в целом, увеличение разными государствами пределов ответственности, необходимость консолидации всего имеющегося конвенционального механизма по вопросам воздушных перевозок, а также учета направлений сложившейся международной практики.

Монреальская Конвенция дает новое, более адаптированное под современное время определение международной воздушной перевозки, называя в качестве таковой всякую перевозку, при которой место отправления и место назначения вне зависимости от того, имеются или нет перерыв или перегрузка, расположены либо на территории двух государств-участников конвенции, либо на территории одного и того же государства-участника, если согласованная остановка предусмотрена на территории другого государства, даже если государство не является государством-участником Монреальской конвенции.

На момент принятия Монреальской конвенции Варшавская система насчитывала уже свыше 10 документов, что представляло большую сложность в определении и разграничении всех режимов ответственности и являлось причиной путаницы для практикующих юристов. В связи с этим уже на конференции 1975 г. в Монреале был поставлен вопрос о создании Единой конвенции для унификации некоторых правил о международной воздушной перевозке. Результат этой многолетней работы – Монреальская конвенция 1999 г. – действительно основывается на консолидации всех существующих документов Вар-

шавской системы в редакции Монреальского протокола и с учетом последних документов не конвенционального характера, повысивших на практике ответственность воздушного транспорта перед пассажирами.

Монреальская конвенция узаконила существование двух видов перевозочной документации, применяемой при оформлении международных воздушных перевозок: бумажного и электронного билета. Если используются электронные средства оформления договора, пассажиру вручается письменное уведомление о том, что Монреальская конвенция регламентирует и может ограничивать ответственность перевозчиков в случае причинения вреда его жизни и здоровью, в случае несохранности багажа и при задержке в перевозке.

Варшавская конвенция, в силу своего создания в 1929 г., не могла предусмотреть применение электронного билета [2].

Однако принятие Монреальской конвенции не устранило ни проблему комплексности конвенций, ни действие актов Варшавской системы, что создает для правоприменителя определенные трудности. Монреальская конвенция, таким образом, на настоящий момент стала лишь еще одним документом в области регулирования международных воздушных перевозок. В связи с этим нередко встречаются суждения негативного характера в отношении этой унификации.

Более того, в случаях признания государствами единообразных правил, но для одних – закрепленных в тексте Монреальской конвенции, а для других – в соответствующих документах Варшавской системы (например, Монреальский протокол или Гвадалахарской конвенции), при перевозке между этими государствами формально признанные ими положения могут оставаться бездействующими.

Единственный выход из сложившейся ситуации здесь – чтобы все государства – участники Варшавской системы как можно быстрее ратифицировали Монреальскую конвенцию, равно как и Монреальские протоколы 1975 г., с тем, чтобы свести к минимуму количество применяемых режимов Варшавской системы [3].

С 2013 года Россия присоединилась к Монреальской конвенции. Она регулирует только международные перевозки, упрощает требования к документу, выдаваемому перевозчиком пассажиру, предусматривает значительное повышение ответственности авиакомпаний, а также упрощает механизм получения компенсаций. Интересы пассажиров согласно Монре-

альской конвенции выше интересов перевозчиков. Сейчас уже более 100 государств отказались от использования Варшавской системы и применяют правила и нормы Монреальской конвенции [4].

Библиографические ссылки

1. Газета «АГ». 2012. № 16.
2. URL: <http://pravorub.ru/articles/18766.html> (дата обращения: 26.03.2013 г.).

3. URL: http://otherreferats.allbest.ru/law/00087853_1.html (дата обращения: 25.03.2013).

4. Деловой авиационный портал. URL: <http://www.ato.ru/content/rossiya-ratificiruet-monrealskuyu-konvenciyu-do-konca-2012-goda/>.

© Максимова М. Н., Алексеев Р. Р., 2013

УДК 341.229:339.9

Н. И. Наумцев

Научный руководитель – В. В. Сафронов

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

ЭКСПОРТНЫЙ КОНТРОЛЬ КОСМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассматривается нормативно-правовое регулирование экспортного контроля в области космической деятельности. Цели, принципы, методы осуществления экспортного контроля, а также списки (перечни) контролируемых товаров и технологий в области космической деятельности.

В связи с ростом производства продукции космического назначения, а также возможностью применения данной продукции в качестве товаров двойного назначения применяется экспортный контроль, правовое регулирование которого на современном этапе осуществляется не только национальным законодательством, но и законодательством Таможенного союза Российской Федерации, Республики Казахстан, Республики Беларусь (Таможенный союз). Так, согласно федеральному закону от 18.07.1999 г. № 183-ФЗ «Об экспортном контроле» под экспортным контролем понимается комплекс мер, обеспечивающих реализацию порядка осуществления внешнеэкономической деятельности в отношении товаров, информации, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности (прав на них), которые могут быть использованы при создании оружия массового поражения, средств его доставки, иных видов вооружения и военной техники либо при подготовке и (или) совершении террористических актов [1].

Экспортный контроль преследует следующие цели:

1. Защита интересов Российской Федерации.
2. Реализация требований международных договоров Российской Федерации в области нераспространения оружия массового поражения, средств его доставки, а также в области контроля за экспортом продукции военного и двойного назначения.
3. Создание условий для интеграции экономики Российской Федерации в мировую экономику.
4. Противодействие международному терроризму [1].

Для достижения целей экспортного контроля применяются принципы государственной политики в данной области:

1. Добросовестность выполнения международных обязательств Российской Федерации в области нераспространения оружия массового поражения, средств его доставки, а также в области контроля за экспортом продукции военного и двойного назначения.

2. Законность, гласность и доступность информации по вопросам экспортного контроля.

3. Приоритет интересов безопасности государства.

4. Осуществление экспортного контроля только в той мере, в какой это необходимо для достижения его целей [1].

Для успешной реализации принципов государственной политики в области экспортного контроля применяются методы правового регулирования внешнеэкономической деятельности для их реализации. К таковым методам относятся следующие:

1. Идентификация контролируемых товаров и технологий.

2. Разрешительный порядок осуществления внешнеэкономических операций с контролирующими товарами и технологиями.

3. Таможенный контроль при совершении таможенных операций в отношении контролируемых товаров и технологий, ввозимых в Российскую Федерацию и вывозимых из Российской Федерации.

4. Организация и проведение проверок соблюдения российскими участниками внешнеэкономической деятельности требований в отношении порядка осуществления внешнеэкономических операций [1].

Разрешительный порядок осуществления внешнеэкономических операций предусматривает собой лицензирование. Органом, уполномоченным выдавать лицензии на осуществление внешнеэкономических операций с контролируемой продукцией, является Федеральная служба по техническому и экспортному контролю [2].

Органом, задачей которого является организация работ по обеспечению экспортного контроля и таможенного оформления товаров в области космической деятельности, является Роскосмос.

В связи с тем, что Российская Федерация является неотъемлемой частью Таможенного союза, то списки (перечни) товаров, подлежащих экспортному контролю, являются общими для государств – участников

Таможенного союза. Типовой список подлежащих экспортному контролю оборудования, материалов и технологий, которые могут быть использованы при создании ракетного оружия, утвержден Решением Межгоссовета ЕврАзЭС от 21 сентября 2004 года № 190. Список структурирован. В нем отражается наименование товара или технологии, а также клас-

сификационный код согласно Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности. Ниже в таблице приведен фрагмент данного списка.

Таблица. Фрагмент типового списка подлежащих экспортному контролю оборудования, материалов и технологий, которые могут быть использованы при создании ракетного оружия [3].

№ пункта	Наименование	Код ТН ВЭД <*>
	Категория 1 Законченные средства доставки	
1.1.	Оборудование, сборочные единицы и составные элементы	
1.1.1.	Ракеты (включая баллистические ракеты, ракеты-носители и исследовательские ракеты), способные доставлять полезную нагрузку не менее 500 кг на дальность не менее 300 км	8802 60; 9306 90

Таким образом, товары космического назначения, с которыми совершаются внешнеэкономические операции, подлежат экспортному контролю в целях обеспечения безопасности государства, его политических, экономических и военных интересов.

Библиографические ссылки

1. Об экспортном контроле : федер. закон от 18.07.1999 г. № 183-ФЗ // Собрание законодательства РФ № 30 от 26.07.1999 г., в ред. от 06.12.2011 г. URL: www.consultant.ru.

2. Об утверждении Положения о лицензировании внешнеэкономических операций с товарами, информацией, работами, услугами, результатами интел-

лектуальной деятельности (правами на них), в отношении которых установлен экспортный контроль : Постановление Правительства РФ от 15.09.2008 № 691 // Собрание законодательства РФ № 38 от 22.09.2008 г., в ред. от 28.03.2012 г. URL: www.consultant.ru.

3. Типовой список подлежащих экспортному контролю оборудования, материалов и технологий, которые могут быть использованы при создании ракетного оружия : Решение Межгоссовета ЕврАзЭС от 21 сентября 2004 года № 190. URL: www.tsouz.ru.

© Наумцев Н. И., 2013

УДК 341.229

В. С. Ненахова

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

ПРОБЛЕМЫ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТРАХОВАНИЯ КОСМИЧЕСКИХ РИСКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В условиях бюджетных ограничений и экономической рецессии государства не способны обеспечить полное финансовое покрытие в случае аварии в результате национальной космической деятельности и вынуждены обращаться к механизмам страхования.

Основным инструментом координации деятельности частного космического сектора со стороны государства является лицензирование. В отличие от общепринятой мировой практики российское законодательство не рассматривает страхование как обязательное условие выдачи лицензии на осуществление космической деятельности. Данную особенность можно объяснить тем, что космос является сферой стратегических интересов России, ракетно-космическая техника создается за счет средств федерального бюджета и находится в собственности государства. Монополия государства в рассматриваемой области очевидна, и пока не представляется возможным говорить о коммерциализации космической деятельности в чистом виде и росте частного космического сектора. Тем не менее, вопрос государственной поддержки зарождающегося национального коммер-

ческого сектора в области космоса является чрезвычайно актуальным и потребует пристального внимания с точки зрения создания правовых условий указанных процессов в ближайшем будущем.

Коммерческий космический сектор в большей мере настроен минимизировать факторы риска в рамках коммерческих космических проектов, в связи с чем требуются стабильные, развитые и прозрачные правовые условия страхования.

Действующие нормы международного космического права (далее – МКП) выделяют ответственность государств за выплату компенсации только в случае причинения вреда третьим лицам (государству, международной организации, юридическим или физическим лицам, а также их имуществу). Согласно ст. II Конвенции об ответственности 1972 г. [1], запускающее государство несет абсолютную ответственность

за выплату компенсации за ущерб, причиненный его космическим объектом на поверхности Земли или воздушному судну в полете вне зависимости от наличия и степени вины. Если же ущерб космическим объектом запускающего государства причинен космическому объекту другого запускающего государства либо лицам или имуществу на борту такого космического объекта в любом месте, помимо поверхности Земли, применяется критерий вины для определения ответственности (ст. III). Конвенция устанавливает общее требование к возмещению причиненного ущерба (ст. XII): «Компенсация, которую запускающее государство обязано выплатить на основании настоящей Конвенции за причиненный ущерб, определяется в соответствии с международным правом и принципами справедливости, с тем, чтобы обеспечить возмещение ущерба, восстанавливающее физическому или юридическому лицу, государству или международной организации, от имени которых предъявляется претензия, положение, которое существовало бы, если бы ущерб не был причинен».

На практике следует выделять два вида страхования. Первый и приоритетный – это страхование ответственности государств за возможный вред, который может быть причинен в рамках национальной космической деятельности. Второй – страхование жизни и здоровья космонавтов и работников объектов космической инфраструктуры, а также страхование имущества (ракета-носитель, разгонный блок, космический аппарат, стартовый комплекс, элементы наземной инфраструктуры).

В Российской Федерации предпосылки формирования системы страхования космических рисков появились с началом рыночных реформ. К настоящему времени завершен начальный организационный этап создания отечественной системы страхования космической деятельности, отработаны и применяются единые принципы и процедуры размещения космических рисков на страховом рынке, сопутствующего документооборота, однако требуется дальнейшее ее совершенствование в соответствии с требованиями современных экономических отношений.

Говоря о законодательном закреплении, страхованию космических рисков посвящена ст. 25 Закона «О космической деятельности» № 5663-1 от 20.08.1992 [2], которая устанавливает обязательное страхование жизни и здоровья космонавтов, работников объектов космической инфраструктуры, а также ответственности за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу других лиц. Порядок и условия обязательного страхования должны быть определены отдельным законом. И так как в настоящее время отсутствует специализированный нормативно-правовой акт по данной проблеме, страхование космических рисков, в том числе риска ответственности перед третьими лицами, производится на основании положений Закона «Об организации страхового дела в Российской Федерации» № 4015-1 от 27.11.1992 и гл. 48 ч. 2 Гражданского кодекса Российской Федерации [3].

С 2002 г. ведется работа над проектом федерального закона «О страховании рисков при осуществлении космической деятельности», который призван обеспечить понятный правовой режим всех видов страхования (личного и имущественного) в рамках всего жизненного цикла объектов космической инфраструктуры, находящихся, прежде всего, в государственной собственности (ракет-носителей, разгонных блоков, стартовых комплексов, космических аппаратов и их частей и др.). Целью принятия закона является экономическая защита государственных интересов в случае наступления международной ответственности за ущерб в результате национальной космической деятельности, а также обеспечение беспрепятственного выполнения Федеральной космической программы России и иных федеральных целевых программ, в рамках которых осуществляется создание и использование ракетно-космической техники [4].

Принятие федерального закона позволит свести к минимуму проблему значительных внеплановых выплат в случае возникновения аварий в короткий срок, гарантировать возмещение ущерба, причиненного жизни, здоровью и имуществу третьих лиц в связи с космической деятельностью, упростить процедуру определения условий договора страхования, при наступлении страхового случая не отвлекать денежные средства от различных государственных и международных программ на выплату компенсаций пострадавшей стороне, а направить их на реализацию вышеуказанных программ, а также сконцентрировать финансовые средства на российском страховом рынке, уменьшая их отток за рубеж.

В настоящее время неполнота регламентирующих документов по организации страхования космических рисков не позволяет в полной мере использовать финансовые ресурсы российского страхового рынка. В том числе для обеспечения стабильности и непрерывности космической деятельности, компенсации потенциального ущерба при ее осуществлении, снижения нагрузки на государственный бюджет в силу отсутствия четких механизмов привлечения собственных средств предприятий.

Библиографические ссылки

1. UN GA Res. 2777 (XXVI) // *United Nations Treaties and Principles on Outer Space*. NY: United Nations Publ., 2008. P. 13–22.
2. Закон РФ от 27 нояб. 1992 г. № 4015-1 (ред. от 21.07.2005) «Об организации страхового дела в Российской Федерации» // *Ведомости СНД и ВС РФ*, 14.01.1993. № 2. Ст. 56.
3. Закон РФ от 20 авг. 1993 г. № 5663-1 (ред. от 02.02.2006) «О космической деятельности» // *Российская газета*. № 186. 06.10.1993.
4. Официальный сайт федерального космического агентства (Роскосмос). URL: <http://www.roscosmos.ru/main.php?id=412>.

© Ненахова В. С., 2013

УДК 669.713.7

Д. А. Рябов

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

ПРАВОВОЙ СТАТУС БЕСПИЛОТНЫХ ЛЕТАТЕЛЬНЫХ АППАРАТОВ В МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ И В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Рассматривается историческая составляющая вопроса. Приводятся отсылки к международной документации, относящейся к определению правового статуса беспилотных летательных аппаратов. Освещаются инициативы российских регуляторов.

История создания беспилотных летательных аппаратов восходит к концу XIX века. В 1898 году Никола тесла создал первое радиоуправляемое судно. Однако идея создания радиоуправляемых летательных аппаратов появилась десятилетием позже, когда военный инженер из Огайо Чарльз Кеттеринг предложил использовать летательные аппараты без непосредственного присутствия человека на борту. Таким образом, идея создания БЛА лишь немногим моложе первых шагов братьев Райт в воздухе. Двумя десятилетиями позже в Великобритании был разработан первый БЛА многократного использования, управляемых посредством радио. Вторая мировая война так же дала толчок развитию радиоуправляемых типов оружия, которые, к сожалению, с успехом применялись войсками нацистской Германии. Тенденция развития беспилотных летательных аппаратов в качестве вида вооружения продолжилась и во времена холодной войны. Их применение оттачивалось в ходе локальных конфликтов второй половины XX века [1].

Однако куда более интересно применение беспилотных летательных аппаратов в гражданской авиации, где с их помощью может быть решена масса насущных проблем. Дроны, стоящие на службе служб по чрезвычайным ситуациям, могут быть использованы для контроля пожарной безопасности, полицейские дроны используются для патрулирования территории ответственности. Нефтяные компании нуждаются в контроле протяженных топливопроводных сетей. Для его осуществления так же могут быть использованы беспилотные летательные аппараты.

По данным Европейского Союза, наибольший спрос на беспилотные летательные аппараты предъявляют правительственные структуры. До четверти объема спроса принадлежит пожарным, в то время как спрос на дроны со стороны сельскохозяйственных структур и энергетического сектора составляет 13 % и 10 % соответственно [2].

Однако, не смотря на длительную историю применения, статус беспилотных летательных аппаратов долгое время оставался неопределенным, поскольку, как уже было сказано выше, применялись БЛА в основном в военных целях.

История регулирования этого направления началась в 1944 году. В рамках Конвенции о международной гражданской авиации, в дальнейшей именуемой Чикагской конвенцией, в 8 статье было определено, что «никакое воздушное судно, способное совершать полеты без пилота, не производит полета без пилота

над территорией Договаривающегося государства, кроме как по специальному разрешению этого государства и в соответствии с условиями такого разрешения» [3].

Определение беспилотным летательным аппаратам было дано в рамках глобальной эксплуатационной концепции организации воздушного движения: «Беспилотный летательный аппарат представляет собой воздушное судно без пилота в смысле статьи 8 Конвенции международной гражданской авиации, которое выполняет полет без командира воздушного судна на борту и либо полностью дистанционно управляется из другого места (с земли, с борта другого воздушного судна, из космоса), либо запрограммировано и полностью автономно» [4].

12 апреля 2005 года в ходе 169 сессии Аэронавигационной комиссии Генеральному секретарю было предложено провести консультации с отдельными государствами и международными организациями касательно существующего и планируемого международного применения гражданских беспилотных летательных аппаратов в гражданском воздушном пространстве. Основной целью было исключение опасности применения БЛА для гражданских судов, а так же выработка процедур, которые могут применяться для выдачи специальных эксплуатационных разрешений на выполнение международных полетов гражданских БЛА.

К работе по БЛА подключилась ИКАО. В ходе двух неофициальных совещаний в 2006-2007 годах было выявлено, что ИКАО не является подходящим органом для разработки спецификаций в этой области. Так же было отмечено, что RTCA и EUROCAE уже ведут активную разработку необходимых спецификаций. Было решено, что задача ИКАО будет координировать создание нормативной базы по беспилотным летательным аппаратам. В 2011 году организация выпустила циркуляр № 328, который был посвящен теме беспилотных авиационных систем [5].

Наряду с международным регулированием, Российское правительство так же выступает с инициативами, направленными на развитие беспилотных летательных аппаратов. В ноябре 2012 года министерство транспорта выступило с предложением о присвоении особого статуса БЛА. По нынешнему законодательству «беспилотники» являются такими же воздушными судами, как и самолеты. Это существенно затрудняет их использование. Инициатива министерства заключается в введении специального порядка для беспи-

лотных аппаратов со взлетной массой до 115 кг. Специальный порядок позволит использовать БЛА без сертификата летной годности и отменит необходимость наличия документов у пилота. Так же воздушный кодекс РФ пополнится такими терминами как «внешний экипаж», «беспилотная авиационная система» и другими [6].

Подводя итог всему вышеперечисленному, можно сделать однозначный вывод о целесообразности развития беспилотной авиации. Мы видим, что создание нормативной базы, которая призвана регулировать эту ветвь воздушного права, является общемировой тенденцией. В то же время, развитие БАС идет в соответствии с принципами обеспечения безопасности воздушного движения и безопасности пассажиров в воздушном пространстве и на поверхности земли.

Библиографические ссылки

1. История БПЛА [Электронный ресурс]. URL: http://aerob.ru/tech_hist.html.
2. «Гражданские перспективы беспилотников», Владимир Карнозов, (спецвыпуск Milex – ISSE 2011) // ООО ИАЦ «Новые технологии», 2011.
3. Чикагская конвенция 7.12.1944 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.un.org/ru/ecosoc/icao/>.
4. Global Air Traffic Management Operational Concept 2005 [Электронный ресурс]. URL: http://www.icao.int/Meetings/anconf12/Document%20Archive/9854_cons_en%5B1%5D.pdf.
5. Unmanned Aircraft Systems (UAS) 2011 cir 328 [Электронный ресурс]. URL: http://www.icao.int/Meetings/UAS/Documents/Circular%20328_en.pdf.
6. Беспилотным самолетам и вертолетам делегируют особые права 25.10.2012 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fontanka.ru/2012/10/25/021/>.

© Рябов Д. А., 2013

УДК 34

В. В. Сафронов

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

К ВОПРОСУ О ПРАВОВОЙ ПРИРОДЕ КОСМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Космическое пространство (космос) является основным понятием отрасли «Космическое право». Представлена попытка проанализировать понятие, признаки, место космического пространства в системе права. До настоящего времени отсутствует легальное определение космического пространства в нормативных документах международного права.

В философии космос определяется (греч. – Вселенная) как мир в целом, как вся совокупность бесконечной в пространстве и времени движущейся материи, включая Землю, Солнечную систему, нашу галактику. В философском словаре сказано, что под космосом понимается лишь часть Вселенной, соседняя с Землей, причем за вычетом самой Земли. В этом значении «космическое» означает «внеземное». При этом в философии граница между Землей и космосом остается обычно неопределенной [1].

Как правило, под космическим пространством (космосом) понимается пространство за пределами земной атмосферы. Атмосфера – это газовая оболочка Земли, 99 % которой сконцентрировано в слое до высоты 30–35 км от земной поверхности. Но это понятие не является правовым и относительно условно, так как молекулы воздуха могут быть обнаружены и на высотах, достигающих нескольких сотен тысяч километров. С точки зрения международного права деление надземного пространства на воздушное и космическое необходимо из-за различий в правовых режимах двух этих пространств. Воздушное пространство по международному праву делится на национальное (находящееся над территорией и под юрисдикцией этого государства, а поэтому входящее в сферу его полного и исключительного территориального суверенитета) и международное (находящееся за предела-

ми государственных воздушных территорий). Космическое пространство неделимо и на всем его протяжении находится в общем пользовании [2].

Рассмотрим, каким образом сегодня при отсутствии такой нормы в документах по международному космическому праву решаются вопросы космической деятельности. Процесс осуществления различными государствами своей космической деятельности сформировал международный обычай – норму, определяющую, где проходит граница воздушного пространства и космоса. Межгосударственная практика, концентрирующая данный обычай, состояла, с одной стороны, из притязаний космических держав на право беспрепятственного осуществления деятельности по исследованию и использованию космоса с помощью космических объектов над территориями государств на различной высоте, в том числе на высоте, определяемой низшим возможным перигеем спутника на орбите, а с другой – из активной или пассивной реакции государств, над территориями которых осуществлялась эта деятельность, – реакции, выражающей признание такого права. Практику государств в этой области составляли такие акты:

- фактические действия космических держав по запуску космических объектов на различную высоту над уровнем океана;
- официальные заявления представителей заинтере-

ресованных государств по вопросам, связанным с правом осуществлять такую деятельность на различных международных форумах;

– отсутствие протестов или иных актов, ясно свидетельствующих об отказе признать законность деятельности по исследованию космоса на различных высотах со стороны других государств.

Анализ существующей практики позволяет сформулировать правило поведения, соблюдаемое всеми государствами в их взаимных отношениях. В своей практике государства придерживаются нормы, согласно которой космические объекты в свободном полете на орбите с наиболее низкими перигеями, которые на данный момент технически возможны, находятся в сфере действия границы свободы исследования и использования космического пространства, т. е. в открытом космосе. В соответствии с этой практикой суверенитет государств не распространяется выше пределов, очерченных минимальными перигеями спутников на орбите. Международная авиационная федерация (ФАИ) регистрирует полет как космический, начиная с высоты 100 км. Именно на этой высоте космический аппарат может совершить полный орбитальный виток вокруг Земли, после чего начинается его вход в плотные слои атмосферы, торможение и падение на Землю (если объект не сгорит в плотных слоях атмосферы). Таким образом, нижним пределом космического пространства и, соответственно, высшим пределом национального воздушного пространства (в настоящее время в отсутствие договорной нормы согласно установившейся практике) считаются технически возможные наиболее низкие орбиты искусственных спутников, на которых возможно использование этих спутников в свободном полете (100±10 км над уровнем океана) [3].

Однако даже с учетом сказанного следует признать, что существующая проблема делимитации воздушного и космического пространства окончательно будет решена только после принятия международным сообществом соответствующей договорной нормы. Думается, что при определении космоса явно недостаточно только провести границу между космическим пространством и атмосферой Земли. С правовой точки зрения было бы неверным отождествлять космическое пространство и находящиеся в нем небесные тела. Анализ правового режима собственно космического пространства и небесных тел говорит об их существенном различии (на небесных телах действует режим полной демилитаризации, который на космос не распространяется). В связи с этим представляется, что космическое пространство должно быть юридически определено как межпланетное пространство за пределами атмосфер Земли и других небесных тел, в пределах которого возможно осуществление космической деятельности, среда, в которой в качестве главной силы, действующей на космический объект, является сила тяготения.

Библиографические ссылки

1. *Философский словарь* / под ред. М. М. Розенталя и П. Ф. Юдина. М. : Политиздат, 1963. С. 217.
2. Васьков С. А., Малков С. П. *Нормативно-правовое обеспечение космической деятельности : монография* / СПбГУАП. СПб., 2003. 164 с.
3. Василевская Э. Г. *Правовые проблемы исследования и использования Луны и других небесных тел // Тенденции развития космического права / под общей ред. проф. А. С. Пирадова. М. : Наука, 1971. С. 166–167.*

© Сафронов В. В/. 2013

УДК 34.069

К. С. Скопцова

Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова

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

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВОЗДУШНОГО ТЕРРОРИЗМА В РОССИИ И МИРЕ

Рассмотрено нормативно-правовое регулирование борьбы с воздушным терроризмом. Проанализирован ряд правовых документов на предмет пробелов и противоречий. Акцент сделан на уголовно-правовом регулировании противодействий терроризму в силу его особой значимости.

Терроризм в наше время становится одной из глобальных проблем человечества. Самым опасным из всех видов терроризма считается воздушный терроризм, поскольку крайне сложно предпринять немедленные действия по освобождению заложников, когда они захвачены в воздухе, а именно – в закрытом пространстве воздушного судна.

Мотивы совершения терактов в основном идеологические или террористы ставят перед собою цель причинения крупного материального ущерба [1].

В некоторых случаях террористические действия имеют рекламный характер, в Советском Союзе причиной совершения акта терроризма послужила вынужденная необходимость, связанная с невозможностью мирно покинуть страну (как это произошло с семьей Овечкиных в 1988 г.). Следует также отметить, что террористический акт, произошедший в США 11 сентября 2001 года, стал критической точкой в определении целей терактов и отношения к ним. Большинство угонов до этого события имели целью

предъявление требований к властям страны. Но с момента разрушения Всемирного торгового центра каждый воздушный теракт рассматривается как потенциальный акт террориста-смертника. Чрезвычайная опасность и широкая распространенность подобных явлений требует максимизации эффективности превентивных мер и мер по борьбе с ними.

Нормативно правовое регулирование воздушного терроризма представлено двумя уровнями – международным и национальным законодательствами. Среди международных нормативно-правовых актов основными являются принятые ООН Конвенции 1963, 1970 и 1971 гг. Принятие вышеупомянутых конвенций позволило определить следующие категории:

- толкование основных понятий данной области правового регулирования,
- права и обязанности договаривающихся государств, членов экипажа [5] воздушного судна,
- юрисдикцию договаривающихся государств

Однако некоторые проблемные вопросы остались нерешенными. Неприменение данных конвенция к «к воздушным судам, занятым на военной, таможенной и полицейской службах» [6; 7] фактически означает отсутствие правового регулирования борьбы с воздушным терроризмом в случае угона или захвата судна такого типа. Напомним, что техника, занятая на вышеперечисленных службах, является весьма привлекательной для террористов, особенно если целью теракта является выдвижение требований к властям. Кроме того, в Конвенциях отсутствует четкое регулирование вопроса о том, какие меры применять в отношении лица, совершившего преступление. Речь идет лишь об условиях заключения и удержания преступника под стражей [7].

Особое внимание необходимо обратить на возможность лишения преступника жизни и на обстоятельства, исключаящие преступность деяния. В законодательстве Российской Федерации действия в отношении преступника регулируют Федеральные законы «О противодействии терроризму» (далее – Закон), Уголовный Кодекс РФ. В Законе приведена формула правомерного причинения вреда при осуществлении антитеррористической деятельности. В ней указано, что лишение жизни лица, совершающего террористический акт, является правомерным [4, ст. 22]. Однако Уголовный кодекс РФ в статье 37 говорит нам, что причинение неограниченного вреда преступнику возможно только, когда преступник осуществляет насильственные, опасные для жизни действия в отношении обороняющегося лица, либо когда имеется угроза таких действий. Кроме того, в Законе содержание теракта определяется не только опасностью причинения гибели человеку, но и опасностью причинения значительного имущественного ущерба либо наступления экологической катастрофы. Значит, не во всех терактах лишение преступника жизни имеет законное основание.

В данной связи, актуальным представляется вопрос об обстоятельствах, исключаящих преступность деяния. Таким является исполнение подчиненным законного приказа начальника об уничтожении преступника, совершившего особо тяжкое преступление.

Проблема заключается в отсутствии правовой защиты лица, отдающего приказ. В связи с этим Л. Н. Смирнова предлагает ввести новую статью в УК РФ, в которой говорится о возможности предоставления лицом, издавшим указ, доказательств

- о факте совершения особо тяжкого преступления,
- о потенциальной опасности преступника в будущем,
- о невозможности предотвращения совершения преступником новых незаконных действий, и т. д. [2].

А. В. Бреев выделяет другую немаловажную проблему – проблему ответственности за угон воздушного судна и захват заложников. УК РФ разделяет эти ответственности [3], но в большинстве случаев угон воздушных судов сопровождается захватом заложников. Ученый предлагает внести корректировки в статью 211 и указать, что если при угоне воздушного судна на борту присутствуют люди, то это автоматически считается захватом заложников.

Еще одним существенным problemом является неопределенность масштабов и границ использования оружия и боевой техники Вооруженными Силами РФ Законом. Возникает следующий вопрос – что понимается под принуждением судна к посадке [4, ст. 6] и в какой мере можно использовать оружие и боевую технику для того чтобы посадить судно, а не уничтожить его?

В заключение хотелось бы отметить, что международные и государственные правовые институты являются одним из основных инструментов борьбы с терроризмом в любых его проявлениях. А значит, необходимо активно совершенствовать и обновлять международные и национальные нормативно-правовые базы.

Библиографические ссылки

1. Бреев А. В. Проблемы нормативно-правового регулирования воздушного терроризма в России // Молодой ученый. 2012. № 9. С. 202–204.
2. Смирнова Л. Н. Уголовно-правовое регулирование противодействия терроризму // URL: <http://izvestia.asu.ru>.
3. Уголовный Кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ, ст. 206, ст. 211 (с изм. от 1 марта 2012 г. № 18-ФЗ). URL: <http://base.consultant.ru/>
4. Федеральный закон Российской Федерации от 6 марта 2006 г. № 35-ФЗ «О противодействии терроризму» (с изм. от 8 ноября 2011 г. № 309-ФЗ). URL: <http://base.garant.ru/>.
5. Конвенция ООН о преступлениях и некоторых других актах, совершаемых на борту воздушных судов 1963 г., гл. 6, ст. 17. URL: <http://www.un.org/>.
6. Конвенция о борьбе с незаконным захватом воздушных судов 1970 г., ст. 6. URL: <http://www.un.org/>.
7. Конвенция о борьбе с незаконными актами, направленными против безопасности гражданской авиации 1971 г., ст. 4. URL: <http://www.un.org/>.

УДК 629.78:338.4

А. С. Сызганова, С. А. Борисенко
Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

К ВОПРОСУ О ВОЗДУШНОМ ХУЛИГАНСТВЕ

Неадекватное поведение туристов на борту самолетов становится масштабной проблемой, в связи с чем предполагается введение изменений в нормы российского воздушного права. В работе рассмотрены предложения по пресечению «воздушного хулиганства», проанализированы меры по предотвращению подобных случаев в России и за рубежом.

Особое место среди различных видов транспорта занимает воздушный, это наиболее быстрый вид транспорта, который способен доставить вас практически в любую точку мира. Следует отметить, что воздушный транспорт является отраслью, связанной с повышенной опасностью. Защита пассажиров, членов экипажей воздушных судов и авиационного персонала гражданской авиации Российской Федерации от актов незаконного вмешательства обеспечивается комплексом мер авиационной безопасности, одной из составных частей которой является выполнение установленных норм, правил и процедур всеми участниками воздушных перевозок.

В последнее время случаи хулиганства на борту авиалайнеров участились, только в 2012 году на рейсах одного «Аэрофлота» зафиксировано 490 инцидентов с пассажирами, нарушившими правила поведения непосредственно на борту. А за 2013 год было привлечено за распитие спиртных напитков в самолетах и аэропортах более 3000 человек, за хулиганство 305.

В январе житель Саратова Сергей Кабалов грубо нарушил правила поведения на борту самолета, угрожал пассажирам и пытался пробраться в кабину пилота. 22.01.13г. на борту самолета «Уфа-Хургада» трое жителей города Стерлитамак грубо нарушили правила поведения в воздухе. Подобными публикациями пестрят заголовки газет.

Данные прецеденты рассматриваются в зависимости от степени вины по статьям: мелкое хулиганство, побои, захват воздушного судна и т. д., состав «воздушное хулиганство» не предусмотрен Российским законодательством. Следует отметить, что противоправные действия на борту самолета, летящего на высоте 10 тысяч метров, представляют особую опасность, как для других пассажиров, так и для экипажа.

Проблема воздушных дебоширов актуальна не только для России. Статистика по неадекватным пассажирам ведётся в США. По данным Федерального управления гражданской авиации США (FAA), в 2012 году на американских рейсах был зафиксирован 101 инцидент с недисциплинированными пассажирами. Федеральный закон США 91.11.121.580 гласит, что «никто не может нападать, угрожать, запугивать или вмешиваться в выполнение обязанностей экипажа». За такие нарушения предусмотрены либо крупный штраф – 25 тыс. долларов, либо тюремное заключение.

В Великобритании пьяные пассажиры разделены на три основные категории. Первая: пассажир нару-

шает правила, но реагирует на требования экипажа. Вторая: пассажир реагирует на требования экипажа частично. И третья – пассажир проявляет агрессию к экипажу и ставит под угрозу безопасность полёта. В этих случаях экипажи могут применять к нему физическую силу, и «клиент» подлежит обязательной сдаче в полицию после приземления [3].

В Общественной палате РФ считают, что необходимо ужесточить ответственность пассажиров за дебош и нарушение правил полета в самолетах. Нужен правовой механизм для увеличения ответственности для такой категории «хамов» [1].

Для решения вопроса предлагаются внести следующие изменения в действующее воздушное законодательство:

– Министерство транспорта и связи предлагает ввести запрет пассажирам проносить на борт самолета, купленный в магазинах Duty free в аэропортах алкоголь. В частности, поправки разрешат авиаперевозчикам сначала забирать у пассажиров алкоголь, приобретенный в магазинах розничной торговли в контролируемой зоне аэропорта, а потом выдавать его, но только по окончании полета. На борту же будет позволено покупать у стюардесс алкоголь по бокалам. Однако данную меру в Российском союзе туриндустрии назвали половинчатой, принятой в интересах повышения доходов авиакомпаний.

– Депутаты ЛДПР выдвинули идею составления «черных списков» авиапассажиров, не допущенных к перелету. «Аэрофлот» составил список пассажиров нон-грата, в него входит 1821 человек, однако отказаться им в перевозке компания не может, так как законных оснований для этого нет. Предлагается дать право авиакомпаниям формировать такие списки и в течение 5 лет не продавать билеты входящим туда пассажирам-дебоширам [2]. Кроме того необходимо предпринимать меры и по ограничению допуска нетрезвых граждан на борт воздушного судна в аэропортах, такие меры активно применяют службы безопасности аэропортов Бен-Гурион в Тель-Авиве и Ата-тюрк в Стамбуле [3]. Там существует шесть-семь кордонов – такая многоуровневая система позволяет отсеивать не только террористов, но и неадекватных пассажиров.

– Депутаты Госдумы также предложили оснастить самолеты видео-регистраторами, и предусмотреть их установку в салонах и кабинах пилотов. Видео, записанное на жесткий диск, в случае необходимости может быть использовано в суде.

– Большинство законодателей считает, что следует ужесточить ответственность воздушных хулиганов. Штрафы за хулиганство на борту необходимо увеличить и сделать сравнимыми с практикой, применяемой в зарубежных странах, когда сумма штрафа может составлять несколько тысяч евро или долларов. В особо опасных случаях, правомерно рассматривать возможность привлечения виновных не только к административной, но и к уголовной ответственности [4].

Наиболее интересным представляется предложение депутата ГД П. Крашенинникова, который предложил повысить ответственность за хулиганские действия в целом и обратил внимание на наиболее высокую опасность хулиганских действий, производимых в любом виде транспорта – автомобильном, водном, железнодорожном и особенно воздушном. Крашенинников напомнил, что в настоящее время законодательство предусматривает для хулиганов административный штраф от 500 до 2 тысяч рублей, но на рассмотрении в Госдуме находится законопроект, увеличивающий наказание до 4 тысяч рублей. Он также предусматривает возможность дифференцировать меру ответственности в зависимости от того, где именно было совершено правонарушение [2].

Хотелось бы отметить, что предложение о запрете проноса спиртного, создание «черных списков» авиапассажиров, снабжение самолетов видеорегистраторами и т.д. по большей части относится к изменениям подзаконных актов. Для нас наиболее интересным было предложение депутата Крашени-

никова о введении классификации хулиганских действий в зависимости от вида транспорта, на котором нарушены правила поведения. Нам кажется, что противоправные действия, совершенные на самолете в отличие от поезда, автомобильного транспорта и т. д. могут повлечь за собой серьезные последствия и многочисленные человеческие жертвы, поэтому ответственность необходимо увеличить в разы, и может быть, есть смысл ввести в закон специальную статью о хулиганстве на борту воздушного судна.

Библиографические ссылки

1. Афанасьева Н. // РИА Новости/Аврора [Электронный ресурс]. URL: <http://ria.ru/incidents/20130204/921178573.html#13648228958283&message=resize&relto=register&action=addClass&value=registration#xzz2PDahYjOS>.
2. Воздушных дебоширов ждут «черные списки», штрафы и электрошокеры. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aviaport.ru/digest/2013/02/05/248465.html>.
3. Аэрофобия, алкоголь, дебои... В России штраф за хулиганство в самолёте – 23 доллара, в США – 25 тысяч [Электронный ресурс]. URL: http://cripo.com.ua/?aid=152487&sect_id=1.
4. Вечерняя Москва – Дебаты о дебоше: от хулиганства до терроризма [Электронный ресурс]. URL: <http://www.trunov.com/content.php?act=showcont&id=14453>.

© Сызганова А. С., Борисенко С. А., 2013

УДК 34.096

В. В. Трофимова

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

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КОСМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассматривается категория «инновация» с точки зрения права, в практике космической деятельности на примере США, Евросоюза и КНР. Новое тысячелетие диктует свои требования мировой космической деятельности: мировое космическое сообщество объединяет усилия и ресурсы для перехода от научных исследований к практическому использованию инновационных космических технологий на благо всего мира, что требует выработки соответствующих нормативно-правовых механизмов.

Инновация есть итог двух процессов – получения нового знания и его передачи в хозяйственное использование, т. е. коммерциализации. В области космической деятельности коммерциализация проявилась относительно недавно (в 1960-х годах в США с запуском первых коммерческих спутников связи).

Смена приоритетов космической деятельности, продиктованная практикой государств, была закреплена в международном космическом праве [1]. Основными источниками, регулирующими деятельность человека в космосе, остаются лишь пять международных договоров [2]. Особенностью правового режима космического пространства, включая Луну и другие

небесные тела, является то, что оно «открыто для исследования и использования всеми государствами». Освоение космоса должно осуществляться в рамках международного космического права, в интересах поддержания мира и безопасности народов [3].

Декларация Тысячелетия ООН провозгласила стратегию решения в будущем ряда глобальных задач. В ряде стран (США, Израиле и др.) активно внедряется эффективная нормативно-правовая поддержка инноваций. Правительство США возложило ответственность на НАСА обеспечивать коммерциализацию всей космической деятельности страны. На данный момент, в сопряженные отрасли экономики США

передано порядка 1600 космических технологий.

Необходимость разработки Европейской космической политики впервые была закреплена в Лиссабонском договоре. Европейское космическое агентство несет полную ответственность за реализацию всех космических миссий от имени объединенной Европы [1]. На заседании Совета министров ЕКА, прошедшем в Неаполе 20–21 ноября 2012 года, были определены контуры будущих европейских космических программ и согласован размер инвестиций на 2013–2017 годы, что подтвердило намерение двадцати стран-членов агентства и Канады развивать инновации и технологии для повышения конкурентоспособности Европы, несмотря на кризисное состояние европейской экономики [4].

Долгое время лишь две страны в мире конкурировали за лидерство в космосе. Сейчас число активно развивающихся космических держав увеличилось в несколько раз. Свои космонавты есть у 37 стран мира, а собственные спутники запустили 50 государств. В программах Китая и Индии есть целый набор достижений и перспективных проектов [5].

Первая космическая программа Китая была принята в 1956 г., а в 1970 году был успешно запущен первый китайский космический аппарат. Единственным официальным документом в рассматриваемой сфере является «Белая книга „Космическая деятельность Китая“ в 2006 году», содержащая перечень достижений на текущий год, основные принципы, задачи и направления развития китайской космонавтики [1]. К 2013 году на обширной территории Китая было создано четыре космодрома с несколькими стартовыми площадками в каждом [5]. Китай активно продвигает собственные интересы на международных форумах, налаживает двусторонний обмен опытом и технологиями с Западом и Востоком, усиливает интеграцию в Азиатско-Тихоокеанском регионе [1]. Но, если раньше космическая программа Китая была немыслима без участия России, то сейчас отечественный вклад трудно назвать удачным. Объемы финансирования и амбиции Китая возрастают с каждым годом. К 2020 году в планах КНР постройка орбитальной станции, а в отдаленной, но вполне реалистичной перспективе – пилотируемые миссии на Луну и Марс.

Индия – шестая космическая держава, способная в ближайшие годы потеснить в космической гонке Японию и Евросоюз. Уже сейчас Индия самостоятельно выводит спутники связи на геостационарную орбиту, имеет возвращаемые космические аппараты и АМС, а также заключает международные контракты, предоставляя свои ракеты-носители и стартовые площадки. В планах космического агентства Индии (ISRO) на ноябрь 2013 года намечена отправка собственного марсохода. Параллельно разрабатывается амбициозная концепция космической транспортной системы «Аватар».

В своё время нам было трудно завоевать господство в космосе, но удержать его может оказаться еще сложнее. Вчерашние отстающие страны сейчас имеют

хорошие шансы завоевать утерянное ранее первенство. Китай обгоняет США, а Индия теснит Евросоюз [5]. Дальнейшее развитие инновационного направления непосредственно связано с задачами повышения качества продукции (услуг) и ее конкурентоспособности на мировом космическом рынке [1].

В связи с расширением сферы космической деятельности и увеличением числа государств, участвующих в ее осуществлении, все актуальнее встают проблемы, связанные с осуществлением международного контроля [3]. Главным источником международного космического права является Договор по космосу. Его положениями должны руководствоваться все участники космической деятельности. Любая инновационная деятельность в рамках исследования и в целях использования космоса подпадает под сферу действия Договора и государства – участники такой деятельности посредством государственных органов, коммерческих организаций и даже физических лиц обязаны подчиняться их императивным нормам [1]. Всё большее число государств мира приходит к пониманию того, что международное сотрудничество и объединение ресурсов является лучшим средством реализации космических программ. Это придает особую актуальность развитию сотрудничества в освоении космоса [6], учитывая ужесточение конкуренции на внутренних и мировом космическом рынках за счет инновационного производственного роста [1].

Библиографические ссылки

1. Бодин Н. Б., Волынская О. А. Правовое обеспечение инновационного развития космической деятельности (Западный опыт и традиции Востока) // *Российский внешнеэкономический вестник*. 2012. № 1.
2. Штодина И. Ю. Частноправовые аспекты использования космического пространства // *Цивилист*. 2007. № 2.
3. Телятник И. А. О роли международного космического права в деятельности Вооруженных Сил Российской Федерации // *Военно-юридический журн*. 2008. № 7.
4. Бондаренко Е. Европа смотрит в космос в поисках выхода из кризиса [Электронный ресурс] // *Факультет международных отношений СПбГУ // Портал euActive. СПбГУ*, 2012. URL: http://euactive.ru/articles/inews/economy/evropa_smotrit_v_kosmos_v_poiskah_vyhoda_iz_krizisa_.shtml.
5. Васильков А. Новая космическая гонка: современные космические программы Китая и Индии [Электронный ресурс] : цифровой журн. Компьютера // *Электрон. журн.* : М., 2013. № 6. URL: <http://www.computerra.ru/52769/novaya-kosmicheskaya-gonka-sovremennyye-programmy-kitaya-i-indii/>.
6. Адамов И. Н. Перспективы создания Всемирной космической организации // *Журнал международного права и международных отношений*. 2011. № 2.

© Трофимова В. В., 2013

УДК 34.069

Ю. И. Тягушева
Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМА ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ПРАВИЛ РАЗРАБОТКИ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ НЕБЕСНЫХ ТЕЛ

Основным дискуссионным вопросом, с самого начала освоения космоса, является порядок и правила разработки природных ресурсов небесных тел. При этом все авторы сходятся в одном: такая деятельность не может быть абсолютно бесконтрольной и неупорядоченной. В связи с этим ведутся разработки путей, поступательного развития международного космического права в неразрывной связи с развитием космонавтики.

Любая индивидуальная или коллективная деятельность государств или международных организаций по исследованию и освоению космического пространства должна соответствовать основным принципам современного международного права. Основные принципы международного космического права закреплены в Договоре о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела.

Между правовым режимом космического пространства и правовым регулированием деятельности по использованию этого пространства существует неразрывная связь. Еще до того, как Генеральная Ассамблея ООН признала необходимость разработки специальных правовых принципов космической деятельности, ученые-юристы многих государств предсказывали, что в системе международного права сложится особая группа норм и принципов, призванных регулировать правоотношения в новой сфере деятельности.

Сейчас в литературе активно обсуждается вопрос о том, приобрела ли концепция «общего наследия человечества» в результате включения ее в Соглашение 1979 г. характер правового принципа.

Канадский юрист Н. Матт утверждает, что эта концепция приобрела значение международно-правового принципа, применимого к конкретной ситуации – использованию природных ресурсов Луны. Он считает, что этот принцип – единственная возможность обеспечить, чтобы эксплуатация этих природных ресурсов осуществлялась на равной основе. Однако, американский юрист Дж. Уолкотт, предлагает вообще убрать из Соглашения о Луне ст. 11, которая, по его словам, служит источником международных конфликтов, и заменить ее положениями, разрешающими извлечение и перевозку ресурсов любым государством «в соответствии с принципами справедливости» [1]. Таким образом, пока по данному вопросу единого мнения не сформировано.

Специфичность норм и принципов космического права обосновывается особенностями самого космического пространства как новой сферы деятельности человека, а также особенностями космической деятельности, которая существенно отличается от деятельности в любой другой области. С самого начала космической деятельности оказалось, что любой из ее видов может затрагивать интересы одного или не-

скольких иностранных государств, а большинство видов космической деятельности затрагивают интересы всего международного сообщества. Юристы различных школ и направлений согласны с тем, что космическое пространство является столь своеобразной ареной человеческой деятельности, что режим этой деятельности должен быть специальным.

Однако общепризнанные в каждую конкретную эпоху нормы международного права подлежат применению всюду, где действуют различные государства. Не будучи распространенными и на космос, эти нормы утратили бы свое значение как всеобщие и общепризнанные, и тогда перестала бы существовать та общая платформа, на основе которой возможно единое понимание и толкование специальных норм международного права и конкретных положений международных договоров. Правовой режим космического пространства и регулирование космической деятельности не могут устанавливаться в отрыве от основных принципов мирного сосуществования государств и без учета всех актуальных проблем современных международных отношений [2].

Также к особенностям космической деятельности можно отнести то, что она осуществляется с помощью принципиально новых средств – ракетно-космической техники; использование космоса в военных целях представляет собой ни с чем не сравнимую опасность.

Так, например, 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. Ст. 1 договора содержит обязательства государств – участников запретить, предотвращать и не производить любые испытательные взрывы ядерного оружия и любые другие ядерные взрывы в любом месте, находящемся под его юрисдикцией или контролем: а) в атмосфере; за ее пределами, включая космическое пространство; под водой, включая территориальные воды и открытое море ...» Положения этого договора стали широко признанными нормами международного права.

Серьезным 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, в которой закрепляется обязательст-

во государств – участников «не прибегать к военному или любому иному враждебному использованию средств воздействия на природную среду, которые имеют широкие, долгосрочные или серьезные последствия в качестве способов разрушения, нанесения ущерба или причинения вреда любому другому государству – участнику». В понятие природной среды Конвенция включает и космическое пространство [3].

Таким образом, в основе правового регулирования, в области правил разработки природных ресурсов небесных тел возможно взять принципы современного международного права потому, что они включают положения о равенстве, мирном сосуществовании, сотрудничестве государств, невмешательстве во внутренние дела друг друга и т. д. Только на основе этих принципов возможны организация широ-

кого международного сотрудничества и ускоренный прогресс в области исследования и использования космоса. А также возможна разработка новых правовых норм, которые позволяли бы достаточно широко охватывать проблемы развития современных международных отношений.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://window.edu.ru/resource/717/44717/files/malkov-mkp.pdf>.
2. URL: <http://cosmosravelin.narod.ru/r-space/chronica/malkov-paper.html>.
3. URL: http://uchit.net/catalog/Gosudarstvo_i_pravo/156273/.

© Тягусева Ю. И., 2013

УДК 323.212

Д. В. Щеголькова, А. В. Сидоров, Е. И. Орешкина
Научный руководитель – А. С. Алексишин
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РОЛЬ ПОДВИЖНИЧЕСТВА В ОСВОЕНИИ КОСМОСА

На примере выдающихся русских ученых-конструкторов рассмотрено влияние феномена подвижничества на освоение космоса и разработку ракетно-космической техники.

Русская история имеет феномен, который не имеет широкого распространения в Европе – подвижничество. «Словарь русского языка» С. И. Ожегова предлагает такое истолкование данного понятия: «Подвижник – человек, героически принявший на себя тяжелый труд и лишения, муки ради достижения высокой цели», а «подвижничество – самоотверженная деятельность, свойственная подвижнику».

Поскольку построение ракетной и космической техники предполагает решение самых разнообразных инженерно – технических задач, которые, зачастую, не имеют стандартных решений, освоение космоса очень важная и трудоемкая задача, которую невозможно решить, не прибегая к организации труда многих тысяч людей разных профессий, работающих в различных направлениях. Но также ее невозможно решить без идейных вдохновителей, главных организаторов, подвижников общего непростого дела.

В нашей стране выросла блестящая плеяда создателей ракетно-космической техники, творцов фундаментальных и прикладных знаний о космосе, показавших образцы подвижничества истинно русских людей, работавших не за страх, не за высокое вознаграждение и награды, а за совесть, на благо Родины.

Число подвижников растет в трудные для Отечества времена. Именно поэтому в предвоенные, суровые годы Второй мировой войны и трудные послевоенные годы в нашем Отечестве выдвигается целый ряд подлинных подвижников, великих конструкторов, прославивших нашу родину.

Очень сложно переоценить вклад этих людей в становление и развитие ракетно- космической техники, ровно также, как невообразимо сложно из велико-

го множества ученых и конструкторов выделить конкретные фамилии и рассказать об этих людях в рамках нашего исследования. Ведь можно насчитать десятки и сотни технических подходов и пионерских решений десятков и сотен талантливых людей.

Имя Константина Эдуардовича Циолковского, великого родоначальника космонавтики, исследователя огромной трудоспособности и настойчивости известно во всём мире. Основное место в научном творчестве К. Э. Циолковского занимают вопросы ракетодинамики и космонавтики. Именно он первым разработал модель ракеты, способной полететь в космос. После себя ученый оставил труды, опередившие свое время на десятилетия вперед.

Также весь мир знает Сергея Павловича Королева [1] – советского учёного, конструктора и организатора производства ракетно-космической техники и ракетного оружия СССР, основоположника практической космонавтики. Он явился ключевой фигурой, обеспечившей стратегический паритет и сделавшей СССР передовой ракетно-космической державой в освоении человеком космоса.

Но, отдавая должное Сергею Павловичу, нельзя не вспомнить еще одного человека –Лавочкина Семена Алексеевича. Было время, когда межконтинентальной ракете Р-7 генерального конструктора Королева Лавочкин противопоставил самолет-снаряд «Буря» (крылатая ракета) с высокими по тем временам характеристиками. «Буря» могла летать на трех скоростях звука, неся ядерную бомбу, ориентируясь по звездам.

Более 30 лет своей творческой жизни отдал космонавтике Владимир Николаевич Челомей. Пожалуй, он был единственным в мире конструктором боевых

межконтинентальных баллистических ракет, который с блеском разрабатывал крылатые ракеты, космические аппараты и долговременные орбитальные станции. Его идеи часто опережали время, поначалу казались нереализуемыми и вызывали неприятие у многих руководителей ракетно-космической отрасли и лиц, принимающих решения. Тем не менее, тщательная проработка научного обоснования новых предложений, хорошо продуманная экспериментальная база, как правило, пробивали дорогу новым идеям.

Блестящие организаторские способности помогли В. Н. Челомею создать надежный творческий коллектив, способный решать не только сложнейшие научные и технические задачи, но и преодолевать организационные сложности, вызванные внешними причинами.

Нельзя не сказать о Михаиле Кузьмиче Янгеле – основателе нового направления в области стратегических ракетных вооружений, направления, связанного с созданием ракет на стабильных высококипящих компонентах топлива, ставших основой ракетных войск стратегического назначения.

История хранит тот факт, что в мае 1959 года вышли в свет два постановления правительства: одно – о разработке межконтинентальной ракеты Р-16 в КБ М. К. Янгеля, другое – о разработке Р-9 в ОКБ С. П. Королева. Янгелевская Р-16 обладала рядом преимуществ. К тому же, Янгель опередил Королева на два года. И в дальнейшем Р-16 составила основу Ракетных войск стратегического назначения.

Еще один соратник С. П. Королева – Валентин Петрович Глушко. По его проекту и под его непосредственным руководством была создана многозвонная космическая система «Энергия-Буран» и постоянно действующая многомодульная станция «Мир». Кроме того, он возглавлял работы по совершенствованию пилотируемых космических кораблей «Союз», разработке

их модификаций, совершенствованию орбитальных станций.

Хочется уделить особое внимание Михаилу Федоровичу Решетнёву. Под его руководством или с его непосредственным участием было разработано около 30 типов космических комплексов и систем. Количество выведенных с 1959 по 1996 годы на орбиту спутников – более 1000 единиц. Он внес существенный вклад в развитие российских систем спутниковой связи и спутниковой навигации. Оказал значительное влияние на создание сибирской научной школы, объединив вокруг себя талантливых учёных, инженеров, разработчиков ракетно-космической техники. То, что сумел совершить Михаил Федорович и его соратники на сибирской земле, надежно служит, и еще многие годы будет служить интересам нашего государства.

Космонавтика изменила человеческий взгляд на мир, придала мышлению глобальный масштаб. Наша космическая история, как и любая другая, заслуга тех людей, кто смог в корне изменить мир, дав толчок развитию новых направлений в науке и в технологиях. Говорить о подвижничестве ученых можно не только за их высокую самоотверженность и преданность своей высокой цели, но и за то, что эти люди оказались перед лицом новых требований к самим себе, и, изменив свой внутренний мир, смогли изменить мир в целом. «Самоотверженная деятельность, свойственная подвижнику» явилась духовной основой в освоении космоса, тем стержнем, опираясь на который, человечество смогло шагнуть далеко вперед и открыть для себя просторы безграничной вселенной.

Библиографическая ссылка

1. Конструкторы ракетно-космических систем [Электронный ресурс]. URL: <http://virtualcosmos.ru>.

© Щеголькова Д. В., Сидоров А. В., Орешкина Е. И., 2013

УДК 347.85

М. С. Яковлева

Научный руководитель – Е. Л. Фарафонтова

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

ЧАСТНЫЕ КОСМИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ В РОССИИ

Сравниваются законы, регулирующие деятельность частных космических компаний в России и США, достоинства частных космических компаний и причины их отсутствия на российском рынке.

В конце мая 2012 года частный космический корабль Dragon американской компании SpaceX доставил на Международную космическую станцию полтонны еды и научных приборов. Это был первый в истории полет к МКС, осуществленный силами частного бизнеса, а не государственных агентств, вроде Роскосмоса или NASA [1].

В России, в отличие от Америки, большинство космических фирм – государственные. Даже те, которые в 1990-е годы стали акционерными обществами, сейчас снова превращаются в государственные, по-

скольку государство покупает их контрольные пакеты акций. В качестве примера можно привести российскую ракетно-космическую корпорацию «Энергия». Хотя она не является государственным предприятием, но значительный пакет ее акций принадлежит государству, которое очень сильно влияет на политику компании и на распределение заказов [2]. С одной стороны, государственное финансирование космической отрасли в России за последние пять лет выросло втрое, и его объемы продолжают расти, с другой стороны, российские частные компании на этом рынке

практически отсутствуют, в то время как во всем мире наблюдается тенденция к увеличению участия частного сектора в исследовании космоса [3].

США сегодня – это единственная страна, которая занимается практически всеми видами космических исследований. Если сложить гражданский и военный бюджеты, которые выделяются в США на развитие космической отрасли, то эта сумма превысит совокупный размер финансирования космических исследований во всех остальных странах мира вместе взятых. Если говорить о развитии частного сектора, то в США действует принцип четкого распределения сфер ответственности: исследование Солнечной системы, включая планеты и астероиды, – это прерогатива государства, а частные компании занимаются разработкой околоземного пространства. К тому же, нельзя забывать о том, что главные подрядчики космического ведомства США – Boeing, Lockheed Martin, Orbital – являются частными компаниями. Именно они обеспечивают технологическое превосходство Соединенных Штатов [3].

В Разделе 49 – Транспорт, Подразделе IX – Коммерческий космический транспорт, Главе 701 – Коммерческая деятельность по космическим запускам Кодекса США сказано:

– Соединенные Штаты должны поощрять предоставляемые частным сектором запуски, возвращения и сопутствующие услуги;

– участие правительств Штатов в поощрении вовлечения частного сектора в космическую деятельность и содействии этому вовлечению отвечает национальным интересам и приносит значительную выгоду обществу [4].

В России же, законодательство, регулирующее частные инициативы в космической сфере, практически отсутствует. Федеральный закон «О космической деятельности», который фактически носит рамочный характер, был принят еще в 1993 г. Частные компании просто не знают правил, по которым нужно играть на этом рынке, и бизнес боится вкладывать деньги в космическую отрасль. К тому же сейчас в этой сфере существует немало ограничений, касающихся, в частности, фотосъемки высокого разрешения в космосе и получения лицензии на ведение космических разработок [3].

Необходимость изменения действующего закона «О космической деятельности» обсуждалась 26 января 2012 г. на встрече Клуба друзей космического кластера фонда «Сколково». Ассоциация «Земля из космоса» предлагало отменить обязательное требование о наличии п. 2, статьи 4, раздела 1 (он отвечает за гостайну) в частных компаниях, а также запрет на спутниковую съемку территории России в высоком качестве. Последний пример – наиболее показательный. В декабре 2011 года Арбитражный суд встал на сторону Роскосмоса, не разрешив снимать территорию России в высоком разрешении. Между тем, на ресурсе «Яндекс.Карты» доступны высокочеткие спутниковые снимки очередь крупных городов России [5].

С точки зрения развития частного космоса, в современной России сложились уникальные условия для создания частных компаний для работы на кос-

мическом рынке. Главным образом это связано с богатым наследием и традициями в авиационных и ракетно-космических технологиях. Такие уникальные «начальные условия» обеспечивают новичкам доступ к уникальному пласту опыта и наработок, приводя к сокращению сроков и производственных циклов [6].

Основным достоинством частных компаний является их мобильность – они могут более оперативно откликаться на потребности времени. Небольшая частная компания может сосредоточить свои усилия на каком-то одном проекте и попытаться провести его до конца, гигантам же сосредоточиться сложнее, потому что они одновременно работают по многим областям, при этом частные компании могут «доводить до ума» уже существующие наработки государственных организаций, которые по каким-то причинам были отвергнуты другими фирмами. Немаловажно и то, что совокупные затраты на создание какого-то отдельного образца техники у частных компаний, имеющих обычно сравнительно небольшое количество сотрудников (до 200–500 человек), будут гораздо меньше, чем у крупных государственных концернов.

Тем не менее, развитие частной космонавтики происходит довольно медленными темпами, поскольку требует огромных затрат с продолжительным сроком окупаемости и большими рисками. Прибыли в этой сфере рассчитать довольно трудно. Однако не стоит забывать, что космическая отрасль – это всегда новые разработки, и внедрение этих новых разработок само по себе двигает и приносит прибыль [2].

Библиографические ссылки

1. Анищенко Н. В космос за три копейки // ЗАО «Группа Эксперт». URL: http://expert.ru/russian_reporter/2012/27/v-kosmos--za-tri-kopejki/ (дата обращения: 02.04.2013).
2. Частная космонавтика: фантастические проекты и реальные результаты // Федеральное интернет-издание «Капитал страны». URL: <http://www.kapital-rus.ru/articles/article/174110/> (дата обращения: 02.04.2013).
3. Шипилова Е. «Россия готова вступить в космический век» // «Российская газета» – URL: <http://www.rg.ru/2012/06/25/rbth-skolkovo.html> (дата обращения: 03.04.2013).
4. Кодекс Соединенных Штатов Америки Раздел 49 – Транспорт // Аэрокосмическое общество Украины – URL: http://www.space.com.ua/gateway/pravo_new.nsf/998ee00187a6e34dc3256a920039c978/3f69fa56271af7cdc225752b004379cc!OpenDocument (дата обращения: 28.04.2013).
5. Куйбида А. Частный бизнес просит рассекретить космос // Деловая газета «Известия». URL: <http://izvestia.ru/news/513491> (дата обращения: 05.04.2013).
6. Космическая деятельность стран мира в 2012 году // Промышленный портал Complexdoc.ru. URL: <http://skolkovo-city.complexdoc.ru/467135.html> (дата обращения: 06.04.2013).

УДК 004:005.334

В. А. Авиш

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

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БИЗНЕСЕ

Рассматриваются проблемы взаимодействия предприятия, бизнеса и информационных технологий, влияние информационных технологий на конкуренцию между предприятиями, здоровье человека, тенденции развития информационных технологий в бизнесе.

XXI век – эпоха экономического динамизма, где на счету каждая минута. Сегодня практически невозможно представить жизнь без информационных технологий. В современном веке современные технологии на каждом шагу: в быту, в медицине, в образовании, на оборонных предприятиях, космической отрасли и бизнесе.

Рассмотрим понятие информационных технологий (ИТ), подразумевающее объединение деятельности создания, сохранения, управления и обработки информации, в том числе используя вычислительную технику. В частности в настоящее время Информационные технологии идут рука об руку с компьютерными технологиями. Согласно определению ЮНЕСКО, информационные технологии – это комплекс взаимосвязанных научных, технологических, инженерных дисциплин, изучающих методы эффективной организации труда людей, занятых обработкой и хранением информации; вычислительную технику и методы организации и взаимодействия с людьми и производственным оборудованием, их практические приложения, а также связанные со всем этим социальные, экономические и культурные проблемы [3].

В наше время активно процветает малый и большой бизнес, но современный бизнес не может существовать без ИТ-индустрии. Ведь данные технологии существенно облегчают нашу жизнь и делают некоторые действия быстрее, надежнее и проще. В свою очередь есть и обратная сторона медали. Информационные технологии в бизнесе имеют несколько проблем при взаимодействии с людьми и другими предприятиями [2]. Рассмотрим некоторые из них.

– Доступность. Не каждый владелец большого и особенно, малого бизнеса способен позволить себе какие-либо новшества, связанные с информационными технологиями. Например, не каждый бизнесмен может позволить себе собственное программное обеспечение (ПО), терминалы, банковский терминал, сайт собственной компании, оснащение собственного офиса нужной техникой, обустройство зала переговоров, компьютерами, принтерами, кассовыми аппаратами и другой полезной техникой, созданной благодаря ИТ индустрии. Также для того чтобы ПО на

предприятии работало исправно, его нужно постоянно совершенствовать и следить за ним.

– Устранение конкурентоспособности между малым и большим бизнесом. Так как для приобретения собственного сайта, терминала, ПО, оснащения офиса, а также обслуживания данной техники требуется большое количество денег, малому бизнесу будет трудно самостоятельно купить данные средства технического прогресса, что существенно затруднит использование услуг данного бизнеса. В таком случае, большой бизнес, имея все новшества ИТ индустрии, сможет привлечь к себе потребителя и партнера простотой получения услуг и надежностью.

– Вред от ИТ продуктов на клиентов. В нашем веке информационные технологии не достигли нужного уровня по охране здоровья человека. Так, например, в 2005 г. Всемирная организация обращает внимание на негативное влияние электромагнитного излучения на людей, что может привести к заболеваниям или инвалидности. Таким влиянием, к примеру, обладает набирающие популярность Wi-Fi и сотовая связь. Подобные технологии нарушают естественный ритм сердца, что может привести к мутациям ДНК клетки, а потом и к онкологическим заболеваниям. Следует отметить, что этот тип воздействия – накапливающийся. Организм постоянно восстанавливает нарушения биополя, но, в конце концов, его силы истощаются и человек заболевает.

– Повышение уровня безработицы. Оснащая, предприятие современными информационными технологиями замещаются рабочие места людей, что приводит к дефициту рабочих мест и повышению уровня безработицы в стране.

Из вышесказанного можно сказать, что нынешние технологии, несмотря на свое совершенство, не могут обеспечить безвредность при использовании, а так же свою общедоступность предпринимателям.

Жан-Батист Сэй в 1803 году сказал: «Спрос рождает предложение». Данная фраза помогает отобразить позицию тенденций информационных технологий в бизнесе [1]. Выделяется несколько тенденций:

– Рост информации создает условия развития информационных технологий. С развитием технологий

и науки растет и объем перерабатываемой, хранимой и вычисляемой информации, что служит стимулом для развития информационных технологий, что удачно отображается на простоте использования сервисов различных компаний.

– Развитие качества IT-продуктов. Наука бежит вперед, что способствует усовершенствованию материалов, из которых сделаны те или иные продукты IT индустрии. Так же благодаря науке совершенствуется и технология самих продуктов, например, постепенно убирается риск для неблагоприятного воздействия на здоровье человека. Это становится плюсом для того, чтобы совершенствовать свой бизнес для заботы о здоровье своих клиентов.

– Рост спроса IT-специалистов на рынке труда. Технологии идут вперед, поэтому растет спрос на талантливых IT-специалистов, способных стратегически мыслить, сконцентрировавшихся на бизнесе, а не просто управлять серверами и устройствами хранения.

– Кибернетизация бизнеса. Компании начинают заботиться о безопасности своей компании и своих клиентов. Бизнесмены начинают доводить свое про-

изводство до автоматизма, из работы на некоторых этапах функционирования предприятия устраняется необходимость в работниках, или человеческом ресурсе.

Связывая в общую картину проблемы и тенденции информационных технологий, можно сказать, что современный мир не может уже существовать без информационных технологий. И благодаря развитию технологий, проблемы связанные с IT-индустрией исчезают.

Библиографические ссылки

1. Авдошин С. М., Песоцкая Е. Ю. Информатизация бизнеса. Управление рисками : учебник. М. : ДМК Пресс, 2011. 176 с.
2. Желены М. Информационные технологии в бизнесе : учебник. СПб. : Питер, 2002. 644 с.
3. Информационные технологии: современное состояние, роль в бизнесе [Электронный ресурс]. URL: <http://khpi-iip.mipk.kharkiv.edu/library/itob/itob01.html>.

© Авиш В. А., 2013

УДК 334.021

С. А. Баранова

Научный руководитель – А. И. Леонидова

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

СОКРАЩЕНИЕ РАСХОДОВ В СЕМЕЙНОМ БЮДЖЕТЕ

Современная экономическая мысль все больше уделяет внимание вопросам, касающимся семьи. Это можно объяснить тем, что именно семья выполняет функцию воспроизводства главного фактора производства – рабочей силы, также она является важным потребителем и производителем. Так как на данный период времени институт семьи переживает кризис, в связи с экономической ситуацией в стране и недостаточной поддержкой со стороны государства, правильная политика семейного бюджета особенно актуальна.

Семейный бюджет является общепринятой формой организации семейной экономики, который представляет собой план формирования и регулирования доходов, их применение и составление баланса между статьями дохода и расхода.

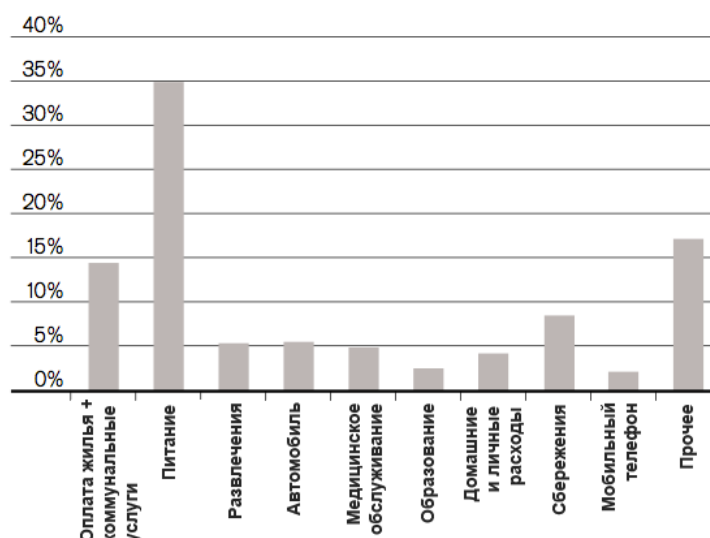
Многие семьи сталкиваются с проблемой превышения расходов над доходами. Пытаясь выйти из этого положения, кредиты или займы становятся особо

популярны, но эти кратковременные доходы только усугубляют финансовое положение.

Как же выйти из ситуации, когда кажется, что свободных денег не будет никогда? Стоит воспитать в себе привычку ведения семейного бюджета, что для России вполне проблематично. По результатам всероссийских опросов Национального агентства финансовых исследований (НАФИ) в 2013 году менее трети россиян ведут семейный бюджет.

Распределение ответов на вопрос: «Скажите, пожалуйста, Вы сами или кто-то в Вашей семье ведет письменный учет доходов и расходов семьи?», % респондентов

	2008	2009	2010	2011	2013
Да, учет ведется, фиксируются все поступления и все расходы	22	11	11	11	12
Да, учет ведется, но не все поступления и расходы фиксируются	20	13	15	14	19
Нет, учет не ведется, но в целом известно, сколько денег поступило и сколько было потрачено за месяц	45	59	57	59	53
Нет, учет не ведется, и неизвестно, сколько денег поступило и сколько было потрачено за месяц	9	14	12	14	15
Затрудняюсь ответить	4	3	4	2	2



Структура расходов домашних хозяйств в России [3]

Исходя из данных в таблице, нельзя сказать, что люди перестали считать деньги. За время кризиса, доля не ведущих контроль семейных финансов резко увеличилась. В этой группе находятся далеко не те люди, которым все равно, сколько тратить. Просто считать, по сути, нечего. Практика строгого и четкого учета семейных расходов и доходов наиболее распространена среди групп населения с высоким доходом [1].

В первую очередь, в случае дефицита средств, увеличение доходов становится первостепенной задачей, если это невозможно, то большинство семей пытаются начать экономить. В России до 40 % от бюджета семьи может тратиться на продовольственные товары, когда в Великобритании эта цифра составляет 11–15 %, а в США – 8–10 % [2].

Можно сделать вывод, что экономия отразится на самой большой статье расходов. Тем самым, мы провоцируем рост спроса на товары среднего качества, иногда и низшего, вследствие чего, производители увеличивают объем производства в соответствии с желаниями потребителя. Потребление продуктов более низкого качества или исключение некоторых их рациона питания, может явиться причиной снижения иммунитета. Таким образом, мы не только воспитываем слабое поколение, но и укореняем в сознании «нездоровую» культуру потребления. Минусы очевидны, да и не всегда экономия на продуктах питания приводит к значительному сокращению расходов.

Российским семьям стоит обратить внимание на опыт жителей зарубежных стран. Чтобы сэкономить семейный бюджет, европейцы стараются покупать товары в период распродаж, когда скидки могут достигать 80 %, продают неиспользуемые вещи на соответствующих сайтах, экономят на воде и электричестве, что немаловажно для экологии. Вопрос об экономии на качестве питания для них неразумен.

Семейный бюджет – это совокупность доходов и расходов семьи за определенный промежуток времени. Для рационального использования доходов, семья должна корректно составить свой бюджет, тщательно продумывать покупки и делать сбережения для достижения целесообразных целей.

Библиографические ссылки

1. Национальное агентство финансовых исследований [Электронный ресурс]. URL: <http://nacfin.ru/novosti-i-analitika/press/press/single/10642.html> (дата обращения: 6.04.13).
2. Largo Management Group [Электронный ресурс]. URL: http://largo.ru/blog/economic/post/raskhody_semeynogo_byudzheta_statistika_raznykh_stran-489/ (дата обращения: 8.04.13).
3. Вопросик [Электронный ресурс]. URL: <http://voprosik.net/sravnenie-semejnyx-rasxodov-v-rossii-i-za-granicej/> (дата обращения: 15.04.13).

© Баранова С. А., 2013

УДК 330 (075)

Н. В. Белова, А. И. Томилина
Научный руководитель – Л. Б. Сидорова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИНФОРМАЦИЯ КАК ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА

Информация в наши дни становится одним из самых важных факторов производства и затраты на внедрение информационных технологий становятся всё более оправданными. В статье рассматривается её влияние на рост производительности труда, повышение функциональной эффективности и конкурентоспособности организации.

В современной экономике наряду с классическими факторами производства, такими как труд, земля и капитал, применяют особый фактор – информацию. Под информацией как фактором производства понимают средства труда, способы преобразования и доставки информации. Значимость данного фактора в настоящее время растёт. Так, годовые затраты на информационные технологии выросли за последние несколько лет втрое, а непродуктивные затраты за тот же период увеличились в шесть раз. Для 55 % американских фирм бюджет на компьютерные технологии превышает полученную прибыль [1].

Информационные системы управления оказывают влияние на многие характеристики организации, в первую очередь на производительность труда. Для повышения производительности труда в организациях применяют системы обработки транзакций. Например, для управления запасами на складе, чтобы сократить расходы, связанные с их содержанием. При этом компьютер определяет оптимальный запас изделий на складе, отслеживает текущее количество.

Функциональная эффективность может быть улучшена с помощью Системы поддержки принятия решений. Например, компания American Express, производящая кредитные карточки, для повышения эффективности функций разрешения кредита использует системы искусственного интеллекта. Эти системы объединяют в себе мастерство всех лучших менеджеров по кредиту.

Внедрение информационной системы управления способствует повышению качества обслуживания

клиентов. Примером может служить применение банковских машин (банкоматов). Нормальный банкомат работает 24 часа в сутки каждый день. Он позволяет снимать со счета наличные в любое время суток.

Информационные системы управления открывают перед компанией возможность изменения основ конкуренции. Например, в 1970-х гг. один крупный дистрибьютор журналов и газет начал фиксировать информацию о еженедельных поставках и возврате печатной продукции от каждого продавца. После этого он использовал программу, которая определяла доход от единицы площади каждого издания для каждого продавца, затем сравнивал полученные результаты, группируя их по экономически и этнически подобным районам. После этого дистрибьютор сообщал каждому из продавцов оптимальный для его района ассортимент изданий. Это позволило увеличить доход дистрибьюторам и розничным торговцам.

Таким образом, использование информации, в качестве фактора производства, способствует более эффективному использованию других факторов, повышению конкурентоспособности фирмы.

Библиографическая ссылка

1. Черненко М. В. Экономический эффект от внедрения систем управления предприятием [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cfin.ru> (дата обращения: 25.03.2013).

© Белова Н. В., Томилина А. И., 2013

УДК 330.101.542

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

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ НАЛОГОВОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ОСНОВА ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ НАЛОГОВОЙ ПРЕСТУПНОСТИ

Рассматриваются главные проблемы формирования налоговой культуры в России, несовершенства налогового законодательства, недостаточного информирования, консультирования граждан, недоверия населения к налоговым органам. Предлагаются приоритетные направления повышения уровня налоговой культуры.

В настоящее время большое количество налоговых правонарушений совершается по причине незнания

закона или неправильной его интерпретации, зачастую сопровождающееся негативным отношением к

существующей системе налогообложения. Такое отношение в немалой степени объясняется низким уровнем налоговой культуры граждан. Это подтверждается данными социологического опроса населения, проведенного Фондом «Общественное мнение». Так, 18 % российских граждан признаются в полном неведении относительно того, какие налоги они обязаны платить, еще 36 % знают об этом «приблизительно». Заявили, что точно знают, какие налоги им следует выплачивать, 40 % опрошенных. При этом предприниматели лучше прочих налогоплательщиков осведомлены о налоговой сфере (среди них 60 % «точно» знают, какие налоги им положено платить), в этой группе каждый третий оценивает свои знания как «приблизительные». Однако, опыт общения с налоговиками есть лишь у небольшой части россиян – только 12 % обращались в налоговые органы. Самый распространенный повод – получение справочной информации, об этом говорят почти половина опрошенных. Все это означает, что людям сегодня не хватает информации о сфере налогообложения [1]. Поэтому в настоящее время возникает необходимость проведения широкомасштабных мероприятий по повышению уровня налоговой культуры населения. На первом плане должна быть информация, просветительская работа с налогоплательщиками, формирование налоговой культуры, дисциплины. Практика показывает, что нельзя воспитать добропорядочного налогоплательщика, если не показывать примеров четкого и правильного применения налогового законодательства.

Налоговая культура – это часть общенациональной культуры страны, связанная с деятельностью участников отношений, регулируемых законодательством о налогах и сборах и государством, отражающая уровень знания и соблюдения налогового законодательства, правильность исчисления, полноты и своевременности уплаты (перечисления) в бюджетную систему РФ налогов, сборов и иных обязательных платежей, знание своих прав, исполнение своих обязанностей, складывающаяся из понимания всеми гражданами важности для государства и общества уплаты налогов [2].

Процесс формирования налоговой культуры сталкивается с множеством проблем, среди которых стоит отметить следующие:

- несовершенство, нестабильность налогового законодательства РФ;
- недостаточное информирование, консультирование граждан, рекламно-информационные мероприятия, использование каналов СМИ;
- неудовлетворительное качество исполнения налоговых процедур;
- недоверие населения к налоговым органам.

Формирование и развитие налоговой культуры – это постоянный процесс взаимодействия государства и граждан, который имеет воздействие на эффективность налоговой политики. Исследование зарубежного опыта, а также передового опыта некоторых регионов нашей страны, позволяет выделить некоторые конкретные мероприятия, реализация которых будет способствовать повышению налоговой грамотности

населения. Совершенствование налоговой политики для получения желаемого эффекта должно коснуться всех элементов существующей налоговой системы. Построение отношений между государством и налогоплательщиками – сложнейшая задача, решение которой возможно при реализации следующих направлений повышения уровня налоговой культуры:

- повышение информирования, развитие налогового консультирования граждан, рекламно-информационные мероприятия, использование каналов СМИ, пропаганда налоговой культуры, дисциплины и ответственности;
- повышение качества исполнения налоговых процедур;
- повышение эффективности взаимодействия налоговых органов с налогоплательщиками;

Для решения первой задачи необходимо совершенствовать разъяснительную работу с гражданами, пропагандировать налоговую культуру (через СМИ, образование), составить толковый словарь основных налоговых терминов, чтобы повысить уровень налоговой грамотности, вернуть в налоговые органы отделы информации и общественных связей или создать вневедомственный налоговый консалтинг. Среди наиболее эффективных мер, которые уже применяются в России, являются создание официальных сайтов ФНС России, телефонная справочная служба, печатные СМИ, телевидение.

Для повышения качества исполнения налоговых процедур необходимы разработка и внедрение стандартов обслуживания налогоплательщиков и административных регламентов в налоговых органах, введение механизмов противодействия коррупции, модернизация системы информационного обеспечения, повышение эффективности взаимодействия с налогоплательщиками, рост профессионализма и усиление мотивации работников налоговых служб, улучшение научно-методического обеспечения их труда.

Для решения последней задачи необходимо создание условий для повышения уровня исполнения налогоплательщиками налоговых обязательств, повышение налоговой информированности субъектов предпринимательской деятельности и граждан, расширение спектра услуг, оказываемых налоговыми органами налогоплательщикам [3].

Необходимо отметить, что вышеперечисленные мероприятия будут малоэффективны без принятия соответствующих законодательных мер по повышению налоговой культуры.

Для достижения финансовой стабильности государства и обеспечения экономической безопасности страны совершенствование налогового администрирования необходимо проводить во взаимосвязи с формированием налоговой культуры общества. Главным показателем нового уровня сотрудничества государства и налогоплательщиков должны стать профессионализм и взаимная ответственность, высокая налоговая культура и налоговая дисциплина.

Библиографические ссылки

1. *Налоговая культура россиян: ключевые проблемы // Фонд Общественное мнение. Базы данных*

[Электронный ресурс]. URL: <http://bd.fom.ru/pdf/d29nalogk.pdf> (дата обращения 09.04.2013).

2. Леонова Е. Д., Чухнина Г. Я. Налоговая культура как важный элемент совершенствования налоговой системы России // *Налоги и налогообложение*. 2008. № 9. С. 47.

3. Приказ Федеральной налоговой службы от 24 августа 2011 г. № ММВ-7-5/511 [Электронный ресурс]. URL: <http://bazazakonov.ru/doc/?ID=2745634> (дата обращения 09.04.13).

© Болотова А. А., 2013

УДК 338.45

М. А. Грачёва

Научный руководитель – Н. В. Шевцова

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

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Показана актуальность экономической оценки повышения качества продукции, рассмотрены основные показатели, позволяющие оценить экономическую эффективность повышения качества продукции на предприятии.

На современном этапе развития экономики заметно ужесточились требования, предъявляемые потребителем к качеству продукции. Качество продукции – совокупность свойств товара, определяющих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением. Ужесточение требований обуславливает необходимость постоянного повышения качества, в результате чего возрастает значение комплексной оценки его экономической эффективности.

Цель исследования эффективности качества – изучение изменения различных сторон эффективности, связанных с изменениями параметров качества продукции и процессов её создания и использования.

Исследовать эффективность качества можно на разных стадиях жизненного цикла – при проектировании, изготовлении, эксплуатации. Каждая стадия имеет свои особенности, которые стоит учитывать при оценке.

Исследование эффективности повышения качества продукции предусматривает:

- чёткое выяснение характера потребностей, для удовлетворения которых создаётся продукция;
- определение коммерческих или иных целей, для достижения которых создаётся или применяется продукция;
- анализ влияния на эффективность технических, организационных и экономических условий и факторов, связанных с созданием и использованием продукции;
- выработку рекомендаций по совершенствованию продукции или процессов её создания и применения [2].

Оценка экономической эффективности от применения различных технических, информационных и других систем и мероприятий основывается на расчёте экономического эффекта (либо предполагаемого, либо фактического), полученного в результате работы системы или изделия, как правило, на протяжении календарного года.

Годовой экономический эффект Ξ можно рассчитать по формуле:

$$\Xi = Z_1 - Z_2 = C_1 + K_1 E_n - (C_2 + K_2 E_n),$$

где Z_1 – приведенные затраты по базовому варианту системы или изделия; Z_2 – приведенные затраты по внедряемому варианту системы или изделия; $C_{1,2}$ – себестоимость единицы продукции; $K_{1,2}$ – удельные капитальные вложения в производственные фонды; E_n – нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений.

Оценку экономической эффективности новой системы выполняют с помощью основных и дополнительных показателей.

Показателем сравнительной экономической эффективности является минимум приведённых затрат:

$$C = E_n K \rightarrow \min,$$

где C – себестоимость единицы продукции (работы); K – удельные капитальные вложения в производственные фонды; E_n – нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений.

При расчете экономического эффекта учитывают фактор времени, если капитальные затраты производят в течение ряда лет, а также, если рассчитываются текущие издержки и результаты производства по годам эксплуатации.

Для приведения затрат к единой системе исчисления используют коэффициент приведения:

$$a_t = (1 + E),$$

где a_t – коэффициент приведения; E – норматив приведения; t – число лет от второго года внедрения новых мероприятий до года осуществления затрат и получения результатов.

Экономический эффект от улучшения качества может быть выражен формулой:

$$E = P - Z = P - (Z_d + Z_e),$$

где E – экономический эффект; Z – затраты; Z_d – затраты на достижение экономического эффекта; Z_e – затраты на эксплуатацию; P – объем реализации.

Эффективность производства может повышаться даже при сокращении объемов реализации, но это возможно, только если качество продукции растет быстрее, чем темпы снижения объемов производства и реализации.

При определении экономической эффективности от улучшения качества продукции необходимо учитывать следующее:

- для улучшения качества необходимы дополнительные текущие и единовременные затраты;
- экономический эффект от улучшения качества продукции получает потребитель. В данном случае продукция реализуется, и производитель увеличивает доходы;
- экономию от снижения количества брака;
- предприятие при улучшении качества продукции получает экономическую выгоду от увеличения выпуска и реализации продукции, цены реализации, объема экспорта.

В результате эти факторы проявляются в получении дополнительной прибыли, которая определяется по формуле

$$\Delta\Pi = \Delta\Pi_v + \Delta\Pi_y \pm (C_d - C_{бр}),$$

где $\Delta\Pi_v$ – дополнительная прибыль, полученная от увеличения объема производства и реализации; $\Delta\Pi_y$ – дополнительная прибыль, полученная от роста цены реализации; C_d – дополнительные затраты на произ-

водство и реализацию продукции, связанные с улучшением качества продукции; $C_{бр}$ – величина снижения затрат на производство в связи с сокращением количества брака [1].

Таким образом, повышение качества продукции имеет большое значение для потребителя, производителя и экономики в целом. Интересы изготовителя в повышении качества продукции заключаются в расширении доли рынка, продвижении товаров на новые рынки, росте производительности труда, снижении уровня брака и риска потерь в период гарантийного обслуживания, получении более высокой прибыли. Расчет приведенных показателей позволит провести оценку экономической эффективности повышения качества продукции на промышленных предприятиях.

Библиографические ссылки

1. Сергеев И. В. Экономика предприятия [Электронный ресурс] // Электронная библиотека : сайт. URL: <http://www.bibliotekar.ru/economika-predpriyatiya-5/73.htm> (дата обращения: 26.03.2012).
2. Ребрин Ю. И. Управление качеством [Электронный ресурс] // Административно-управленческий портал : сайт. URL: http://www.aup.ru/books/m93/4_1.htm (дата обращения: 28.03.2012).

© Грачёва М. А., 2013

УДК 334.012.64

О. В. Дедюрина, Д. С. Киселева

Научный руководитель – Т. Н. Афанасьева

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

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

Малое предпринимательство играет большую роль в экономике, его развитие влияет на экономический рост, ускорение научно-технического прогресса, насыщение рынка товарами необходимого качества, на создание новых дополнительных рабочих мест.

На современном этапе Красноярский край представляет собой территорию с выгодным географическим положением, развитыми промышленным, научно-образовательным и историко-культурным комплексами. В связи с этим успешное функционирование малого предпринимательства является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития региона.

Малое предпринимательство – с одной стороны специфический сектор экономики, создающий материальные блага при минимальном привлечении материальных, энергетических, природных ресурсов и максимальном использовании человеческого капитала, а с другой – сфера самореализации и самообеспечения граждан, в пределах прав, предоставленных статьей 34 Конституции Российской Федерации. К субъектам малого предпринимательства относятся потребительские кооперативы и коммерческие организации, а также физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования

юридического лица, крестьянские (фермерские) хозяйства.

Основные меры государственной поддержки малого предпринимательства реализуются в рамках долгосрочной целевой программы «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» [1].

В 2011–2013 годах на финансирование мероприятий программы за счет средств краевого бюджета, предусмотрено 1 млрд 98,3 млн рублей, в том числе 426,7 млн рублей в 2012 году. Кроме того, в 2012 году привлечены средства федерального бюджета в сумме 335,98 млн рублей. Средства краевого и федерального бюджетов реализованы на 99,8 % – практически в полном объеме. В 2012 году представители малого и среднего предпринимательства получили следующую поддержку: финансовую – 1964 организации, образовательную – почти 3 тысячи человек, консультационную – более 18 тысяч человек и методическую – около 20 тысяч человек. На 2013 год в бюджете края на

поддержку малого и среднего предпринимательства предусмотрено 295 млн рублей. Дополнительно планируется привлечь из федерального бюджета не менее 380 млн рублей [2].

Так же в Красноярском крае начался новый проект в помощь развития малого и среднего предпринимательства, в котором предложенные бизнес-планы рассматриваются и оцениваются комиссией правительства края с точки зрения экономической эффективности. Победителям предоставляется грант для реализации этих проектов. Агентство труда и занятости населения Красноярского края завершило прием заявок на участие в конкурсе на предоставление грантов безработным 25 марта 2013 года. Гранты предоставляются из средств краевого бюджета в рамках долгосрочной программы «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае». Общая сумма финансирования по конкурсу составит 8,4 млн рублей. За месяц на конкурс было подано 150 заявок из 37 территорий края. По итогам конкурса 28 лучших проектов получат гранты от правительства в размере до 300 тыс. рублей [3].

Существенной формой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства является консультационная и информационная работа Муниципального автономного учреждения г. Красноярска «Центр содействия малому и среднему предпринимательству». Также в городе для оказания поддержки субъектам малого предпринимательства, занимающимся инновационной деятельностью, действует АНО «Красноярский городской инновационно – технологический бизнес-инкубатор» (АНО «КГИТБИ»), который предоставляет предпринимателям офисные помещения по льготной цене [4].

В 2012 г. малые предприятия Красноярского края стали жить лучше, чем в позапрошлом году: у работников повысилась зарплата, а у самих организаций выросли выручка и инвестиции, выяснили в Красноярскстате. Всего, по данным статистиков, в крае в 2012 г. действовало 4179 малых предприятий. Большинство из них – 27,2 % – занимаются торговлей, ремонтом автотранспортных средств и бытовых изделий. 21,3 % фирм работают в сфере операций с недвижимостью, еще 12,9 % – в строительстве.

Среднемесячная номинальная начисленная зарплата работников малых предприятий в прошлом году по сравнению с 2011 г. выросла на 5,7 % и составила 18 428 руб. Средняя численность работников малых предприятий, включая совместителей и прочих, составила 133 тыс. человек. Выручка малого бизнеса в прошлом году увеличилась на 6% и составила 229,5 млрд руб. При этом объем отгруженных товаров собственного производства составил около половины – 105,7 млрд руб. – и увеличился на 9,2 % к уровню

2011 г. Инвестиции в малый бизнес края выросли 18,4 % и составили 6,4 млрд руб. [5].

Одним из главных противоречий оказания помощи в развитии малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае является утверждение красноярским горсоветом в октябре 2012 года новых ставок, повышающих единый вмененный налог для бизнеса, налог на недвижимость и стоимость аренды муниципальных помещений. В свою очередь предприниматели оценивают законопроект как заметное препятствие развитию бизнеса и считают, что Единый налог на вмененный доход особенно ощутим для начинающих предпринимателей.

В целом, развитие малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае идет уверенными темпами. Действующая долгосрочная целевая программа «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» предусматривает применение, как мер прямого воздействия на уровень предпринимательской активности, так и мер, направленных на формирование благоприятной среды для роста предпринимательской активности.

Библиографические ссылки

1. Об утверждении долгосрочной целевой программы «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» на 2011-2013 годы : Постановление Правительства Красноярского края от 20 ноября 2010 г. № 577-П.
2. Почти 700 миллионов рублей в этом году раздадут предпринимателям // Портал «Красноярск.Биз» деловое интернет-издание. URL: <http://www.krasnoyarsk.biz/news/2013/02/01/podderzka> (дата обращения: 01.02.2013).
3. Красноярский край: 28 безработных жителей получают гранты на открытие бизнеса // «АльянсМедиа.РФ» Российский деловой портал информационной поддержки предпринимательства. URL: <http://www.allmedia.ru/newsitem.asp?id=934412> (дата обращения: 25.03.2013).
4. В Красноярске возобновляется прием пакетов документов от субъектов малого и среднего предпринимательства на получение субсидий в 2011 году // Независимое информационное агентство. URL: <http://www.24rus.ru/more.php?UID=72359> (дата обращения: 17.08.2011).
5. Малый бизнес Красноярского края подрос по выручке и инвестициям // «Дела.Ру» – Красноярское общественно-деловое издание. URL: <http://www.dela.ru/lenta/88544/> (дата обращения: 15.04.2013).

© Дедюрина О. В., Киселева Д. С., 2013

УДК 336.77.332

А. А. Елистратова
Научный руководитель – Т. Н. Афанасьева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПЕРСПЕКТИВЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

Приобретение собственного жилья является одной из основных проблем для жителей Красноярского края, поэтому актуальность темы жилищного ипотечного кредитования сегодня не подвергается сомнению.

Ипотека – это залог недвижимого имущества, где заложенный дом или квартира оформляется в собственность должника, а в случае не выполнения последним своих условий, кредитор имеет право реализации данного имущества с целью погашения недоспавшей суммы [1].

В настоящее время банки предоставляют ипотечные программы, разработанные Агентством по реструктуризации ипотечных жилищных кредитов и Агентством по ипотечному жилищному кредитованию, действующие в Красноярском крае. Вот некоторые из них: «Стандартный» – ипотечный продукт предназначен для кредитования квартир и домов на вторичном рынке жилья, «Новостройка» – ипотечные кредиты на приобретение жилья во вновь построенных многоквартирных домах, «Молодые ученые» – ипотечный кредит для молодых специалистов, занятых в сфере научных разработок, «Молодые учителя» – ипотечное кредитование молодых специалистов, занятых в сфере образования [2].

Что же касается ипотечного кредитования, которое оформляется через банк: в этом случае ипотечный кредит выдается под залог недвижимого имущества. Причем сама квартира поступает в залог к банку и является собственностью банка до момента полного погашения суммы и процентов по выданному кредиту, т. е. квартира не является вашей собственностью пока вы должны банку, хотя бы рубль.

На сегодняшний день банки предоставляют ипотечные кредиты. Например, в Сбербанке ставки по ипотеке на покупку готового жилья составляют 13–14 % для клиента «с улицы» (для того, кто не является «зарплатным» клиентом и не имеет вклада в банке). Для льготной категории заемщиков ставка будет ниже на 1 %. В ВТБ24 ставки по ипотечному кредиту на покупку квартиры на вторичном рынке составляют 11,9–14,45 % годовых. Минимальный процент по кредиту можно получить, если оформить его на 7 лет и внести более 60 % от стоимости квартиры. Помимо этого нужно оформить комплексное ипотечное страхование (страхуются риск повреждения квартиры, утраты права собственности, а также жизнь и здоровье заемщика). В Банке Москвы при покупке квартиры на вторичном рынке ставки составят 12,75–13,65 % годовых в рублях. Срок кредита – 3–30 лет, минимальный первоначальный взнос – 20 % от стоимости квартиры. Если не оформлено комплексное ипотечное страхование, ставки будут выше на 3 % [3].

По оценке экспертов сегодня ипотечным кредитом потенциально могут воспользоваться от 15 до 20 % жителей Красноярского края. Но это совсем не так.

В реальности не больше 7 % жителей Красноярского края может позволить себе взять ипотечный кредит.

В рейтинге регионов России Красноярский край занимает 10 место по доступности ипотеки в 2013 году. Если средняя семья зарабатывает в месяц около 52 тысяч рублей, при таком доходе она может приобрести в ипотеку квартиру площадью 60,7 кв. метра. Для сравнения, в Челябинской области при условии, что средняя семья в регионе зарабатывает в месяц 40,5 тысяч рублей, площадь доступной им квартиры составляет 60,8 кв. метров. Следовательно, можно утверждать, что цены квадратного метра в Красноярском крае, значительно выше, чем в других регионах России [4].

Не стоит забывать, что средние заработные платы в некоторых отраслях и сферах оставляют желать лучшего. По данным рейтинга прошлого года, самую высокую зарплату в Красноярском крае получили работники, занятые в добыче полезных ископаемых. Она составила 58,25 тыс. рублей. Меньше всего платили в сельском и лесном хозяйствах – 12,39 тыс. рублей, сообщил Красноярскстат. Заработную плату, не превышающую среднекраевой уровень, получали также работники здравоохранения и предоставления социальных услуг – 18,44 тыс. рублей; коммунальных и персональных услуг – 18 тыс. рублей; гостиниц и ресторанов – 17,1 тыс. рублей; образования – 16,81 тыс. рублей; оптовой и розничной торговли; ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования – 16,76 тыс. рублей; рыболовства и рыбоводства – 14,14 тыс. рублей [5].

15 марта 2013 Сбербанк подписал соглашение с Красноярским союзом риэлторов. Это соглашение позволит сделать рынок недвижимости удобным и понятным, ипотека при этом обещает стать доступнее, а сам процесс кредитования предлагается сделать простым для каждого клиента. Сегодня до 30 % ипотечных сделок, проходящих через Сбербанк, обеспечиваются риэлторами. Партнерами банка являются более 330 агентств недвижимости, работающих в Красноярском крае, Хакасии и Тыве [6].

Подводя итоги, следует отметить, что ипотечное кредитование в Красноярском крае обладает огромным потенциалом обеспечения долговременной прочной интеграции рынка недвижимости и финансового рынка – делает доступным приобретение жилья гражданами и способствует повышению инвестиционной активности в капитальном строительстве. Однако реализация этого потенциала в современных социально-экономических условиях далека от идеала. Основ-

ными факторами, которые мешают ипотечному кредитованию в Красноярском крае, являются высокие расходы заемщика, низкие доходы населения, а также высокие цены на жилье.

По итогам первых трех месяцев 2013 года на рынке ипотечного кредитования отмечается увеличение количества сделок. Основной причиной роста популярности ипотечных банковских продуктов послужило снижение ставок и либерализация условий кредитования многими банками. Эта тенденция будет иметь продолжение в течение всего текущего года, пока средний размер ставки не достигнет уровня 12,4 %. Нам же остается только надеяться, что ипотечное жилищное кредитование в Красноярском крае будет становиться все более доступным широким слоям населения.

Библиографические ссылки

1. «Ипотека и ипотечный кредит. В чем разница?» // *Недвижимость. Покупка, продажа, аренда*. URL: <http://domakvartira.ru/ipoteka/ipoteka-i-ipotechnii-kredit> (дата обращения: 10.02.2011).
2. *Ипотечные программы* // Красноярский краевой фонд жилищного строительства. URL: http://www.krasgilfond.ru/mortgage/ipotechnie_programmi (дата обращения: 01.04.2013).

.[krasgilfond.ru/mortgage/ipotechnie_programmi](http://www.krasgilfond.ru/mortgage/ipotechnie_programmi) (дата обращения: 01.04.2013).

3. Погорелова Ю. *Ипотека не может подешеветь* // «Газета.Ру». URL: http://www.gazeta.ru/realty/2013/03/05_a_5000009.shtml (дата обращения: 06.03.2013).

4. *Рейтинг регионов России по доступности ипотеки в 2013 году* // *Мировые Топ рейтинги*. URL: <http://basetop.ru/rejting-regionov-rossii-po-dostupnosti-ipoteki-v-2013-godu/> (дата обращения: 18.02.2013).

5. *Средняя зарплата в Красноярском крае за год выросла почти на 12 %* // *Интернет-газета «Newslab.ru»*, ИАА «Информбюро». URL: <http://newslab.ru/news/454488> (дата обращения: 20.06.2012).

6. *Сбербанк и Красноярский союз риелторов сделают ипотечный рынок доступнее* // «Сибирское Агентство Новостей». URL: <http://krsk.sibnovosti.ru/business/228446-sberbank-i-krasnoyarskiy-soyuz-rieltorov-sdelayut-ipotechnyy-rynok-dostupnee/> (дата обращения: 15.03.2013).

© Елистратова А. А., 2013

УДК 336.14

А. В. Ермолик

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

НАЛОГИ КАК ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

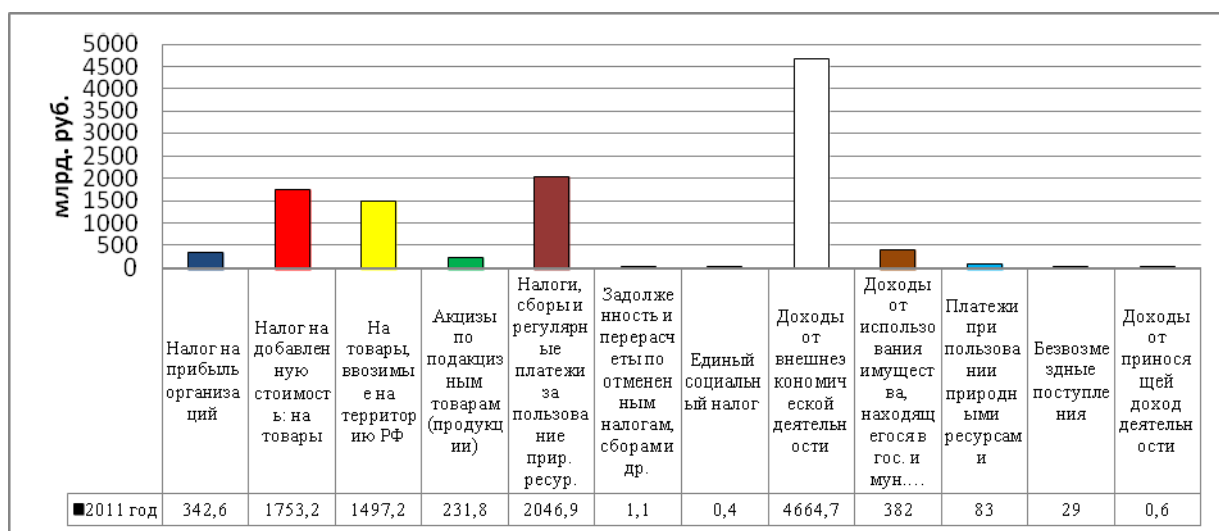
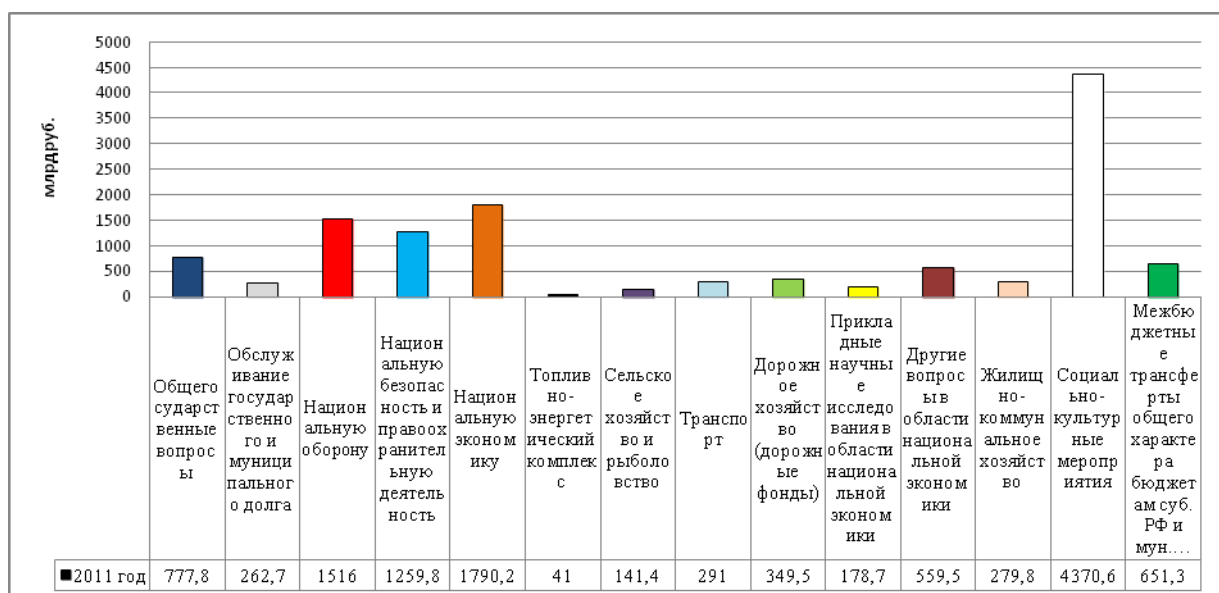
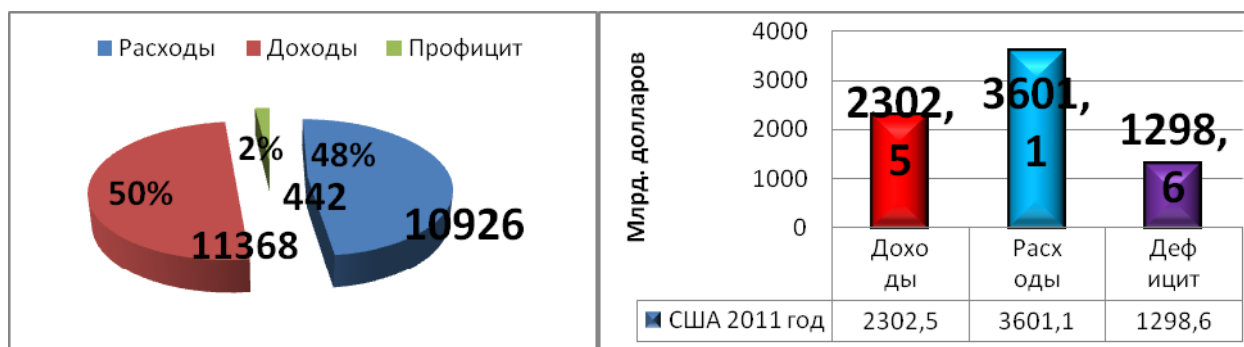
Проводится анализ бюджетов США и России. Здесь приведены основные проблемы экономики России, статистика бюджетов России и США, а так же сравнение бюджетов России и США и главные направления совершенствования налоговой системы России.

Данная тема является актуальной в наши дни, потому что в настоящее время проблемы российской экономики набирают всё больший оборот. Россия имеет множество проблем в экономической сфере, но наиболее существенной является нехватка финансовых ресурсов. Сейчас самым актуальным и действенным способом решения этой проблемы является налоговое регулирование. Налоги – неизбежный, индивидуально безвозмездный платёж. Виды налогов: по уровням управления: федеральные, региональные и местные налоги. По целевому назначению: общие налоги и целевые налоги. По уровню бюджета, в который зачисляется платеж: закрепленные и регулирующие налоги. По субъекту налогообложения: налоги, уплачиваемые физическими лицами, налоги, уплачиваемые юридическими лицами и смешанные налоги. По способу взимания: прямые и косвенные налоги. Функции налогов: регулирующая, стимулирующая, распределительная и фискальная.

Усиление государственного регулирования в налоговой политике положительно отразится на: стимулах к труду и предпринимательской активности; увеличении объема выпуска продукции, повышении производительности труда; увеличении потребления вследст-

вие увеличения необлагаемого дохода; более эффективном использовании государственного бюджета и на уровне цен и инфляции. Государственное регулирование при помощи налогового механизма создает для экономики страны широкие возможности для прогресса экономики и реализации макроэкономических целей правительства развитых стран. Представители экономики предложения считали, что сокращение налогов приведет к увеличению прибыльности и привлекательности инвестиций. Увеличение чистых доходов после уплаты налогов приведет к увеличению желания трудиться, а предпринимателей брать на себя деловые риски.

Из полученных мною данных можно сделать вывод, Россия имеет – профицит, а США – дефицит. Бюджетные системы России и США очень схожи между собой. Бюджетное устройство США и России состоит из трех уровней. Структура доходов и расходов бюджетов обеих стран претерпевает некоторые ежегодные изменения. В последнее время и в России, и в США имеет место социальная направленность. Но РФ решает эту задачу из средств федерального бюджета, а США – из средств бюджета штатов.

Рис. 1. Россия. Доходы 2011 год. Источник: интернет ресурс: www.gks.ruРис. 2. Россия. Расходы 2011 год. Источник: интернет ресурс: www.gks.ruРис. 3. Россия, 2011 год, млрд. руб.
Источник: интернет ресурс: www.gks.ruРис. 4. США, 2011 год. Источник: интернет ресурс: <http://www.weltrade.ru/analytics/articles/25572/>

Для стимулирования экономического роста России необходимо переносить основную тяжесть налоговой нагрузки с производителей на потребителей, для чего следует ввести прогрессивный НДФЛ (ожидаемый

прирост поступлений 2,1 трлн рублей), повысить налог на прибыль банков и нефтегазовых компаний с 20 до 50 % и ввести прогрессивный налог на недвижимость (от 0,1 до 2 %). Сохранение руководством стра-

ны инновационных планов развития России в относительно тяжелых экономических условиях, разработка и принятие актуальных нормативных документов и методологических концепций – это один из ключевых шагов в создании благоприятных политических и экономических условий для всех участников экономических процессов. Надеемся, что это станет серьез-

ным стимулом для постепенного реального повышения инвестиционной привлекательности России и соответственно для реального продвижения и поддержки российской науки и промышленности, как на общероссийском, так и на международном уровне.

© Ермолик А. В., 2013

УДК 339.187.62

Л. Ю. Жданович

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

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЛИЗИНГА. РАЗВИТИЕ ЛИЗИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ И РАЗВИТЫХ СТРАНАХ

Предметом нашего исследования является финансовая аренда (лизинг). Цель исследования: продемонстрировать развитие лизинговой деятельности на российском рынке, и сравнить показатели, характеризующие состояние финансовой аренды в нашей стране с развитыми странами.

В России весь 2010 год характеризуется высокими темпами роста лизингового рынка (табл. 1).

Как можно было заметить, рост спроса на лизинговые услуги наблюдался практически во всех сегментах рынка (табл. 2). Однако, наибольший объем

сделок за 2011 год пришелся на сегмент железнодорожной техники – 39,1 %. Далее следуют операции с авиа-техникой (15,3%), грузовым и легковым автотранспортом, которые как мы видим, заняли среди новых сделок 8,4% и 7,1% [2].

Таблица 1

Индикаторы развития российского рынка лизинга

Показатели	2007	2008	2009	2010	2011
Объем нового бизнеса, млрд руб.	399,6	997,5	720,0	315,0	725,0
Темп роста, %	83,8	149,6	-27,8	-56,2	130,2
Объем полученных лизинговых платежей, млрд руб.	136,0	294,0	402,8	320,0	350,0
Темпы прироста, %	78,0	116,2	37,0	-20,6	9,4
Объем профинансированных средств, млрд руб.	201,1	537,0	442,0	154,0	450,0
Темп прироста, %	90,0	167,0	-17,7	-65,0	192,0
Совокупный портфель лизинговых компаний, млрд руб.	530,0	1202,0	1390,0	960,0	1180,0
Темпы прироста, %	-	126,8	15,6	-31,0	23,0
Номинальный ВВП, млрд руб.	26903,5	33111,4	41256,0	39016,1	44491,4
Доля лизинга в ВВП, %	1,49	3,0	1,7	0,81	1,63

Таблица 2

Топ-10 ведущих сегментов рынка по доле в объеме нового бизнеса, %

Сегмент	2010	2011
Железнодорожная техника	26,0	39,1
Авиационный транспорт	15,3	10,5
Грузовой автотранспорт	8,0	8,4
Легковые автомобили	9,1	7,1
Строительная техника	4,8	4,5
Дорожно-строительная техника	1,4	3,4
Здания и сооружения	5,7	3,2
Оборудование для нефтедобычи и переработки	0,3	2,6
Суда (речные и морские)	2,7	2,4
Энергетическое оборудование	2,2	2,0

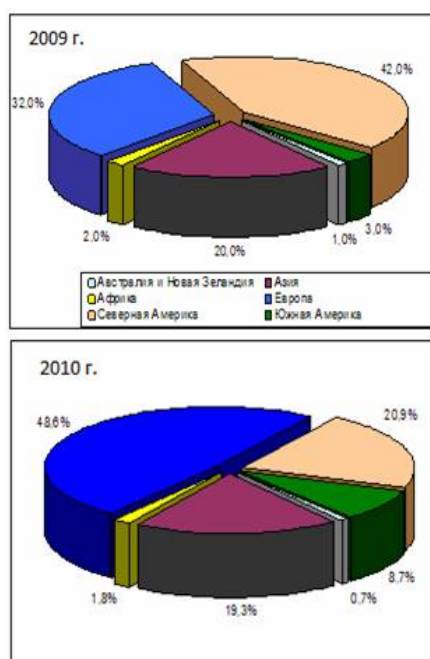
Начиная со второго полугодия 2011 года, лизинговые компании смягчили требования к потенциальным лизингополучателям и участники рынка стали более активными. И всё же, лизинговые компании продол-

жали сталкиваться с недостаточностью предложения финансирования своих операций со стороны основных кредиторов по приемлемым ставкам. Это ограничивало их возможности для развития. Но и в этих ус-

ловиях большие лизинговые компании смогли воспользоваться оживлением рынка и привлечь существенные объемы финансирования по средствам облигационных займов.

В 2011 году основными направлениями роста лизинга продолжают оставаться сделки с автотранспортом, железнодорожным составом и авиатехникой [2].

Что касается мирового рынка, то на сентябрь 2010 г. современный мировой рынок лизинговых услуг охватывает более 80 стран. Рынок лизинговых услуг сосредоточен в мировых экономических центрах: США, Западной Европе и Азии, на долю которых приходится большая часть объема лизинговых сделок в мире – примерно 94 % (на начало 2009 г.) и 89 % (на начало 2010 г.), в том числе доля США, Японии, Великобритании и Германии превышает 70 % [3].



Учитывая то, что лизинг совсем недавно появился в сфере услуг аренды нашей страны, темпы его роста опережают темпы роста основных макроэкономических показателей. Но до уровня лизинговых сделок развитых стран, как мы видим на пока что далеко.

Если говорить о текущей ситуации в нашем городе, можно отметить, что в Красноярске его направления разнообразны – от взятия автомобилей, грузовой и строительной техники, оборудование и заканчивая самолетами. Лидерами красноярского рынка являются такие компании как: «УРАЛСИБ», «АФТ-Лизинг», «Механика роста лизинг», «КМБ-лизинг», «Дельта Лизинг» [1]. Лизинг пока еще не отличают от кредита, о финансовых преимуществах в виде налоговых льгот практически никто не знает. Причем, виноваты в этом не только «дремучие» красноярские предприниматели: большинство лизинговых структур активно не занимаются продвижением своих компаний, общаясь только с теми клиентами, которые обращаются к ним самостоятельно.

Но я всё же считаю, что в скором времени лизинговые сделки будут так же популярны и в нашем городе и в нашей стране, ведь эта система даёт большие возможности для начинающих предпринимателей и решает кучу проблем предприятия.

Библиографические ссылки

1. Калининкова В. Инвестиции без денег. В Красноярске развивается лизинговый рынок. // Журнал «Эксперт-Сибирь». № 6. 2007.
2. Рейтинговое агентство Эксперт РА. URL: <http://raexpert.ru/>.
3. ФИИН-МОНИТОРИНГ. URL: <http://www.fin-monitoring.ru/>.

© Жданович Л. Ю., 2013

УДК 502.131.1

А. М. Запрягайло

Научный руководитель – А. И. Леонидова

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

ЭКОНОМИКА ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ НЕРАЦИОНАЛЬНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ В РФ

Предпринята попытка раскрыть основные причины нерационального использования природных ресурсов в пределах Российской Федерации и рассмотреть альтернативные пути решения данной проблемы. Проанализированы последствия нерационального использования природных ресурсов, которые имеют прямое влияние на экологию страны.

Уже на стыке 60–70-х гг. XX в. становится понятным, что человечество не сможет, увеличивая свою численность, удерживать прежние темпы потребления энергоресурсов, при этом сохранить всю красоту флоры и фауны. Для этого и была создана такая дисциплина, как «Экономика природопользования». Её

целью является изучение экономических отношений в области природопользования и охраны окружающей среды для обеспечения устойчивого развития в условиях перехода к рыночным отношениям.

В улучшении использовании природных ресурсов большую роль играет определение адекватной эконо-

мической оценки природных благ, но к сожалению, в России, как централизованно планируемая, так и рыночная экономика оказались не способны оценить реальное значение «окружающей среды»: «...складывающаяся до самого последнего времени парадоксальная ситуация «бесплатности» используемых в экономике природных благ или их минимальной цены явилась одной из причин нерационального использования природных ресурсов, гигантской расточительности экономики» [1, с. 67].

Отличным примером можно считать постройки ГЭС: при строительстве и эксплуатации гидроэлектростанции никогда не учитывалась цена многих тысяч гектаров, затопляемых земель, причем это ценнейшие плодородные угодья.

Далее, одной из важных причин потери природных ресурсов стал износ оборудования. Продолжительная эксплуатация ведёт к вероятности сбоев, поломок и, как следствие, экологическим катастрофам: «... только из-за аварий нефтепроводов в России ежегодно разливается 5–7 % добытой нефти, или 15–20 млн т» [1, с. 68]. Естественно, что экологический ущерб многократно превосходит прямые потери.

В заключение стоит отметить, что важно знать экономическую ценность природных ресурсов и услуг, потому что в экономической реальности действует суровое правило: «То, что не имеет цены, экономической оценки – не существует, не учитывается при принятии хозяйственных решений». Более того, большое значение в решении проблем неэффективного использования природных благ имеет – развитие энергосберегающих технологий и «достаточное» выделение средств для охраны окружающей среды, нового оборудования и повышения квалификации управляющего персонала.

Библиографические ссылки

1. Бобылёв С. Н., Ходжаев А. Ш. Экономика природопользования. М. : Инфра-М, 2009. 501 с.
2. Гладков И. С. Мировая экономика и Международные экономические отношения. 4-е изд., перераб. и доп. М. : БИНОМ, 2009. 341 с.

© Запрягайло А. М., 2013

УДК 334.021

А. О. Имихович, К. Ю. Сурменкова, А. А. Шашин
Научный руководитель – А. И. Леонидова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ВОЗМОЖНОСТИ УЧАСТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ГОСЗАКАЗЕ И СИСТЕМЕ ЗАКУПОК ГОСКОМПАНИЙ И КРУПНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Сохранение конкуренции и, следовательно, самой рыночной экономики связано с существованием и развитием малого бизнеса. В открытой конкуренции малый бизнес, исходя из его собственных возможностей обречен проигрывать крупному бизнесу и тем более монополиям. В таких условиях государство должно обеспечить равные возможности доступа малого и крупного бизнеса к экономическим ресурсам. Один из вариантов такого выравнивая – особые условия доступа к госзаказу и контрактным заказам госкомпаний и естественных монополий.

В России на сегодняшний день не снята острота проблемы поддержки малого бизнеса. Результативность поддержки низка, равные условия доступа компаний к рынкам ресурсов и рынков продуктов не обеспечена. Понимание данной проблемы констатируется, но реальных подвижек в этом вопросе пока не происходит.

Свою положительную роль в решении данной проблемы могли бы сыграть два Федеральных закона: ФЗ № 209 от 6 июля 2007 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и ФЗ № 94 от 8 июля 2005 г. «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд».

В ст. 6 ФЗ № 209 прописаны пункты: об обеспечении благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства (п. 2), об обеспечении конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства (п. 3), об увеличении количества субъектов малого и среднего предприни-

мательства (п. 5), увеличении доли производимых субъектами малого и среднего предпринимательства товаров (работ, услуг) в объеме валового внутреннего продукта (п. 7). В ст. 15 ч. 1 ФЗ № 94 сказано, что государственные заказчики, за исключением некоторых случаев обязаны осуществлять размещение заказов у субъектов малого предпринимательства в размере не менее чем десять и не более чем двадцать процентов общего годового объема. Из этого следует, что малому бизнесу отводится в среднем 15% участия в государственном секторе российской экономики. Исходя из данных законов можно заметить, что они противоречат друг другу. Государство, с одной стороны, констатирует расширение возможностей малого предпринимательства и его поддержку, а с другой стороны, если малому бизнесу отдается всего 15% госзаказа, а крупному бизнесу – 85%, ТОО какой реальной поддержке можно говорить [1].

На практике дело обстоит еще хуже. По итогам прошлого года объем размещенного госзаказа в Мо-

ске составил более 75 тысяч лотов на сумму порядка 600 млрд рублей, из них с участием субъектов малого и среднего предпринимательства были заключены контракты на общую сумму 47 млрд рублей, это всего 7,8% [2].

Для сравнения в США уже давно 23% заказов госбюджета непременно достается малому бизнесу. В кризис администрация президента США увеличила эту долю до 26 % всех госзакупок. Более того, если заказ слишком крупный для этого бизнеса, конгресс дробит его на части. Кроме того, в Америке крупные предприятия обязаны размещать в малом бизнесе до 20 % оборонных заказов [3].

Проблематична и сама процедура участия в торгах по госзаказу. Чтобы выиграть электронный аукцион, то есть получить госзаказ малому бизнесу, следует снижать первоначальную цену, а сейчас, в связи с кризисом, стремление получить возможность гарантированных продаж заставляет предпринимателей снижать стоимость предложения на торгах на 70–80 % процентов, в результате сумма, за которую нужно выполнить госзаказ не превышает 30% от его первоначальной стоимости. Аналитики Главконтроля отмечают растущее из года в год снижение начальной (максимальной) цены по процедурам торгов, проведенным среди субъектов малого предпринимательства – с 6,77 % в 2008 году до 14,83 % по итогам первого полугодия 2012 года [4]. А выполнить данную работу за такое денежное обеспечение невозможно, следовательно, предприниматели вынуждены брать кредиты, либо объединяться с другими предпринимателями, отсюда можно сделать вывод, что даже у выигравших торги малых предпринимателей проблем только прибавляется, что неизбежно приводит к уменьшению доли участия малого бизнеса в госзакупках.

Сегодня Торгово-промышленная палата Российской Федерации предлагает увеличить квоту участия малых предприятий в госзаказе с 10 % до 20 % и повысить для них максимальную цену контракта с 15 млн до 30 млн рублей. Руководители рабочих групп «Предпринимательской инициативы» выступили с идеей увеличения доли малого и среднего бизнеса в государственных закупках к 2018 году до 25 %. Правительство РФ поддержало эту инициативу.

Согласно законопроекту о Федеральной контрактной системе, принятому Госдумой в июне в первом чтении, предполагается внедрить так называемое «правило второй руки», согласно которому, крупное

предприятие, выигравшее государственный тендер, обязано привлечь к его реализации малый бизнес.

В среднем за год госкомпании и естественные монополии тратят на закупку товаров и услуг около 7 триллионов рублей. Но пока они предпочитают работать с крупным бизнесом, дочерними и аффилированными компаниями, отмечают в АСИ (Агентстве стратегических инициатив). Доля малого и среднего бизнеса в контрактах не превышает 10 %. По планам АСИ, малый и средний бизнес ежегодно сможет претендовать на 1,75 триллиона рублей, т. е. 25 % от объема закупок. Правила для работы самых крупных заказчиков товаров и услуг с малым и средним бизнесом пропишут в законодательстве, а также в правительственном постановлении. Это решение откроет путь малому бизнесу к закупкам товаров и услуг госкомпаниями и естественными монополиями. К 2018 году они должны будут увеличить общую стоимость договоров по закупкам в пять раз.

Также, АСИ намерены вовлекать малый и средний бизнес в электронные торги. Сейчас в них участвует всего лишь треть таких предпринимателей. К 2015 году эта доля должна составлять уже 50 %, к 2018 году – 70 % [5].

В современных условиях увеличение доли малого бизнеса в госзаказе и закупках госкомпаний и крупного бизнеса – это реальный способ государственной поддержки малого бизнеса в России. Реализация этого способа позволит развиваться малому бизнесу более динамично и окажет положительное влияние на экономику в целом.

Библиографические ссылки

1. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=131185>.
2. URL: www.bfm.ru.
3. URL: <http://krb.in.ua/?p=169>.
4. URL: <http://glavkontrol.mos.ru/presscenter/publications/615074/>.
5. URL: http://www.goszakaz.ane.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=717:-2018-----&catid=2:about-goszakaz&Itemid=7.

© Имихович А. О., Сурменкова К. Ю.,
Шашин А. А., 2013

УДК 338.45:622.276

Н. В. Кадникова

Научный руководитель – Л. А. Иванченко

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

ПРОБЛЕМЫ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Нефтегазовый комплекс является основой энергоснабжения страны и одной из ее важнейших народнохозяйственных отраслей. Рассматриваются последние тенденции и проблемы нефтяной промышленности в России.

Россия сохраняет свои лидирующие позиции в мире по объемам добычи нефти. На нефть и природный

газ приходится 44 % объема экспорта товаров. В настоящее время он формирует более 40 % федерально-

го бюджета и 20 % консолидированного. Результаты деятельности нефтегазового комплекса выступают основой для обеспечения платежного баланса страны, поддержания курса национальной валюты, формирования инвестиционных ресурсов экономики. Но в настоящее время в нефтяной отрасли существует ряд проблем:

1. Истощение разрабатываемых месторождений;
2. Устаревшие технологии производства;
3. Низкая глубина переработки нефти.

По объемам учитываемых разведанных запасов нефти Россия занимает второе место в мире после Саудовской Аравии – ее доля составляет примерно 10%. Однако, если принять во внимание различия между российской и зарубежными классификациями, доля России в мировых запасах сокращается примерно до 6 % и страна оказывается на четвертом месте в мире, пропустив вперед Канаду и Иран.

Признанные мировые аналитические агентства оценивают наши запасы по международной классификации (10 млрд тонн) в 2 раза ниже чем объем запасов по российской классификации категории (22 млрд тонн), что обусловлено тем, что в расчет принимается только экономически целесообразные к разработке запасы в рамках действующего налогового режима.

Многолетняя эксплуатация месторождений углеводородного сырья привела к тому, что разведанные запасы нефти в нем выработаны в среднем почти на 40 %, а отдельные давно разрабатываемые месторождения – на 70% и более. Но главной причиной является отбор наиболее качественной нефти, из-за чего опережающими темпами растут запасы тяжелой нефти: в 2009 г. ее разведанные запасы в целом по РФ увеличились на 2,9 %, а легкой – сократились на 2,8 %.

Увеличение добычи в последние годы было вызвано существенным скачком мировых цен на нефть. Нефтяники получили возможность направлять больше средств на инвестиции в модернизацию производства. Однако сегодня средняя глубина переработки нефти на нефтеперерабатывающих заводах не превышает 70 % (на заводах США она составляет около 90 %). 30 % в корзине продуктов нефтепереработки занимает мазут, 70 % которого экспортируется в Европу, где его перерабатывают и превращают в дизель и бензин высокого качества. При высокой доле мазута в полученных продуктах цена этой «корзины» на мировом рынке оказывается примерно на 20–25 % ниже цены нефти, из которой она была получена. В итоге складывается ситуация, при которой значительная часть добавочной стоимости переработки перетекает в Европу [1].

Ключевыми проблемами нефтепереработки сегодня являются устаревшие технологии производства и отсутствие инвестиций в увеличение глубины и качества переработки в предыдущие годы. При налоговом режиме до 2011 г. пошлина на мазут была в 2,5 раза ниже пошлины на нефть и почти в 2 раза ниже пошлины на светлые продукты. Это привело к использованию старого оборудования, при минимуме капитальных затрат, и созданию экспортно-

ориентированных нефтеперерабатывающих заводов, которые нефть превращают в мазут, прямогонный бензин и дизель низкого качества для дальнейшей отправки на экспорт. При этом в 2008 году маржа среднего российского нефтеперерабатывающего завода составляла 15 долларов на баррель – что в 2–3 раза превышало маржу западных гораздо более технологичных коллег.

Для уменьшения экспорта темных нефтепродуктов и стимулирования инвестиций в нефтепереработку 26 августа 2011 года Правительством Российской Федерации было принято Постановление Правительства Российской Федерации № 716*, которое вводит новые ставки вывозных таможенных пошлин на продукты нефтепереработки [2].

Новый режим налогообложения предполагает снижение предельной унификацию ставок вывозных таможенных пошлин на светлые и темные нефтепродукты с введением единой ставки в размере 66% от ставки вывозной таможенной пошлины на сырую нефть. В частности, ставка вывозной таможенной пошлины на мазут повышена с 46,7 % до 66 %; ставка вывозной таможенной пошлины легкие дистилляты снижена с текущих 67 до 66 %. Постановление вступило в силу 1 октября 2011 года. Сравнение результатов работы нефтегазовой отрасли за 2012 г. с аналогичными показателями прошлого года показывают положительную динамику. Добыча нефти за отчетный период выросла на 2,0 %, экспорт не изменился, первичная переработка поднялась на 4,5 %. Таким образом, нефтеперерабатывающие заводы изменили ассортимент продукции в пользу светлых нефтепродуктов. Произведено 6469,6 тыс. тонн автомобильного бензина (+4,7%), 11872,8 тыс. тонн дизельного топлива (+3,9%). Выпуск топочного мазута составил 12 673,3 тыс. тонн (–0,6 %) [3].

Сохранение объемов переработки нефти на текущем уровне 230–240 млн тонн при увеличении глубины переработки до 85 % в 2020 году обеспечит максимальный вклад нефтеперерабатывающей отрасли в экономику страны. Выравнивание пошлин на светлые и темные нефтепродукты вместе с грамотным управлением разницей между пошлиной на нефть и нефтепродуктами являются ключевыми рычагами для стимулирования инвестиций в модернизацию производства. В то же время это будет способствовать снижению добровольного экспорта темных нефтепродуктов (примерно на 20 млн тонн в год) [4].

В части добычи нефти, наиболее оптимально обеспечивает распределение нагрузки между государством и инвестором целевой профиль в период до 2020 года на уровне 501–505 млн тонн. Общий накопленный объем добычи по указанному варианту составит 5,6 млрд тонн нефти. Рекомендуется изменить классификацию учета месторождений так, чтобы параметры определяли экономическую целесообразность разработки.

Библиографические ссылки

1. Анализ и прогноз Нефтедобывающая промышленность России [Электронный ресурс]. URL: <http://burneft.ru/archive/issues/2011-04/>.

2. Доклад Министерства энергетики Российской Федерации по вопросу Генеральной схемы развития нефтяной отрасли на период до 2020 года (28 октября 2010 г.).

3. Постановление Правительства Российской Федерации. № 716* от 26 августа 2011 года.

4. О влиянии НПЗ с низкой глубиной переработки на конкурентоспособность ТЭК // Нефть, газ и фондовый рынок. 2013.05.03 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ngfr.ru/>.

© Кадникова Н. В., 2013

УДК 330.8 (075.8)

А. А. Карась

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

МАСЛОДЕЛИЕ В СИБИРИ: ПРОШЛОЕ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Рассматривается история развития маслоделия в Сибири, а также прошлое и современное состояние маслодельной отрасли. Особое внимание уделяется артели как форме организации крестьянского хозяйства.

На рубеже XIX–XX веков Россия вступила в фазу активных модернизационных преобразований, двигателем которых выступило железнодорожное строительство. Со строительством знаменитой Транссибирской магистрали, важную роль в процессе российской модернизации стал играть Сибирский регион. В первую очередь для межрегионального обмена Сибирь предлагала такие товары, как пушнина, золото и сливочное масло. На развитие экономики региона особенно повлиял такой вид хозяйственной деятельности, как маслоделие.

Развитие товарного маслоделия в Сибири началось с 1894 года, когда купец Вальков в Курганском округе открыл первые два завода для производства экспортного сливочного масла. В 1896 году в деревне Морево Ялуторовского округа крестьяне организовали первый в Сибири артельный маслоделательный завод. В дальнейшем артельные маслозаводы получили широкое распространение в Сибири.

Основными поставщиками молока для маслозаводов являлись богатые («кулацкие») хозяйства, имевшие свыше шести коров. Они давали до 70% товарного масла в Сибири. Однако маслоделием занимались средние и даже мелкие хозяйства, объединившиеся в артели. На одного участника артели в среднем приходилось от 4 до 6 коров. Артели приобретали собственное маслобойное оборудование и заключали договоры о прямых поставках, исключая многочисленных перекупщиков и посредников. Договоры заключались как в устной, так и в письменной формах. Артельщики вносили небольшие паи наличными деньгами и

дополнительные паи в виде вычета из сумм, следующих за доставляемое молоко. Члены артели участвовали в деле пропорционально количеству сданного молока; они обязывались не сдавать молоко на сторону. Дела артели велись артельным старостой или советом уполномоченных, то есть выборными от членов предприятия. Артель контролировала качество поставляемого молока, поэтому сибирское масло было отменным, превосходя по своим характеристикам датское и английское.

Кооперация получила широкое распространение по причине того, что она позволяла значительно повысить результативность крестьянских хозяйств за счет оказания многообразных услуг в сфере кредита, сбыта продукции, снабжения товарами и оборудованием. Значительную роль для развития кооперации в маслоделии сыграла тарифная политика правительства, которая препятствовала продвижению сибирского хлеба на запад. Челябинский тарифный перелом, действовавший в интересах помещиков Европейской России, выполнял широкую функцию – формировал территориальную специализацию сельского хозяйства на молочном животноводстве. Также политика правительства предусматривала выдачу ссуд и льготных кредитов владельцам частных и кооперативных маслодельных заводов.

В 1913 году в Сибири действовало 4 092 маслозавода, из них около половины были кооперативные. Здесь сложился один из наиболее крупных в России районов товарного маслоделия (см. таблицу).

Развитие маслоделия в Сибири

Год	Всего заводов	В том числе артельных	Год	Всего заводов	В том числе артельных
1894	2	–	1903	728	157
1895	15	–	1904	937	242
1896	30	4	1905	1 181	359
1897	52	10	1906	1 478	526
1898	101	13	1907	1 887	761
1899	242	16	1908	2 347	987
1900	277	35	1909	2 889	1 200
1901	380	51	1910	3 109	1 337
1902	564	101	1913	4 092	1 917

Сибирское маслоделие работало на экспорт: 80–85 % произведенного масла поставлялось за границу. В 1909–1913 гг. на Сибирь приходилось более 16 % мирового экспорта масла.

П. А. Столыпин по этому поводу заявлял следующее: «Весь наш экспорт масла на внешнем рынке целиком основан на росте сибирского маслоделия. Сибирское маслоделие дает золота больше, чем вся сибирская золотопромышленность» [1].

Первая мировая война, а затем и гражданская с политикой «военного коммунизма» привели к сокращению объема заготовок масла, так как с увеличением потребности армии в хлебе и зернофураже под пшеницу и овес стали распахиваться не только целина, но и сенокосы, и свежая залежь. В дальнейшем в структуре сельскохозяйственного производства окончательно закрепился приоритет зернового хозяйства как основного источника накопления средств для индустриализации.

Разрушение производственной базы маслоделия, нарушение экономического механизма взаимоотношений государства и крестьянства, в том числе через кооперацию, привели к утрате мотивации в поставках качественного молока на заводы. Ухудшение качества сибирского масла привело к снижению экспорта на внешних рынках.

В настоящее время Сибирский регион по-прежнему играет важную роль в производстве и экспорте сливочного масла в России. В 2011 году в Красноярском крае в связи с увеличением надоев молока, увеличилось и производство сливочного масла. Так, за первое полугодие 2011 года было произведено на 24,4 % масла больше, чем в 2010 году и составило 1,2 тыс. т. В апреле 2012 года Красноярский край отправил в Иран 552 тонны сливочного масла. Вся продукция произведена в Красноярске и, по мнению специалистов, соответствует необходимым требованиям. Нарушений при экспорте выявлено не было [2].

Но, несмотря на успех развития маслоделия в Красноярском крае, рост производства сливочного масла в России достаточно медленный.

Библиографические ссылки

1. Савченко А. Три века одного поселка // *Восточно-Сибирская правда* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vsp.ru/dates/2006/10/17/422950> (дата обращения: 04.04.13).

2. Наш Красноярский край [Электронный ресурс]. URL: <http://gnkk.ru/news/krasnoyarsk-krai-sent-to-iran-more-than-500-tons-of-butter-.html> (дата обращения: 04.04.13).

© Карась А. А., 2013

УДК 336.711

И. В. Константинов

Научный руководитель – А. В. Лихтер

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

РОЛЬ СБЕРЕГАТЕЛЬНОГО БАНКА РОССИИ В ЭКОНОМИКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Рассматривается вопрос о роли сберегательного банка в экономике, основное направление деятельности банка, предоставление кредитов физическим и юридическим лицам, показатели деятельности банка, структура предоставляемых кредитов по отраслям.

Под ролью банка следует понимать его назначение, то, ради чего он возникает, существует и развивается. Роль банка специфична, она адресует к экономике в целом, к банку независимо от того, к какому типу он принадлежит. Учитывая то, что банк функционирует в сфере обмена, его назначение и влияние на экономику необходимо, прежде всего, рассматривать через данную сферу. Назначение банка состоит в том, что он обеспечивает:

- концентрацию свободных капиталов и ресурсов, необходимых для поддержания непрерывности и ускорения производства;
- упорядочение и рационализацию денежного оборота [1].

По сравнению с другими банками Сбербанк России является безусловным лидером и его вклад в экономику является весьма весомым.

Так на долю Сбербанка приходится четверть активов банковской системы Российской Федерации, около трети российского банковского капитала, более

половины частных вкладов российских вкладчиков, около трети выданных в РФ кредитов. По своим рыночным позициям, по объёму активов и капитала, по своим финансовым результатам и масштабам инфраструктуры банк в несколько раз превосходит своих ближайших конкурентов [2].

Основное направление в деятельности Сберегательного банка России состоит в оказании населению разнообразных услуг. Сбербанк осуществляет: прием и выдачу вкладов; кредитно-расчетное обслуживание клиентов; новые виды услуг, выдачу поручительств, гарантий и иных обязательств за третьих лиц, предусматривающих их исполнение в денежной форме; покупку и продажу организациям и населению иностранной валюты [3].

Используя своё существенное превосходство по величине капитала, рекордного для российского рынка, Сбербанк России занимает крупнейшую долю на рынке вкладов и является основным кредитором российской экономики.

Кроме кредитования физических лиц Сбербанк активно работает с юридическими лицами. Сбербанк выдает 31,4 процента кредитов юридическим лицам от их общего числа.

К основным видам предоставляемых кредитов относят: потребительские кредиты; инвестиционное кредитование – среднесрочное кредитование инвестиционных программ российских предприятий по перевооружению и модернизации действующих производств; проектное финансирование – работа с относительно небольшими (10 млн долларов) проектами со сроками возврата до 3,5 лет; синдицированное кредитование – совместная реализация банками крупных проектов; овердрафтное кредитование – осуществляется банком для оплаты расчетных документов клиента при отсутствии средств на его счете [4].

По кредитам юридическим лицам Сбербанк занимает лидирующую позицию и, не смотря на то, что он предоставляет кредитов в 3,4 раза больше чем банк ВТБ, резервы под кредиты юридическим лицам превосходят в 8,5 раз, что свидетельствует о высоких требованиях к залогам.

Структура выданных кредитов Сбербанка по отраслям, основным валютам и срокам представлена на рисунке.



Структура кредитов Сбербанка РФ по различным критериям [5]

Из представленных данных видно, что на долю реального сектора экономики приходится 46 % всех выданных кредитов, которые предоставляются в основном в рублях и носят краткосрочный характер (65 % от структуры кредитов по данным на 31.12.11 г.).

При этом на долю таких отраслей как машиностроение, металлургия, энергетика, являющихся структурообразующими для экономики страны банк в совокупности предоставляет менее 13 % от совокупности своих кредитов. Такое положение вещей, по объяснению самого банка связано с тем, что, во-первых, высокие риски кредитов промышленным предприятиям ведут к неэффективному использованию ими кредитных ресурсов и увеличивают общий уровень кредитных рисков в банковском секторе, а во-вторых, с отсутствием гарантий возврата кредитов и ясно определенной процедуры банкротства.

В основном кредитная политика Сбербанка сосредоточена на предоставлении кредитов предприятиям торговли, предприятиям, работающим в сфере услуг и кредитовании физических лиц, т. е. обладая большими активами, и пользуясь огромными возможностями своего уникального рыночного положения, Сбербанк размещает свои активы в быстроходных и высокоокупаемых операциях [6].

Исходя из всего вышеперечисленного, можно подвести итог, что на практике Сбербанк не в полной мере обеспечивает концентрацию свободных капиталов необходимых для поддержания производства и, несмотря на свою выдающуюся роль в банковском секторе играет не очень значительную роль в реальном секторе экономики.

Библиографические ссылки

1. Деньги, кредит, банки : учебник / кол. авторов ; под ред. О. И. Лаврушина. 6-е изд., стер. М. : КНОРУС, 2007. 560 с.
2. Банки и небанковские кредитные организации и их операции : учебник / под ред. Е. Ф. Жукова. М. : Вузовский учебник, 2005. 491 с.
3. Макроэкономика. Теория и российская практика : учебник / под ред. А. Г. Грязновой и Н. Н. Думной. 6-е изд., стер. М. : КНОРУС, 2011. 680 с.
4. Д. К. Б. : учебное пособие / И. В. Меркулова, А. Ю. Лукьянова. М. : Кнорус, 2010. С. 244
5. Сбербанк России. URL: <http://sberbank.ru> (21.01.2013).
6. Деньги. Кредит. Банки : учебник для вузов / Е. Ф. Жуков, Н. М. Зеленкова, Л. Т. Литвиненко / под ред. проф. Е. Ф. Жукова. 3-е изд., перераб. и доп. М. : Юнити-ДАНА, 2008. 703 с.

© Константинов И. В., 2013

УДК 338.124.4(495)

И. С. Коршакевич
Научный руководитель – Т. Н. Афанасьева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС ЕВРОЗОНЫ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ

Рассмотрен экономический кризис в Греции и ряде других европейских стран, и его влияние на экономику России.

Экономический кризис в Греции 2011 года пагубно отразился не только на ее экономике, но и на общественной жизни: дефицит бюджета возрос и в 4 раза превысил норматив, установленный в ЕС, государственный долг на 13 % превысил размер годового ВВП, равный 294,339 млрд долларов, 50 % населения участвует в непрекращающихся акциях протеста. В конце 2012 года ЕС и МВФ пришли к соглашению, по условиям которого Греция избежит дефолта в краткосрочном периоде. Однако уже тогда аналитики опасались, что новая помощь Греции вызовет волну кризисов по всему югу Европы. И они оказались правы. После Греции была Португалия, затем Испания, и, наконец, Кипр. Далее эта волна может докатиться до других европейских государств (Италии, Бельгии, Франции, Великобритании, Швейцарии, Германии и т. д.), а главное – до России.

Нет сомнений, что европейский кризис закончится тяжелой ситуацией: падением финансовых рынков, а следом и производственного сектора. Уже в сентябре 2012 года еврозона показала спад в промышленном производстве на 2 % по сравнению с августом, то есть спад в реальном секторе уже был замечен.

ЕС превратился важнейшего торгово-экономического партнера России еще в 1990-е годы. Около 35 % экспорта приходится на ЕС. Кроме того, ЕС является крупнейшим инвестором в экономику России: по данным за 2012 год иностранные инвестиции из ЕС составили около 124 млрд долларов США. Таким образом, в лице ЕС Россия имеет важнейшего экономического партнера, от которого во многом зависит ее экономическая безопасность и социально-политическая стабильность.

После вступления России в ВТО 22 августа 2012 года экономика России еще больше стала зависеть от развития экономики ЕС. Конечно, во вступлении есть и плюсы и минусы, но последних очевидно больше. Конкуренция на рынке товаров будет расти, из-за появления на российском рынке все большего числа иностранных товаров, что не самым лучшим образом отразится на отечественных производителях, некоторые моногорода должны будут исчезнуть [1]. С другой стороны будут дешеветь зарубежная техника, автомобили, одежда, лекарства и сотовая связь.

По статистическим данным в 2000-х годах в экономике России в целом наблюдается подъем. В 2009 году после Мирового финансового кризиса наблюдался спад ВВП на 7,9 %, однако на начало 2013 года стало известно, что ВВП 2012 года вырос на 3,4 % по сравнению с 2011 годом и по предварительным оценкам составил 2 231 млрд долларов.

В настоящее время экономический кризис в Европе все-таки напрямую коснулся России: Кипр просит у России срочной финансовой помощи. По данным на 20-е марта «кипрская делегация привезла в Москву предложение об обмене долей в банках и месторождениях острова на срочную финансовую помощь, проигнорировав открытое недовольство ЕС решением парламента страны не вводить налог на банковские вклады и новыми контактами с Россией» [2]. По последним данным (22 марта) Кипр так и не получил обещанной финансовой помощи от России, однако по словам министра финансов Кипра Михалиса Сарриса переговоры будут продолжены [3].

По словам Игоря Николаева, директора департамента стратегического анализа компании «ФБК», Россия является благотворителем не столько для Кипра, сколько для российских капиталов, для того бизнеса, который работает через компании, зарегистрированные на Кипре. Кроме того, Кипр за последние годы является одним из крупнейших инвесторов в экономику России. Таким образом, можно точно сказать, что помощь Кипру оказать нужно, но власти обеих стран до сих пор не смогли решить этот вопрос.

Чтобы уберечь еврозону от развала, лидеры ЕС, руководство Европейского центрального банка (ЕЦБ), правительства стран нашли для себя способы борьбы с финансовым кризисом – они используют кредиты, вливания ликвидности в банковские системы, покупки облигаций проблемных стран, внедряют меры жесткой экономии. Безусловно, развал еврозоны будет иметь крайне негативные для всего мира последствия [4].

По словам информационного агентства «Финмаркет»: «Антикризисная политика российского правительства явно уступает действиям других развивающихся государств». На заседании правительства России Д. Медведев представил план развития России на ближайшие 5 лет: развитие политической конкуренции; развитие конкуренции в экономике и социальной сфере; способствовать улучшению делового климата; снижать государственное присутствие в экономике; улучшить инфраструктуру; повысить производительность труда в 1,5–2 раза [5].

Пока европейский кризис еще на прямую не влияет на Россию, но кризис еврозоны обостряется. У Европы появился новый повод для беспокойства: крупнейшая и ведущая экономика еврозоны – экономика Германии – слегка пошатнулась. Эксперты прогнозируют рост соотношения долга Германии к ее ВВП с одновременным ухудшением ситуации на рынке труда. Экономика страны сократилась в IV квартале

прошлого года на 0,6 %, и это было вызвано снижением экспорта, а также снижением объема инвестиций и расходов на строительство. Большинство экономических агентств прогнозируют рост ВВП Германии менее 1 % в текущем году [6]. Пока «власти продолжают придерживаться существующего политического курса», им не удастся избежать «мрачного сценария» длительного экономического спада в Европе и, как следствие, возникновения угрозы политическому единству еврозоны. Для спасения евро необходимы как немедленные меры по выходу из кризиса, так и проведение долгосрочных структурных изменений.

Библиографические ссылки

1. Волчкова Н. А. После вступления в ВТО проблемы моногородов будут возникать постепенно // БИЗНЕС Online : деловая электронная газета Тамарстана. 28.04.2012. URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/58681/>.
2. Кипр просит у России срочной финансовой помощи, Меркель – против // РИА новости. 20.03.2013. URL: <http://krizis-kopilka.ru/archives/9783>.

3. Кипр не получил помощи от России // ОКО планеты. Информационно-аналитический портал. 22.03.2013. URL: <http://oko-planet.su/finances/financesday/174096-kipr-ne-poluchil-pomoschi-ot-rossii.html>.

4. Харитонов А. Не только финансовый кризис угрожает целостности ЕС и еврозоны // Холдинг «Финам». 25.03.2013. URL: <http://finam.info/news/netolko-finansoviy-kризis-ugrogaet-tselostnosti-es-i-evrozoni/>.

5. Каким образом будут стимулировать российскую экономику // MoneyJournal – ежедневное интернет издание. 05.02.2013. URL: <http://www.moneyjournal.ru/ekonomika/rossiya/kakim-obrazom-budut-stimulirovat-rossiyskuiu-ekonomiku-6210.html>.

6. Харитонов А. Кто и зачем «сбивает» курс евро? // Холдинг «Финам». 18.04.2013. URL: <http://finam.info/news/kto-i-zacem-sbivaet-kurs-evro>.

© Коршакевич И. С., 2013

УДК 332.146:330:322

В. И. Кузенкин

Научный руководитель – Л. А. Иванченко

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

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Рассматривается важность инвестиционной политики для социального и экономического развития нашего региона, нормативно-правовые акты инвестиционной политики регионального уровня, эффективность её реализации на практике.

Инвестиционная политика для нашего региона является одним из важных условий освоения имеющихся у Красноярского края перспективных производственных площадок и востребованных природных ресурсов. Вложение инвестиций в данные проекты и их успешная реализация обеспечивает социально-экономическое развитие региона. На данный момент в регионе успешно реализуются различные инвестиционные проекты, такие как комплексное развитие Нижнего Приангарья, разработка и освоение Ванкорского нефтегазового месторождения, комплексная застройка жилого района «Новалэнд», и другие проекты, основанные на частно-государственном партнёрстве. В связи с длительностью освоения и реализации инвестиционных проектов нужны необходимые административные и экономические условия на теоретическом и практическом аспектах, которые дают выгоды инвесторам и защищают их вложения.

В нашем регионе разработаны нормативно-правовые акты, которые дают выгодные и удобные условия инвесторам и предоставляют им гарантии при вложении средств. Стоит обратить внимание на закон «О государственной поддержке инвестиционной деятельности в Красноярском крае» от 30.09.2004 № 12-2278, который предусматривает для инвесторов

льготы по региональным налогам, государственные гарантии края, бюджетные инвестиции в уставный капитал юридических лиц, бюджетные кредиты, инвестиционные налоговые кредиты, льготы по аренде недвижимого имущества, субсидии на возмещение части затрат по уплате процентов получателям кредитов в российских кредитных организациях на реализацию инвестиционных проектов или лизинговых платежей. Порядок предоставления такой формы государственной поддержки регулируется постановлением Совета администрации Красноярского края от 23.03.2005 № 91-п «О государственной поддержке инвестиционной деятельности» [3].

Планы разработки и реализации эффективной инвестиционной политики находят своё выражение и в «Стратегии социально-экономического развития Красноярского края на период до 2020 года» [2]. По уровню инвестиционной активности Красноярский край находится в числе регионов – лидеров. Объем инвестиций в основной капитал на территории края формирует около 30 % всех инвестиций в Сибирском федеральном округе. В 2011 году объем инвестиций в основной капитал в крае достиг 303,9 млрд. рублей (113 % к уровню 2010 г.). По объему инвестиций на душу населения край находится на 14 месте среди

регионов России и на 1 месте в СФО. Планирование инвестиционной политики Красноярского края в разработанной Стратегии учитывает её основные проблемы: недостаточная диверсификация инвестиционной деятельности по территории края и по объектам вложений; недостаточный уровень развития инфраструктуры; высокие инвестиционные издержки; высокий уровень потенциальных экологических рисков. Это означает, что инвестиционная политика призвана решать в первую очередь проблемы в этих сферах с целью сделать вложение средств для инвесторов делом эффективным, выгодным и безопасным.

Также важным направлением инвестиционной политики является поддержка развития малого и среднего предпринимательства. Для поддержки и развития предпринимательства в Красноярском крае в 2010 г. создано краевое государственное автономное учреждение «Красноярский региональный инновационно-технологический бизнес-инкубатор» (КРИТБИ). Согласно его целям, бизнес-инкубатор реализовывает задачи по созданию условий для обеспечения эффективной работы субъектов малого и среднего предпринимательства в инновационной сфере на ранней стадии их развития. Главная задача бизнес-инкубатора – помощь перспективным проектным командам в доработке идей и продукта, получении инвестиций, поиске стратегических партнёров и клиентов. По итогам работы 2012 года КРИТБИ его резидентами получено субсидий на 77 млн 879 тыс. рублей, грантов на 75 млн 640 тыс. рублей, привлечено частных инвестиций на 160 млн 256 тыс. рублей, объем реализованной продукции 1 млрд 156 млн 525 тыс. рублей, создано 657 рабочих мест. На апрель 2013 года в КРИТБИ подано 609 заявок на кандидаты в резиденты, отобрано 5 кандидатов и 95 проектов, являющихся резидентами [1]. В 2012 году открыто представительство Центра прототипирования в Сибирском аэрокосмическом государственном университете на территории Ресурсного центра. Кроме того, подписан ряд стратегических соглашений о сотрудничестве, в том числе с Сибирским федеральным университетом (СФУ) об инфраструктурной поддержке инновационных проектов в сфере информационных технологий на базе Института космических и информационных технологий СФУ.

По рейтингу инвестиционной привлекательности (оценка РА «Эксперт») Красноярский край в 2011 г. относился к группе 1В, которая характеризуется как группа с высоким уровнем инвестиционного потенциала и умеренным уровнем инвестиционного риска [2]. Успешное проведение инвестиционной политики края и реализация портфеля инвестиционных проектов (в настоящее время около 130 проектов с суммарным объемом инвестиций порядка 3 трлн. рублей) позволят в среднесрочной и долгосрочной перспективе обеспечить достижение следующих результатов: рост инвестиций в основной капитал к 2015 году составит 118,5–120 %, к 2020 г. – 1,3–1,5 раза (в сопоставимых ценах); по рейтингу инвестиционной привлекательности Красноярский край к 2015 г. войдет в первую десятку российских регионов, к 2020 г. – в первую пятерку с уровнем рейтинга 1А (высокий потенциал – низкий риск); по долгосрочному кредитному рейтингу (международные агентства Fitch, Standard&Poor's) к 2015 г. Красноярский край повысит свой рейтинг до уровня Российской Федерации в целом (BBB), к 2020 г. перейдет в высший класс рейтинга А [2]. Таким образом, в нашем регионе инвестиционная политика как составляющая социально-экономического развития направлена на создание благоприятных условий для привлечения инвесторов в Красноярский край и реализации инвестиционных социально-экономических проектов.

Библиографические ссылки

1. КГАУ «КРИТБИ» – краевое государственное автономное учреждение «Красноярский региональный инновационно-технологический бизнес-инкубатор»: офиц. портал. URL: <http://www.kritbi.ru/>
2. Проект стратегии социально-экономического развития Красноярского края на период до 2020 года // Красноярский край : офиц. портал. URL: <http://www.krskstate.ru/>.
3. Федеральные и краевые нормативно-правовые акты в области поддержки инвестиционной деятельности: // Красноярский край : офиц. портал. URL: <http://красноярскийкрай.рф/>.

© Кузенкин В. И., 2013

УДК 338.22

Е. А. Левко

Научный руководитель – Т. Н. Афанасьева
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ОСОБЕННОСТИ ОТРАСЛЕВОЙ СТРУКТУРЫ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Рассматривается преобладание сырьевого сектора в экономике России, на фоне упадка других отраслей.

Рассматривая современную рыночную экономику России, нельзя недооценивать значение ее сырьевого сектора. Приход России в сырьевую экономику начался в 70-е годы XX века, когда минерально-сырьевые ресурсы, в особенности топливно-энергетические, стали доминирующим фактором ми-

рового экономического развития. Тогда же все страны мирового сообщества условно были поделены на производящие и экспортирующие минеральное сырье и страны потребители, занимающиеся его импортом.

При этом буквально за 10–15 лет, наша страна заняла лидирующие позиции по добыче основных по-

лезных ископаемых. С ростом добычи расширялась промышленность по обработке, переработке и транспортировке минерально-сырьевой продукции, в том числе металлургия, а также машиностроение для обеспечения деятельности добывающих и обслуживающих отраслей.

В процессе дальнейшего развития рыночной экономики страны сырьевая направленность стала преобладающим доходным сектором хозяйствования, при этом должного внимания промышленности, как обрабатывающей, так и перерабатывающей не уделялось. Внутреннее потребление минерального сырья сокращалось. В экономике России создалась ситуация зависимости от мировых цен на экспортируемое сырье [1].

По исследованиям Центра развития ВШЭ на фоне многолетних разговоров о необходимости диверсификации российской экономики и планов избавления ее от сырьевой зависимости, деградация целых отраслей, не связанных с добычей сырья, продолжается.

За последние десять лет можно наблюдать преобладание сырьевого сектора, на фоне упадка других отраслей. Для сравнения в таблице приведены данные о структуре ВВП России в процентах 2011–2012 года в сравнении с 2002 годом [2].

Так вклад добычи полезных ископаемых в ВВП вырос с 5,9 % в 2002 г. до 9,2 % в 2011 г. и до 9,3 % в 2012 г. Помимо этого увеличение наблюдалось только в таких отраслях, как нефтепереработка, строительство, финансовая деятельность, недвижимость, госуправление и оборона. Для сравнения расходы на образование остались примерно на том же низком уровне (около 2,6 % 2002 г. к 2,5 % в 2011 г. и 2,6 % в 2012 г.). Практически не произошло изменение в таких отраслях, как гостиницы и рестораны, рыболовство и рыбоводство, электроэнергетика, здравоохране-

ние. Спад наблюдается в следующих отраслях – электроэнергетика, социальные услуги. В сельском хозяйстве произошло снижение с 5,3 % в 2002 году до 3,5 % в 2011 и до 3,1 % в 2012 гг. Доля обрабатывающих производств за это время сократилась с 15,2 % до 13,0 %, т. е. на 2,2 п.п. Устойчиво снижается вклад в ВВП транспорта и связи – на 2,1 п.п. за десятилетие.

Из этого следует, что упор на сырьевой сектор экономики, который составляет более четверти ВВП России, как результат продажи на мировом рынке газа, нефти, металлов, леса, других сырьевых продуктов или продуктов первого передела – не ведет к улучшению общей экономической ситуации в стране. На данный момент Россия зависит от мировой экономики и интегрирована в нее сильнее, чем большинство других стран [3].

При этом по результатам 2011 г. Россия занимает по уровню номинального ВВП девятое место в мире, уступая США, Китаю, Японии, Германии, Франции, Бразилии, Великобритании и Италии. По оценке МВФ в 2010 г. по уровню номинального ВВП Россия находилась на 10-м месте в мире, но по уровню ВВП на душу населения лишь на 53-м месте.

Для выхода из этой неблагоприятной экономической ситуации следует разрабатывать другие подходы к созданию экономики. Так Владимир Путин в одном из своих интервью озвучил возможные пути развития экономики: «Нам нужна новая экономика, с конкурентоспособной промышленностью и инфраструктурой, с развитой сферой услуг, с эффективным сельским хозяйством. Экономика, работающая на современной технологической базе. Нам необходимо выстроить эффективный механизм обновления экономики, найти и привлечь необходимые для нее огромные материальные и кадровые ресурсы».

Структура ВВП России (в %)

	2002	2011	2012	2011-2012 (п.п)	2012-2002 (п.п)
ВВВ в рыночных ценах	100,0	100,0	100,0		
Сельское хозяйство	5,3	3,5	3,1	-0,4	-2,2
Рыболовство, рыбоводство	0,3	0,2	0,2	0,0	-0,1
Добыча полезных ископаемых	5,9	9,2	9,3	0,1	3,4
Обрабатывающие производства	15,2	13,2	13,0	-0,2	-2,2
Нефтепереработка	1,8	3,0	3,0	0,0	1,2
Электроника	3,2	3,3	3,0	-0,3	-0,3
Строительство	4,7	5,6	5,5	0,0	0,8
Торговля	20,2	16,7	16,9	0,1	-3,4
Гостиницы и рестораны	0,8	0,8	0,8	0,0	0,0
Транспорт и связь	9,0	7,1	7,0	-0,1	-2,1
Финансовая деятельность	2,6	3,5	3,7	0,2	1,1
Недвижимость, аренда	9,4	10,1	10,1	0,0	0,7
Госуправление и оборона	4,5	4,8	5,6	0,8	1,1
Образование	2,6	2,5	2,6	0,1	0,0
Здравоохранение	3,0	3,1	3,3	0,2	0,4
Социальные услуги	1,7	1,4	1,4	0,0	-0,3
Чистые налоги на продукты	11,5	14,9	14,5	-0,3	3,0

Если российская экономика пойдет по такому пути, то возможно, Россия сможет стабилизировать производственные сектора экономики, сократив сырьевой, что благоприятно скажется на общем экономическом росте [3].

Библиографические ссылки

1. Кимельман С. А. «Сырьевая экономика России: правда и вымыслы» // Рейтинг персональных страниц и электронных библиотек VIPERSON. «Научно-Информационное Агентство «Наследие Отечества».

12.08.2009. URL: <http://gagarin.viperson.ru/wind.php?ID=580973&soch=1>.

2. Сырьевая экономика в России задушила несырьевую // Информационное агентство «Финмаркет». 13.03.2013. URL: <http://www.finmarket.ru/z/wns/hotnews.asp?id=3257805>.

3. Путин В. В. Нам нужна новая экономика // Электронное периодическое издание «Ведомости». 30.01.2012. URL: http://www.vedomosti.ru/politics/news/1488145/o_nashih_ekonomicheskikh_zadachah.

© Левко Е. А., 2013

УДК 336.563.1.

А. Э. Лукашева

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

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Проводится анализ современного состояния малого предпринимательства в России. Рассматриваются основные проблемы малого предпринимательства и перспективы его развития.

Важность существования сектора малого предпринимательства в экономике России не ставится под сомнение. Малые предприятия стимулируют развитие внутреннего платежеспособного спроса, способствуют сокращению безработицы среди трудоспособного населения, наполнению бюджетов региональных и местных уровней, увеличению количества банковских услуг. В 2012 году было зарегистрировано 238 тысяч малых предприятий. Общий объем оборота малых предприятий составил 2963 миллиардов рублей [1]. На долю малого предпринимательства приходится 21–22 % ВВП России. Доля малого предпринимательства в производстве ВВП ниже, чем в развитых странах, таких как США (50 %) и Китая (60 %) [2].

Одной из причин недостаточной развитости малого бизнеса является отсутствие необходимого количества финансовых средств. Потребность предприятий в банковском финансировании удовлетворена на 10–15 % [3]. Это свидетельствует о том, что система поддержки малого предпринимательства показывает недостаточную эффективность. Более 90 % малых предприятий не могут начать производство без заемных средств и кредитов. Важным условием кредитования малого бизнеса является осуществление деятельности предприятия на региональном рынке не менее 6 месяцев. Объектами кредитования являются те предприятия, которые уже зарекомендовали себя на рынке, умело ведут бизнес и имеют хорошую кредитную историю [4].

Высокие риски кредитования, отсутствие надежного заемщика, отсутствие спроса на условиях банка – причины, препятствующие увеличению объемов кредитования. Для снижения кредитных рисков банки выдвигают жесткие требования к обеспечению ссуд, что недопустимо для большинства малых предприятий. На начальном этапе создания и начала деятельности малого предприятия в качестве источников фи-

нансирования используются личные сбережения и средства, полученные в качестве займов от ближайшего социального окружения. Часто мелкие предприниматели используют потребительские кредиты. В качестве ещё одной причины, препятствующей развитию кредитования малого бизнеса, можно отнести время решения вопроса о предоставлении кредита. Малый предприниматель не располагает достаточным временем и трудовыми ресурсами для сбора документов. Несмотря на указанные проблемы, российские банки, прежде всего, региональные начинают активно осваивать эту нишу, понимая перспективность кредитования малого бизнеса для укрепления своих конкурентных позиций [5].

Сейчас предпринимательство не стоит на месте и вместе с ним развивается государственное регулирование и поддержка малого и среднего бизнеса. В 2010 году «Государственная программа поддержки малого и среднего предпринимательства» включала в себя широкий спектр направлений и механизмов поддержки: впервые масштабирована программа содействия малому инновационному предпринимательству и поддержки модернизации производства компаний, кратно увеличен объем поддержки малым компаниям, заключившим договоры лизинга оборудования и осуществляющим поставки продукции на экспорт. Государственная финансовая программа поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства включала в себя субсидии бюджетам субъектов Российской Федерации. За 2010 год общий размер средств федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства составил 17,82 млрд рублей, за 2012 год – около 19 млрд. рублей, а за 2013 год – более 18 млрд рублей.

Значимым новшеством среди мероприятий поддержки малых инновационных компаний стало создание инфраструктуры поддержки малых предприятий в

области инноваций и промышленного производства. В 2012 году выполнены следующие мероприятия: организованы образовательные курсы по основам предпринимательской деятельности для 11 867 человек, предоставлено 2 134 гранта начинающим предпринимателям, выдано 281 поручительство и 313 микрозаймов малым предприятиям. В целом финансовую поддержку получили 4 241 субъект малого и среднего предпринимательства, создано 10 612 рабочих мест. На поддержку малого бизнеса в Российской Федерации из федерального бюджета было выделено 124,5 миллиарда рублей [6].

Несмотря на значительную финансовую поддержку малого бизнеса со стороны государства, субъектов и муниципальных образований, а также ряд льгот и послаблений, малое и среднее предпринимательство в Российской Федерации все еще сталкивается с препятствиями, которые мешают его полноценному развитию. Задачей законодательных и исполнительных органов является детальная проработка механизма правового регулирования деятельности таких специфических форм бизнеса, как малое и среднее предпринимательство, вопросов льготного налогообложения, стимулирования развития приоритетных отраслей экономики и других наиболее важных вопросов касающихся данного института.

Библиографические ссылки

1. Сайдуллаев Ф. С. Ежеквартальный информационно-аналитический доклад Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства. 2012. Июль [Электронный ресурс]. URL: http://www.nisse.ru/business/article/article_1937.html.
2. Газета «Файл-РФ» [Электронный ресурс]. URL: <http://file-rf.ru/news/10655>.
3. Агаян Ш. А. // Молодой ученый. 2012. № 3. С. 138–141 [Электронный ресурс]. URL: http://kredit1.ru/blog/kreditovanie_malogo_biznesa_2012/2012-08-22-85.
4. Мурычев А. Банки и малый бизнес. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rcsme.ru>.
5. Исследование перспектив развития кредитования малого и среднего бизнеса в 2012–2013гг. [Электронный ресурс]. URL: http://fin4com.ru/novosti_finansirovaniya_i_kreditovaniya_biznesa/perspektivy_kreditovaniya_malogo_i_srednego_biznesa/.
6. О распределении и предоставлении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства : Постановление Правительства РФ от 27 февраля 2009 г. № 178 (с изм. от 3 октября, 31 декабря 2009 г., 28 декабря 2010 г., 26 января 2012 г.).

© Лукашева А. Э., 2013

УДК 338.45:622.276

Ю. С. Мамонова

Научный руководитель – Л. А. Иванченко

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

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИЙ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Рассматривается состояние инноваций в нефтегазовой отрасли, представлены проблемы и пути их решения. Проведен анализ использования нефтяной компанией «Роснефть» инновационных технологий на разных этапах нефтяной цепочки: от добычи до переработки нефтяного сырья.

В современных условиях усиливается роль инновационной деятельности во всех отраслях национального хозяйства, в том числе в нефтегазовой, являющейся одним из важнейших секторов экономики России. Развитие инноваций является естественным стремлением нефтегазовых компаний успешно развивать свой бизнес в складывающихся рыночных условиях. Нефтегазовые компании, не являясь по определению инновационными, выступают в качестве потребителей инноваций, присутствующих на рынке.

В настоящее время применение инновационных технологий является одним из источников повышения технологического уровня производства нефтяных компаний, что дает им новые конкурентные преимущества в борьбе на рынках. Реализация технологических инноваций влияет на основные показатели деятельности предприятия.

Нефтяная и газовая промышленность России на современном этапе их развития сталкиваются с рядом сложных проблем. Необходимо в ближайшее время

решать острый вопрос о применении новых технологий, внедрении результатов научных исследований и научно-технических разработок на всех этапах производства: от геологоразведки до получения готовых нефтепродуктов. Для российских нефтегазовых компаний в области инноваций отмечается следующий ряд проблем:

- Используемое в отрасли оборудование устарело и зачастую не обновляется;
- Низкий объем финансирования НИОКР. Абсолютными лидерами в отрасли в мире являются ExxonMobil и Total. Эти компании вкладывают в НИОКР по 700–800 млн. долл. в год. В расчете на 1 т нефтяного эквивалента затраты «нефтяных гигантов» на НИОКР составляют в среднем 1 долл. на 1 т нефтяного эквивалента и 50 % в структуре общих затрат. Российские компании значительно уступают зарубежным в финансировании НИОКР. Доля соответствующих затрат не превышает 0,02 % от их выручки, а удельные затраты в расчете на 1 т нефтяного эквива-

лента составляют менее 0,2 долл., притом что в сегмент разведки и добычи направляется до 90 % всех инвестиций на НОКР [2];

- Недостаточное финансирование нефтепереработки и нефтехимии, т.к. основной объем инвестиций (до 90 %) направляется на сегмент разведки и добычи;

- Низкий уровень производительности нефтегазового сектора РФ, вследствие более низкого технологического уровня, составляет около 35 % от уровня производительности. При этом основными факторами роста производительности в нефтегазовой отрасли являются: использование новых технологий, оборудования, ноу-хау; производство новых продуктов, в том числе повышение выхода более светлых нефтепродуктов, увеличение доли продукции с более высокой добавленной стоимостью; организационная эффективность, в том числе квалификация персонала, системы управления персоналом и производством; увеличение масштабов производства. Тем не менее, в последние годы ситуация меняется. Крупнейшие российские компании увеличивают инвестиции в науку. Это обусловлено, прежде всего, жесткой конкуренцией не только между российскими компаниями, но и с мировыми нефтегазовыми лидерами. Кроме того, научная поддержка производственной деятельности необходима в качестве основы для устойчивого роста компании в долгосрочной перспективе. Истощение ресурсной базы в традиционных регионах добычи – в Западной Сибири, в Волго-Уральском регионе, на юге России – заставляет продвигаться в восточную, менее изученную часть Российской Федерации и на континентальный шельф. Новые регионы имеют более сложные горно-геологические и суровые климатические условия, что не позволяет осваивать их с применением имеющихся технологий.

Лидер российской нефтегазовой отрасли компания «Роснефть» использует следующие приемы НОКР. В области разведки: технологии бассейнового моделирования; технологии спектрально-скоростного анализа сейсмических данных. В разработке месторождений: комплексный инжиниринг; интегрированный подход к проектированию разработки – построение единой модели месторождения, включающей комплексное рассмотрение пласта, скважин, поверхностного обустройства и экономики. В добыче нефти: разработка комплексной системы управления добычей, позволяющей отследить работу любой скважины и получить по ней всю информацию: от конструкции и данных геофизики до текущих параметров работы и используемого оборудования. Компания «Роснефть» оптимизирует систему нефтесбора и поддержания пластового давления, развивает систему предварительной подготовки нефти, повышает

надежность трубопроводного транспорта и улучшает экологическую ситуацию на всех разрабатываемых месторождениях [3].

В настоящее время на российский рынок активно продвинулись ведущие мировые лицензиары и инжиниринговые компании, обладающие большим финансовым потенциалом. Это привело к сокращению внедрения в России новых отечественных технологических процессов нефтепереработки, вытеснению российских проектных организаций с отечественного рынка инжиниринговых услуг, резкому росту количества импортного оборудования при модернизации нефтеперерабатывающих заводов.

Решение задачи ускорения модернизации российских нефтеперерабатывающих заводов тесно связано с повышением роли отечественных компаний на российском рынке нефтегазопереработки и нефтехимии. Реализация этой задачи может стать реальностью лишь при налаживании эффективного взаимодействия государства, бизнеса, производства и науки.

Российским нефтяным компаниям необходимо уделить внимание централизации управления научно-техническим развитием, обеспечивая комплексное управление отраслевыми научно-исследовательскими институтами, успешного внедрения новых технологий, технологического обучения кадров. Для более эффективного внедрения и реализации потенциала новых технологий необходимо создать Систему технологического обучения, направленного на развитие ключевых специалистов компании, в том числе обучение по программе «Инновационный менеджмент» (такие программы уже внедрены в НК «Роснефть») [1].

Таким образом, наращивание инновационного потенциала одним из важных факторов повышения эффективности деятельности компании, а оживление инновационной деятельности является основой для создания условий оздоровления и дальнейшего развития не только отдельных отраслей, но и экономики в целом.

Библиографические ссылки

1. Богданчиков С. Технологии – наш путь к лидерству // *Нефтяное хозяйство*. 2007. № 11.
2. Проблемы долгосрочного развития нефтяной промышленности России // *Горнопромышленный портал России* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.miningexpo.ru/news/13746>.
3. Официальный сайт НК «Роснефть». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rosneft.ru/>.

© Мамонова Ю. С., 2013

УДК 330.101.542(075.8)

Ю. А. Наумова

Научный руководитель – Л. А. Иванченко

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск**АНАЛИЗ УРОВНЯ ЖИЗНИ В РОССИИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ**

Рассматривается положение российского населения в настоящее время. Приведена краткая диагностика уровня жизни населения РФ на период 2010–2013 гг. Уделяется внимание путям решения данной проблемы.

Тема уровня жизни привлекает внимание широкого круга исследователей, является предметом научных дискуссий, что говорит об ее несомненной актуальности. Особенно важен этот вопрос для нашей экономики, в которой уровень жизни населения существенно ниже, чем в развитых странах. Поэтому на современном этапе развития экономики России, проблемы уровня жизни населения и факторы, определяющие его динамику становятся очень важными. От их решения во многом зависит направленность и темпы дальнейших преобразований в стране и, в конечном счете, политическая, а, следовательно, и экономическая стабильность в обществе. Решение этих проблем требует определенной политики, выработанной государством, центральным моментом которой был бы человек, его благосостояние, физическое и социальное здоровье. Именно поэтому все преобразования, которые, так или иначе, могут повлечь изменение уровня жизни, вызывают большой интерес у самых разнообразных слоев населения.

Уровень жизни является одной из важнейших социальных категорий, которая характеризует структуру потребностей человека и возможности их удовлетворения.

По рекомендации Организации Объединенных Наций, уровень жизни измеряется системой показателей, которые характеризуют здоровье, уровень потребления, занятость, образование, жилищные условия, социальное обеспечение. В данной работе мы раскроем несколько показателей.

Занятость – первое и основное условие обеспечения нормального уровня жизни населения, так как занятость обеспечивает населению доход, который направляется на удовлетворение личных потребностей. Общая численность безработных в России, рассчитываемая по методологии Международной организации труда, в январе 2011 года увеличилась примерно на 5,9 % – до 5 миллионов 709 тысяч человек, а уровень безработицы – с 7,2 до 7,6 % экономически активного населения, как сообщила Федеральная служба статистики. При этом численность официально зарегистрированных безработных в течение января 2011 года выросла более чем на 1,2 %, составив 1 миллион 609 тысяч человек.

На протяжении уже нескольких лет продолжается рост средней продолжительности жизни в России. 15 октября 2011 года президент России Дмитрий Медведев на встрече со своими сторонниками заявил, а 22 декабря 2011 года в послании президента Федеральному собранию повторил, что средняя продолжительность жизни в России составляет 69 лет, что, по его мнению, превышает все советские показатели.

По мнению, правящей партии «Единая Россия» в 2013 году ожидаемая средняя продолжительность жизни в России превысит 70 лет. Министр здравоохранения и социального развития России Татьяна Голикова 1 ноября 2011 года со ссылкой на средний прогноз Росстата сообщила, что к 2020 году ожидаемая средняя продолжительность жизни в России составит 71,8 года, в том числе у женщин – 77,3 года, у мужчин – 66,2 года.

20 января 2012 года премьер-министр России Владимир Путин заявил, что средняя продолжительность жизни в России для обоих полов превысила 70 лет.

В 2010 году тенденция сокращения смертности и увеличения рождаемости в России продолжилась. В целом за 2011 год население страны впервые значительно возросло – на 188,9 тыс. чел. (или на 0,1 %) Положительные тенденции продолжились по данным текущей статистики 2012 года. В 2011 году прирост рождаемости замедлился и составил всего 0,2 %.

В первом полугодии 2012 года в России увеличилось число родившихся в 79 субъектах страны, и снизилось число умерших в 69 регионах. Всего за шесть месяцев 2012 года в РФ родилось 905,6 тысячи человек, умерло 842,6 тысячи человек. По сравнению с аналогичным периодом 2011 года количество умерших в РФ сократилось на 18,7 тысяч человек, а количество родившихся увеличилось на 63,1 тысяч человек [3].

По уровню доходов населения страны можно сказать о многом. Федеральная служба государственной статистики РФ в 2010 году провела аналитическое исследование распределения доходов среди населения страны: в крайней нищете находятся 13,4 % с доходами ниже 3 422 рубля в месяц; в нищете существуют 27,8 % с доходом от 3 422 до 7 400 рублей; в бедности перебиваются 38,8 % с доходами от 7 400 до 17 000 рублей.

Среднедушевые доходы россиян в январе 2011 г составляли 14 014 руб., что ниже на 48,7 %, по сравнению, с декабрем 2010 г. Реальная зарплата в январе 2011 г снизилась на 23,8 %, по сравнению, с уровнем декабря 2010 г. Произошедший в последние шесть месяцев минувшего года рост цен на продовольствие, дополнительно отбросил 44 млн человек в мире за порог бедности, когда их общая численность достигла 1,2 млрд человек. Об этом объявил Всемирный банк на основе подсчетов, сделанных в странах с низким уровнем доходов населения [2].

Как показали результаты диагностики по модулю условия жизни населения, сложилась достаточно напряженная ситуация с обеспеченностью населения жильем. Из 157895 населенных пунктов, более 40000

деревень и поселков брошены жителями. Лишь за последние 10 лет с карты России исчезло 13 740 деревень и 214 городов, а на севере страны численность населения сократилась более чем на 45 %. Ежегодно в стране строится менее 3 % от требуемого объема жилья [1].

Повышение уровня жизни граждан России – ключевой вопрос государственной политики. Эта цель реализуется с помощью национальных проектов, из которых в настоящее время выделено 4 приоритетных: современное здравоохранение, доступное и комфортное жилье, качественное образование и социальное обеспечение. Почему именно эти сферы определены как приоритетные? Потому что именно эти сферы затрагивают каждого человека, определяют уровень жизни и формируют «человеческий капитал» – образованную и здоровую нацию. От состояния этих сфер зависит социальное самочувствие общест-

ва, демографическое благополучие страны. Именно в этих сферах граждане в наибольшей мере обоснованно ожидают более активной роли государства, реальных перемен к лучшему.

Библиографические ссылки

1. *Население России. Статистика, факты, комментарии, прогнозы* [Электронный ресурс]. URL: http://www.rf-agency.ru/acn/stat_ru#top.
2. *Уровень жизни россиян катастрофично понизился. Россия вымирает*. URL: http://severnuyural.ru/page/rf_vimaitaet.
3. *Путин В. В. Средняя продолжительность жизни в РФ превысила 70 лет*. URL: <http://www.rosbalt.ru/main/2012/01/20/935630.html>.

© Наумова Ю. А., 2013

УДК 336.563.1

Р. О. Никаноров

Научный руководитель – Л. А. Иванченко

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

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ СРЕДСТВ ГОСУДАРСТВА В МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Рассматривается проблема привлечения финансовых средств малыми и средними предприятиями. Исследуются государственные программы, направленные на поддержку малого и среднего бизнеса на примере Красноярского края.

Особое место в экономике занимает малый бизнес, так как является одной из движущих сил экономики любой страны. Развитие малого предпринимательства создает прекрасные условия для оздоровления экономики в целом: развивается конкурентная среда, создаются дополнительные рабочие места, расширяется потребительский сектор.

В последнее время выявился небывалый рост малого предпринимательства в сферах, где не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования. Развитие именно в этих сферах связано с тем, что начинающий предприниматель на первоначальном этапе его деятельности не обладает достаточным количеством финансовых средств, отсюда вытекает одна из наиболее важных проблем – проблема привлечения финансовых средств в малое предпринимательство на его начальной стадии существования.

Источником финансовых ресурсов в сегменте малых предприятий являются личные деньги владельца бизнеса или же полученная прибыль. Уверенный же рост фирмы возможен только при наличии долгосрочных и краткосрочных финансовых потоков. Привлечение необходимого объема средств без посторонней помощи невозможно.

В данное время государство проводит активную политику по оказанию финансовой помощи малому и среднему предпринимательству. На сегодняшний день существует множество программ, направленных на поддержку малого и среднего бизнеса.

В Красноярском крае в целях содействия безработным гражданам в осуществлении предпринимательской деятельности Агентство труда и занятости населения Красноярского края объявляет конкурс по отбору бизнес-проектов безработных граждан на предоставление грантов из краевого бюджета на создание собственного дела.

Принять участие в конкурсе может любой гражданин РФ, зарегистрированный в качестве безработного в краевых государственных бюджетных учреждениях службы занятости населения. Для этого необходимо составить проект бизнес-плана, в соответствии с ним, в случае победы, будет предоставлен грант, но не выше 300 тысяч рублей по одному проекту.

Так в 2012 году было проведено 2 конкурса по итогам, которых было выявлено 78 победителей из 36 территорий края. Каждый из победителей получил грант в размере до 300 тыс. руб. Гранты были направлены в семь различных отраслей, это: деревообработка и производство мебели, техническое обслуживание транспорта, производство одежды, оказание услуг, производство продуктов питания, развитие ЛПХ, развлекательная сфера. Доля каждой отрасли составляет 12 %, 15 %, 6 %, 24 %, 13 %, 17 %, 13 % соответственно.

Конкурс проводится на основе краевой долгосрочной целевой программой «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» на 2011–2013 годы» целью, которой является

создание благоприятных экономических условий для динамичного развития малого и среднего предпринимательства на территории края. В рамках данной программы предполагается выплата субсидии бюджетам муниципальных образований края для реализации муниципальных программ.

В 2012 году в Красноярском крае на софинансирование муниципальных программ было направлено 29 2042 тыс. руб., из которых 107 400 тыс. руб. средства краевого бюджета, 184 642 тыс. руб. – субсидии Красноярскому краю из средств федерального бюджета. Субсидии были направлены в 54 муниципальных образования края, среди которых 13 городов, 39 районов и 2 ЗАТО.

Таким образом, в городе Красноярске в 2012 году по муниципальным программам 35 предприятий получили финансовую помощь, средний размер которой составил 330 тыс. руб.

Помимо субсидий муниципальным образованиям, выплачиваются субсидии и самим субъектам малого и среднего предпринимательства, так за 2012 год 315 организаций получили субсидию на развитие своего дела.

Помимо этого, одним из направлений программы является оказание финансовой помощи субъектам малого и среднего предпринимательства, путем предоставления микрозаймов, в том числе микрозаймов для начала предпринимательской деятельности (в размере не более 90 % от планируемых затрат в материальные активы или при условии предоставления документального подтверждения произведенных затрат).

Также, Красноярское региональное агентство поддержки малого и среднего бизнеса создало целостная система государственной поддержки. В нее входят программы «Микрофинансирование» и «Поручительство».

Программа «Микрофинансирование» подразумевает осуществление займов субъектам малого и среднего предпринимательства. Например, микро займы «Начинающим», «Срочный» осуществляются с максимальным сроком 12 месяцев, суммой до 300 тыс. рублей, процентная ставка составляет 5,5 % и 10 % соответственно, а также «Стартовый» размером до

150 тыс. рублей, ставка 6,5 %. Существует займ «Контракт», на выполнение работ, его размер составляет 90 % от суммы обеспечения заявки, но не более 1000 тыс. рублей, процентная ставка 1,5 %. Кроме этого, осуществляются займы на более длительный срок: «Займ – МСП» до 35 месяцев, размером до 1 млн рублей, процентная ставка зависит от срока займа, до 18 месяцев – от 15 %, до 24 месяцев – от 15,5 %, до 35 месяцев – от 16 %.

Как известно, малому бизнесу тяжело получить финансовые средства с помощью кредитных организаций, так как зачастую предприятие не способно гарантировать возвратность кредита из-за отсутствия имущества. Отсюда возникают проблемы в получении кредита.

На решение этой проблемы направлена программа «Поручительство». Поручительство выдается субъектам малого и среднего предпринимательства для получения кредитов в банках. Размер одного поручительства не может превышать 50 % от суммы кредита. Совокупный объем поручительств, одновременно действующих в отношении одного заемщика – до 20 млн рублей. Плата за предоставления поручительства составляет 2 % в год. Поручительство предоставляется предпринимателям, зарегистрированным на территории Красноярского края; осуществляющим свою деятельность не менее 3 месяцев; по кредитам на сумму более 1 млн рублей и на срок более 1 года; при отсутствии просроченных задолженностей по налогам; при отсутствии задолженности по зарплате перед сотрудниками.

Проблема финансирования малого и среднего предпринимательства актуальна в наши дни, и решить ее не просто. В условиях нестабильной экономики малый бизнес нуждается в поддержке со стороны. Проведенное исследование показало, что на сегодняшний день проводится активная политика, направленная на поддержку бизнеса. Государственные программы, конечно, не могут полностью решить данную проблему, но все же они оказывают существенное влияние на финансовое состояние малых и средних предприятий.

© Никаноров Р. О., 2013

УДК 338.012

А. С. Орлова

Научный руководитель – А. В. Цветных

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

ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ КОМПАНИЙ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ

На основе рассмотрения современных условий функционирования и отраслевых особенностей распределительных сетевых компаний электроэнергетики обосновывается необходимость их реструктуризации.

Электроэнергетика является базовой отраслью российской экономики, обеспечивающей электрической и тепловой энергией внутренние потребности

народного хозяйства и населения, а также осуществляющей экспорт электроэнергии в страны СНГ и дальнего зарубежья. Устойчивое развитие и надежное

функционирование отрасли во многом определяют энергетическую безопасность страны и являются важными факторами ее успешного экономического развития.

За последние годы в электроэнергетике России произошли радикальные преобразования: изменилась система государственного регулирования отрасли, сформировался конкурентный рынок электроэнергии, были созданы новые компании. Изменилась и структура отрасли: вместо прежних вертикально-интегрированных компаний, выполнявших все функции (производство, распределение и сбыт), созданы структуры, специализирующиеся на отдельных видах деятельности. Таким образом, были созданы условия для решения ключевой задачи реформы – создания конкурентного рынка электроэнергии (мощности), цены которого не регулируются государством, а формируются на основе спроса и предложения, а его участники конкурируют, снижая свои издержки [1].

Современный сетевой комплекс страны представлен в трех формах: магистральные сети, принадлежащие ФСК, межрегиональные и региональные сети, находящиеся в ведении Холдинга МРСК, а также многочисленные местные сетевые организации. Такая структура отражает отраслевые технологические особенности. Каждый занимается определенным уровнем напряжения: ФСК – высоким, местные сети – низким, МРСК – всем, что между ними, то есть средним. Сети – неконкурентный вид деятельности, и поэтому тарифы для них назначает государство. Через тарифы и происходит перекрестное субсидирование (договор «последней мили»), когда за потребителей, которые не могут полностью покрывать издержки на электроснабжение, платят те, кто может, то есть промышленность платит за население. Осуществляется перекрестное субсидирование, это приводит к завышенным тарифам у крупных потребителей и к заниженным тарифам для всех остальных.

Рядовые потребители платили за энергию и ФСК, и МРСК, но в этой схеме было небольшое упущение: ряд крупных потребителей в итоге вышли на прямые договоры с ФСК, что снизило их собственные затраты на электроэнергию, но привело к увеличению тарифной нагрузки на прочих потребителей. На чем сходятся большинство экспертов, так это на том, что реструктуризация в электросетевом хозяйстве позволит решить так называемую проблему «последней мили». Суть ее в том, что крупные электропотребители по сложившейся схеме заключают договоры на электроснабжение с компаниями МРСК, в аренде у которых находятся точки поставки, в то время как фактически электрические мощности поставляет ФСК. По сути, «последняя миля» в электроэнергетике – это форма скрытого налога на промышленность. По некоторым данным, доля дополнительной нагрузки крупных предприятий составляет на сегодня порядка 30 % их затрат на электричество. Не случайно в стране начались судебные разбирательства о признании незаконными договоров «последней мили» в электроэнергетике, и о взыскании с МРСК неосновательного обогащения. Например, компании «Русал» в начале 2010 года удалось оспорить порядка 800 миллионов

рублей, выплаченных Красноярским алюминиевым заводом в пользу МРСК Сибири в условиях действия договора «последней мили» в электроэнергетике. Понятно, что в случае отказа от механизма «последней мили» в электроэнергетике, недополученные МРСК средства будут распределены по мелким потребителям, и это может привести к резкому росту тарифов, особенно в случае, если в регионе высокая доля крупных потребителей [2].

Накануне МРСК Сибири опубликовала годовую финансовую отчетность по МСФО за 2012 год. Совокупные доходы компании снизились до 51,6 млрд рублей, уменьшившись по сравнению с 2011 годом на 1,3 % [3].

Финансовое положение МРСК Сибири можно считать тяжелым. Выпадающие доходы 2011 года из-за отказа крупных потребителей от договоров «последней мили» (прежде всего «Русэнергосбыта» и КраЗса) компания оценивала в 7,2 млрд руб. (доля КраЗса – 4,6 млрд). При выручке по итогам трех кварталов прошлого года в 38,5 млрд руб. прибыль МРСК Сибири составила 1 млрд. К этому моменту суммарный долг компании достиг 15,65 млрд руб., в том числе просроченные выплаты – 3,3 млрд руб. С учетом займа для покрытия долга перед «Русалом», полученного в четвертом квартале, соотношение долг/ЕВITDA по итогам года превысит 3, что выше «рыночной нормы. В случае удовлетворения иска «Русэнергосбыта» и новых займов он может достичь критической отметки 3,5. Если не проводить никаких новых реформ, компании не удастся выйти в положительную зону по чистой прибыли в ближайшие годы [4].

Таким образом, учитывая отраслевые особенности и проблемы функционирования распределительных сетевых компаний, целесообразность реструктуризации ФСК и МРСК представляется обоснованной. Создание единого центра ответственности позволит проводить согласованную инвестиционную, финансово-экономическую и кадровую политику, достичь снижения издержек, сдерживание роста тарифов для конечных потребителей электрической энергии. При формировании окончательного проекта реструктуризации необходимо учесть все замечания экспертов и представителей отрасли, а также потребителей, так как проект затрагивает интересы различных групп населения страны.

По мнению самих компаний, объединение потенциалов двух компаний ускорит создание Сетевого кодекса, регламентирующего общие принципы и подходы к деятельности предприятий электроэнергетического комплекса, в конечном счете – повысить экономическую эффективность российской электроэнергетической отрасли в целом и позитивно скажется на потребителях.

Библиографические ссылки

1. «Холдинг МРСК» будет переименован в «Российские сети» [Электронный ресурс] : Бизнес-журнал. URL: <http://www.forbes.ru/news/219819-holding-mrsk-budet-pereimenovan-v-rossiiskie-seti-i-poluchit-gospaket-fsk>.

2. Клубок сетевых проблем [Электронный ресурс] : Деловое интернет издание. URL: http://slon.ru/russia/klubok_setevykh_problem-851921.xhtml.

3. МРСК Сибири фиксирует убытки [Электронный ресурс] : Независимое аналитическое агентство. URL: <http://investcafe.ru/blogs/74618766/posts/22812>.

4. Форум «МРСК Сибири» [Электронный ресурс] : Информационное агентство «МФД-ИнфоЦентр». URL: <http://mfd.ru/forum/thread/?id=65526>.

© Орлова А. С., 2013

УДК 330.101.542(075.8)

А. К. Петренко

Научный руководитель – Л. А. Иванченко

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

НАЦИОНАЛЬНОЕ БОГАТСТВО РОССИИ И ЕГО РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ

Рассматривается национальное богатство России, составляющее главную часть экономического потенциала страны. Его объем во многом определяет масштабы и темпы экономического роста, что делает актуальной его оценку как одного из показателей функционирования национальной экономики.

Национальное богатство – это совокупный объем экономических ресурсов и материальных ценностей, необходимых для нормального производства благ – товаров и услуг.

Ориентация на добычу и продажу сырья является отличительной чертой экономики современной России. Как показывает практика, подобного рода ориентация ведет к тупиковому развитию экономики и делает ее излишне зависимой от мировой экономической конъюнктуры. Подобный режим функционирования национальной экономики ориентирован не на сохранение и увеличение национального богатства, а исключительно на его использование.

По оценкам Института экономики РАН и Всемирного банка, сегодня национальное богатство всех стран мира составляет 550 трлн. долл., в числе которых половина находится у Франции, Германии, Италии, Канады, Японии, США, Великобритании. Национальное богатство США определено в количестве 24 трлн долл. в текущих ценах. Совокупный объем национального богатства стран СНГ составляет 80 трлн долл. Общий объем национального богатства России оценивается в 60 трлн долл., более 30 трлн долл. составляют природно-ресурсный [1].

Основной тенденцией национальных экономик развитых стран является то, что на человеческий капитал приходится более половины национального богатства. Увеличение этого соотношения свидетельствует об уровне развития национальной экономики, так как человеческие ресурсы составляют основу экономического роста.

В России структуру национального богатства составляют 90 % – основной капитал и 10 % распределяются между имуществом домашних хозяйств и оборотным капиталом. Нарастание национального богатства в России происходило крайне неравномерно, под влиянием различных как объективных, так и субъективных причин. Темпы его увеличения находились в прямой зависимости от мировых экономических кризисов и возникавших внутренних политических проблем. Как показывает практика, ни при одном существовавшем в России государственном ре-

жиме так и не была сформирована эффективная система использования и увеличения национального богатства. Достигнутые показатели его использования в большинстве своем состоят из природно-ресурсного потенциала. Это простая эксплуатация ресурсов. По этой составляющей национального богатства Россия во много раз превосходит другие страны мира и постоянно увеличивает этот отрыв.

Выраженная однополюсная структура мирового хозяйства ведет к тому, что Россия существенным образом утрачивает степень контроля над своим национальным богатством. Оно все больше становится предметом передела между экономически развитыми странами, вследствие чего существует реальная угроза превращения страны в «сырьевой придаток» – понятие, подразумевающее ориентацию экономики исключительно на добычу и экспорт сырья. Для России характерно разнообразие форм рельефа и геологического строения, что предполагает наличие большого сектора полезных ископаемых. Потенциальная ценность балансовых запасов полезных ископаемых России составляет не менее 28 трлн долл., из которых 71 % приходится на топливные ресурсы [3].

Помимо наличия широкого спектра важнейших видов минерального сырья, данный комплекс экономики обладает развитой инфраструктурой и мощным научно-техническим потенциалом. Российский минерально-сырьевой комплекс играет важную роль во всех сферах жизни деятельности государства, обеспечивает устойчивое снабжение отраслей экономики минерально-сырьевыми ресурсами. Значительный объем добычи важнейших видов полезных ископаемых и относительно низкий уровень внутреннего потребления большинства их видов обусловили высокие экспортные возможности России на международном рынке минерального сырья.

По данным Всемирного Банка и Программы развития ООН:

- Национальное богатство мира: человеческий капитал 64 %; природные ресурсы 20 %; накопленные материальные блага 16 %.

- Национальное богатство России: человеческий капитал 7 %; природные ресурсы 85 %; накопленные материальные блага 8 % [2].

Человеческий капитал во всех странах мира превышает половину накопленного национального богатства. Высокий удельный вес человеческого капитала свидетельствует об уровне развития стран и о неравномерном распределении природных элементов богатства.

Гармоничное развитие минерально-сырьевого комплекса России в значительной мере является залогом устойчивости ее экономики. Пока в этой сфере существует немало проблем, связанных как с не совершенством законодательства и системы управления, так и со структурными особенностями российской минерально-сырьевой базы и добывающей промышленности.

Вполне объективно назрела потребность в разработке новых механизмов эффективного использования природно-ресурсного потенциала страны для обеспечения инфраструктурной трансформации национальной экономики и выведения ее на позиции устойчивого роста и развития. Существует реальная потребность в изменении функционирования национальной экономики с сырьевой ориентации на инновационную. Стимулирование развития наукоемких отраслей экономики позволит повысить эффективность и рациональность использования национального богатства и увеличить участие в нем человеческого потенциала.

Национальное богатство России – это достояние каждого жителя страны, поэтому необходимо законодательно и институционально разработать такие механизмы, которые гарантировали бы каждому гражданину и будущим поколениям равное право на получение дохода от использования невосполняемых природных богатств.

Нужна смена экономической парадигмы, переориентация на инновационную модель развития. Приоритетное развитие науки и наукоемких отраслей позволит более рационально использовать национальное богатство, будет способствовать увеличению в нем доли человеческого капитала.

Библиографические ссылки

1. Черковец В. Национальное богатство и национальный продукт с позиций общей экономической теории: ретроспектива и настоящее // Российский экономический журнал. 2011. № 2. С. 69–94.
2. Национальное богатство как макроэкономический показатель: содержание, структура, принципы определения [Электронный ресурс] // Экономика. Сор. 2009–2013. URL: <http://www.economy-bases.ru/>.
3. Бушцев В. Национальное богатство, энергетический потенциал и эргатический капитал России // Энергия: экономика, техника, экология. 2008. № 6. С. 22.

© Петренко А. К., 2013

УДК 330.34

Ю. С. Понамаренко
Научный руководитель – И. В. Молодан
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИВАТИЗАЦИИ В РОССИИ

Процесс приватизации, связанный с преобразованием собственности, является объектом научных исследований в сфере права и экономики. Накопленный эмпирический опыт и теоретические разработки позволяют дать оценку и определить направления повышения эффективности приватизационного процесса в России.

Начиная со второй половины 80-х годов прошлого века, тогда ещё в СССР, начались изменения форм собственности. Этому способствовало принятия ряда законов, в том числе Закона «Основы законодательства СССР и союзных республик об аренде», где содержалась правовая основа для перераспределения и изменения форм собственности. Впервые законодательно разрешалось заключать договоры аренды с правом выкупа трудовыми коллективами арендованного государственного имущества. Реформирование собственности в СССР предполагало многообразие форм преобразований госсобственности. Приватизация рассматривалась как одна из возможных, но не единственных форм разгосударствления.

В процессе перехода от плановой к рыночной экономике процесс приватизации являлся неизбежным. Однако спорным оказался выбор формы преобразования собственности, сделанный в начале 90-х годов.

Приватизация в России была осуществлена в радикальном варианте по характеру, масштабам, темпам, срокам и методам [1].

Не был критически оценён и использован опыт приватизации в развитых и развивающихся странах.

Формально в России утвердился институт частной собственности, была создана нормативно-правовая база (с большим количеством недостатков), сформировался негосударственный сектор экономики.

Можно выделить следующие основные особенности российского варианта приватизации: директивность, приоритетность одной формы, приоритет политических целей над экономическими, социальная деформированность при быстрой концентрации капитала, форсирование развития фондового рынка.

Если рассматривать приватизационный процесс во времени, можно выделить следующие этапы приватизации:

1. Доваучерная приватизация.
2. Ваучерный (чековый) этап приватизации (1992–1994 г.).
3. Послечекковый (денежный) этап приватизации (1994 г. – по настоящее время).

Причины отрицательных результатов российской приватизации связаны с игнорированием условий экономической среды и трансакционных издержек (издержек передачи прав собственности). Отсутствие рыночной инфраструктуры, эффективных собственников, опытных менеджеров привели к дезорганизации хозяйственной деятельности, а слабость институтов власти усилила криминальную активность и коррупцию.

Следует отметить, на протяжении третьего, денежного этапа приватизации, менялись приоритеты государственной политики в области приватизации и была осознана необходимость наведения порядка в приватизационных процедурах. Фактически с 2003 года можно говорить о современном этапе приватизации в России, основная цель которого – устранение негативных тенденций, сложившихся на предыдущих этапах и повышение эффективности управления государственным имуществом в целом.

В то же время развивалась теория приватизации, дающая научное обоснование целесообразности приватизации для народного хозяйства и оценку её экономической эффективности.

Интерес к рассматриваемому вопросу в последнее время во многом связан с распоряжением премьер-министра РФ от 20 июня 2012 года, где программа приватизации федерального имущества расширена; к 2016 году планируется приватизировать ряд крупных компаний. Некоторые из них играют ключевую роль в соответствующих секторах национальной экономики: ВТБ, «Акционерная компания «АЛРОСА», «Аэрофлот - российские авиалинии», «Роснефть» и другие.

Насколько оправдана такая программа? Есть ли перспективы такой приватизации? На эти вопросы пытаются найти ответ эксперты – ученые, политики, практики – производственные менеджеры и представители финансовых кругов.

Для успеха приватизации необходима реформа управления государственной собственностью [2].

Для повышения эффективности приватизационных реформ названы следующие меры:

1. Разработать нормативно-правовой документ о принципах управления госсобственностью в России.

2. Обосновать целесообразности приватизации предприятий (особенно – крупных и стратегически значимых).

3. Предусмотреть возврат предприятия в госсобственность при невыполнении условий приватизационного контракта.

4. Организовать постприватизационный мониторинг.

5. Содействовать повышению качества рынка.

Конкурирующими целями приватизации являются: привлечение средств в государственный бюджет, поиск стратегических партнёров, поиск стратегических инвесторов. Выбор приоритетной цели – это так же задача государства в лице соответствующих органов исполнительной власти.

Приватизацию следует рассматривать как элемент государственной политики при определении рационального сочетания государственной и частной собственности. Формирование государственного сектора безусловно связано с контролем инфраструктуры, общественных благ и ограничением рыночной власти на рынках несовершенной конкуренции. При этом необходимо учитывать издержки приватизации. А дополнительные риски вступления в ВТО предполагают поиск эффективного взаимодействия государственных и частных предприятий с целью повышения конкуренции национальных производителей и в этом случае государственная собственность становится инструментом промышленной политики.

Также следует отметить высокую вероятность негативного результата широкомасштабной приватизации. Массовые компании по изменению собственности ведут к интенсификации процессов присвоения ренты, создают почву для коррупции, следовательно, приведут к отрицательным результатам. Избежать их возможно при разработке программы постепенной приватизации, основанной на тщательно проработанной стратегии управления государственной собственностью.

Библиографические ссылки

1. Основы национальной экономики : учеб. пособие / под ред. А. В. Сидоровича. М. : Дело и сервис, 2009.
2. Полтерович В. М. Приватизация и рациональная структура собственности. М. : Институт экономики РАН, 2012.

© Пономаренко Ю. С., 2013

УДК 338.22.021.1

Н. С. Прохорова

Научный руководитель – В. И. Лячин

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

ПРИРОДА НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ РОССИИ И ПРОБЛЕМЫ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ

Рассматривается перспективы развития российской экономики посредством реализации национальных экономических интересов.

Современная мировая экономика диктует странам все новые условия развития. Краткосрочные меры поддержания экономики давно перестали работать. Для создания устойчивого роста российской экономики, в долгосрочной перспективе, необходимо учитывать национальные экономические интересы.

На сегодняшний день обеспечение национальных интересов является главной задачей любого государства, и от степени их защищенности зависит национальная безопасность, а также положение государства, как во внешнеполитической, так и во внутривнутриполитической сфере.

Для обеспечения национальных интересов необходимо иметь понимание их природы, а также определение их зависимости от тех или иных факторов. В настоящее время существует определенное терминологическое разнообразие в определении термина «национальные интересы» [1]. Так «понятие национальных интересов для российской науки относительно ново, в отличие от зарубежных стран, где оно давно рассматривается в числе базовых научных понятий».

В коллективной монографии под национальными интересами подразумевается совокупность жизненно важных интересов личности, общества, государства, выражающих стремление нации к сохранению и устойчивому развитию. Нация (государство) находится в состоянии безопасности, когда ей не приходится приносить в жертву свои национальные интересы и когда она в состоянии защитить эти интересы посредством политических, экономических, социально-психологических, военных и других действий [2].

Ключевым составляющим национальных интересов на сегодняшний день является понятие национальные экономические интересы страны. Поскольку принятие законодательных актов, осуществление социально-экономических реформ, поддержка тех или иных отраслей народного хозяйства относительно вступления в международные экономические организации, объединение в рамках интеграционных группировок – все это необходимо осуществлять в соответствии с национальными экономическими интересами. Но так как в законодательных актах нашего государства нет определения, что такое национальных экономических интерес, предлагаю собственное определение данного понятия. Национальный экономический интерес – это сложный комплекс отношений между национальными, иностранными, международными, экономическими субъектами по поводу производства, распределения, обмена и потребления ВВП страны, направленный на долгосрочное развитие национального хозяйства как целостного и конкурентоспособного организма в условиях глобализации.

Как говорилось выше, в России законодательно не закреплено понятие национальный экономический интерес, а как следствие его подменяют схожим определением экономическая безопасность, и представляют его как наиболее важной составляющей частью структуры национальной безопасности страны, поскольку без достаточного экономического обеспечения не может идти речи о национальной безопасности в целом. Без ее обеспечения практически невозможно решить ни одну из задач, стоящих перед стра-

ной, как во внутригосударственном, так и в международном плане. Экономическая безопасность России – это результативный фактор развития экономической системы страны. Она предполагает предупреждение возникновения или ликвидацию угроз. К данным угрозам относится угрозы воспроизводству, которое должно обладать устойчивостью и эффективностью [3]. Для безопасного состояния системы необходимо её постоянное и устойчивое развитие, по отношению к экономике.

Для России в XXI веке, который все чаще называют эпохой глобализации, в условиях международных и внутренних вызовов и даже угроз такими законодательными приоритетами становятся национальные интересы, понимаемые как жизненные интересы народа России, отражающие стремление граждан к обеспечению стабильного и устойчивого развития общества и минимизации или ликвидации этих угроз [4]. Однако анализ выявил и показал, что пока законодательный инструментарий в этом направлении используется слабо, нередко национальные интересы остаются в стороне, в потоке узких проектов и поправок. Основной проблемой в обеспечении национальных интересов является отсутствие четкого определения национальных интересов, их целей, конкретизация элементов, т.е. важных целевых ориентиров, они описаны лишь абстрактно. Ещё одной проблематикой обеспечения национальных интересов законодательной сферой является отсутствие разделения общественного интереса от частного. Данная ошибка на корню уничтожает действенность важнейшей функции государства в удовлетворении национальных интересов, так как на деле они представляют собой интересы частные, а не общественные. Отсутствие в стратегии разделения общественных интересов от государственных или частных, говорит о том, что государство ставит долгосрочные цели, не делая упор на средство их достижения. Функции современного государства обуславливают развитие экономики посредством удовлетворения интересов крупных корпораций, обеспечивающих основную долю экспорта, тем не менее, в конечном счете, сырьевая рента не доходит до основных объектов реализации национальных интересов - самого общества, что противоречит социальному государству, подрывая социальную стабильность и только увеличивая дифференциацию доходов [5].

Но для того, чтобы реализовать национальные экономические интересы в российской экономике, необходимо, во-первых, полная занятость ресурсов. Данное условие является базисным, но не единственным. Во-вторых, неотъемлемым условием, является обеспечение эффективной занятости ресурсов. Реализация этих двух условий приводит к выполнению одного из ключевых экономических интересов – увеличению платежеспособного спроса населения. Как следствие, большинство россиян смогут достойно жить и обеспечивать себя и свою семью всем необходимым. Только после этого может сформироваться социальное государство, в котором будут удовлетворены национальные экономические интересы, не только государства, но и всего общества в целом.

Библиографические ссылки

1. Днепровская И. В. Национальные интересы: комплексный подход // *Экономические науки*. 2008. № 12(49). С. 373–377.
2. Бэттлер А. Национальные интересы, национальная и международная безопасность / А. Бэттлер // *Полис*. 2002. № 4. С. 146–158.
3. Ногаев И. В. Категории «национальный интерес» и «национальная безопасность» // *США и Канада: экономика, политика, культура*. 2008. № 2. С. 69–83.
4. Долгов С. И, Савинов Ю. А. Экономическое развитие России в условиях глобализации // *Российский внешнеэкономический вестник*. 2010. № 11. С. 4.
5. Юрченко Н. Н. Идеология модернизации государственного управления в контексте реализации национально-государственных интересов современной России // *Власть*. 2010. № 9. С. 60–63.

© Прохорова Н. С., 2013

УДК 330.59

О. С. Проявченко

Научный руководитель – А. В. Лихтер

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

БЕДНОСТЬ В РОССИИ И ПУТИ ЕЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Бедность – это одна из современных проблем современного российского общества, ограничивающая доступ значительной части населения к ресурсам развития. Критериальная оценка бедности в России и за рубежом не совпадают. Для преодоления данной проблемы необходимо принимать ряд мер, приведенных в тезисах.

Бедность – это характеристика экономического положения индивида или социальной группы, при котором они не могут удовлетворить определённый круг минимальных потребностей, необходимых для жизни, сохранения трудоспособности, продолжения рода. Бедность является относительным понятием и зависит от общего стандарта уровня жизни в данном обществе [1].

Бедность является следствием разнообразных и взаимосвязанных причин, которые объединяют в следующие группы [2]:

- экономические;
- социально-медицинские;
- демографические;
- образовательно-квалификационные;
- политические;
- регионально-географические.

В России человек признается бедным, если его ежемесячный уровень дохода ниже прожиточного минимума. Под прожиточным минимумом понимается минимальный уровень дохода, который считается необходимым для обеспечения определённого уровня жизни в определённой стране. Размер прожиточного минимума в РФ по последним данным (IV квартал 2012 г.) составил на душу населения 6 705 руб., для трудоспособного населения – 7263 руб., для пенсионеров – 5 281 руб., для детей – 6 432 руб. [3].

Численность населения России с доходами ниже прожиточного минимума в январе-сентябре 2012 г. в РФ сократилась до 17,2 млн человек, что на 14,9 % меньше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и бедняки теперь составляют 12,1 % от общей численности населения России [4].

Однако в Европе бедняк – это тот человек, который получает менее 60 % от среднего дохода в стране проживания или менее 2 долларов в день. В странах Европы уровень бедности чрезвычайно разнится – от 10 % в Нидерландах до 21 % в Латвии. Даже в эконо-

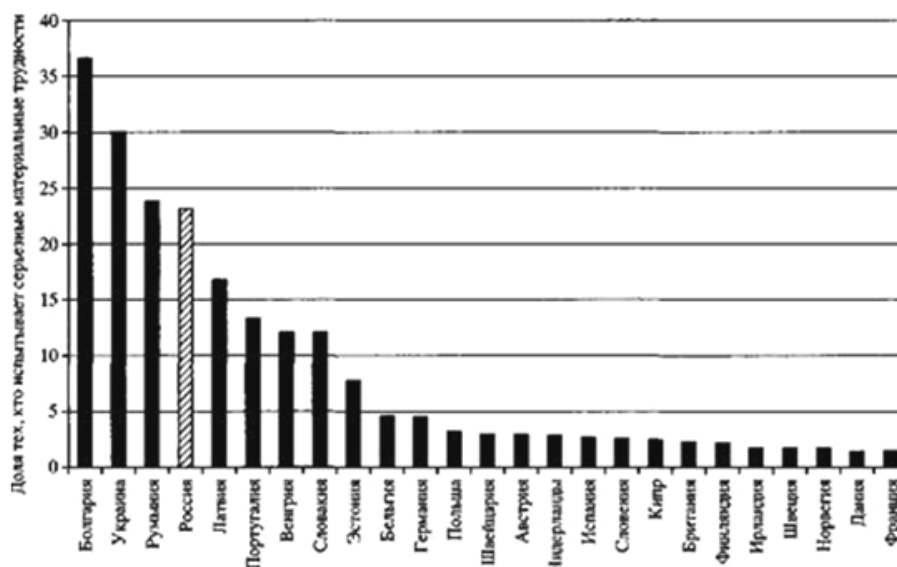
мических странах-лидерах уровень бедности довольно высок: во Франции – 13 %, в Германии – 15 %, а в Британии – 19 % [5].

Представление об уровне бедности можно получить не только из официальных источников, но и из различных социологических опросов, которые показывают, насколько само население идентифицирует себя с определённым уровнем жизни и дохода.

Так по данным «Европейского социального обследования», которое проводилось в 25 странах Европы, включая Россию, с выборкой 47 тыс. чел. на просьбу об описании уровня дохода своей семьи каждый четвертый россиянин выбрал позицию «жить на такой доход очень трудно» (см. рисунок) [6].

То есть, практически 25 % из опрошенных россиян признали свой доход неудовлетворительным при официальной бедности в 12,1 %, тогда как только 2 % опрошенных во Франции дали такой же ответ. Это говорит о том, что проблема бедности в России значительно больше, чем признает официальная статистика. Для снижения уровня бедности в РФ необходимо выделить следующие государственные меры:

- создание условий для роста производства и, соответственно, тем самым для увеличения денежных доходов населения;
- поддержание макроэкономической стабильности;
- проведение антиинфляционной политики;
- увеличение минимального размера оплаты труда;
- разработка социальных программ и механизмов их реализации;
- повышение адресности социальной политики и разработка специальных мер, направленных на ликвидацию очагов глубокой бедности;
- повышения уровня жизни тех граждан, чьи доходы больше всего отстают от прожиточного минимума [7].



Доля населения, испытывающего серьезные материальные трудности

Библиографические ссылки

1. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: В 86 т. СПб., 1890–1907.
2. Бобков В. Н., Зинин В. Г., Разумов А. А. Политика доходов и заработной платы. Доклад в рамках проекта МОТ «Преодоление бедности, содействие занятости и местное экономическое развитие в Северо-Западном федеральном округе». М., 2004. С. 10.
3. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.

4. Росбизнесконсалтинг – Информационное агентство. URL: <http://www.rbc.ru>.
5. Статистическое управление Европейских сообществ. URL: <http://eurostat.ru>.
6. Европейское социальное исследование. URL: <http://www.ess-ru.ru>.
7. Разумов А. А., Ягодкина М. А. Бедность в современной России. М.: Формула права, 2007. С. 172.

© Проявченко О. С., 2013

УДК 336.748

Д. А. Сазонов

Научный руководитель – Т. Н. Афанасьева

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

ВАЛЮТНЫЙ КУРС КАК ИНДИКАТОР СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИКИ

Курс национальной валюты на международной бирже отражает состояние экономики страны. Сравнение курса национальной валюты с мировыми (доллар и евро) дает представление о текущей экономической обстановке в стране в сравнении с общемировой экономической ситуацией.

Современная Ямайская валютная система пришла на смену Бреттон-Вудской и основывается на свободной конвертации валют. Для нее характерно постоянное колебание курсов, которое устанавливает равновесие между спросом и предложением валют. Главным практическим значением новой системы был отказ от фиксированных валютных курсов. Правительства получили новый инструмент воздействия на экономику страны, эффективный, но опасный в глобальных масштабах.

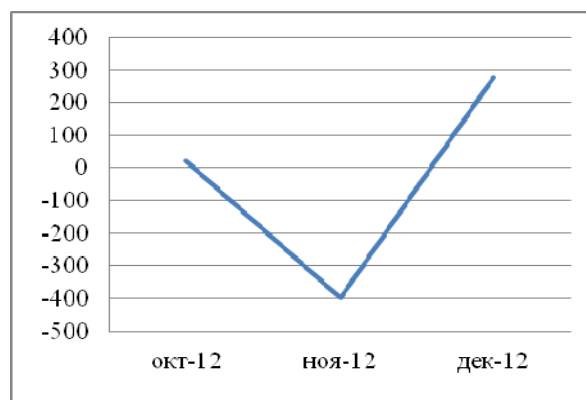
Процесс ведения валютных войн уже известен истории. Достаточно напомнить как в 20-е годы XX века Франция, США, Великобритания и Япония начали соревнование в области девальвации валюты. Другим странам пришлось ввести специальные пошлины для контроля над движениями капиталов. Такие соревно-

вания получили название *beggar my neighbour policy* (англ. политика разорения соседа) [1].

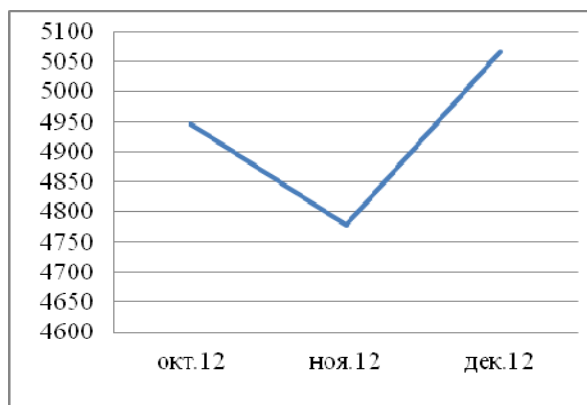
Валютная война (конкурентная девальвация) – искусственное снижение курса местной валюты с целью оказания помощи экспортерам и национальной промышленности. Низкий курс местной валюты приводит к понижению цен на экспортируемые товары, что приводит к увеличению объемов экспорта и росту ВВП с одной стороны и порождает дефляцию внутри страны с другой. Развязывание валютной войны это крайне опасный шаг для любой страны, но цели этой войны далеко не всегда оправдывают средства.

Рассмотрим влияние девальвации национальной валюты на примере японской йены. За три месяца с октября 2012 по декабрь 2012 гг. японская валюта упала с 78 йен за доллар до 92. Дешевая национальная

валюта и наличие товаров на рынке приводят к росту экспорта. На рисунке видно, что в декабре был рост объема экспорта, который начал исправлять торговый баланс Японии [2].



а



б

Рис. 1. а – изменение торгового баланса Японии;
б – изменение объема экспорта Японии (млрд иен)

Из сравнения двух графиков можно сделать вывод, что девальвацию можно рассматривать как метод стимулирования экономики, но поскольку она приводит к дефляции, она пагубно влияет на экономику внутри страны. К отрицательным последствиям дефляции относят: снижение спроса на товары, возникновение отложенного спроса; снижение уровня заработных плат; снижение объемов банковского кредитования; снижение прибыльности компаний и стоимости ценных бумаг. В результате дефляции и валютной войны страдает население страны, поскольку оно вынуждено сокращать свои расходы по причине снижения стоимости накопленных денежных средств и нужды выплачивать кредиты.

Для России проблема валютных войн не является первостепенной. Поскольку ЦБ РФ привязывает курс рубля к бивалютной корзине и целенаправленно удерживает его в разумном диапазоне, вероятность девальвации рубля довольно мала. Существует много других методов стимулирования экономики, которые, возможно, менее эффективны, но и менее шокирующие. Социально-экономическая ситуация в России не позволяет в ближайшее время отвязать рубль от евро и доллара, и пустить его в «свободное плавание».

Основой экспорта России (более 45 %) являются сырьевые товары (нефть, газ, уголь), поэтому главным фактором, влияющим на нашу экономику, являются цены на сырье на мировом рынке. По мнению многих мировых экспертов в ближайшее время снижения цены на «черное золото» ожидать не стоит. Нестабильная геополитическая обстановка в мире (в том числе в нефтедобывающих странах) будет вносить свои корректировки на рынок и сдерживать признаки начала снижения цены [3].

Более правдоподобными сюжетами развития мировой экономики следует считать девальвацию доллара на фоне фискального обрыва в США или снижение курса евро в случае распада еврозоны. Однако для гибкости курсообразования ЦБ РФ позволяет бивалютной корзине двигаться в допустимом коридоре колебаний. На данный момент корзина состоит из 0,45 евро и 0,55 доллара [4]. Примерно равные пропорции дают возможность ЦБ РФ корректировать состав корзины и удерживать баланс между двумя мировыми валютами, смягчая последствия девальвации одной из них.

Курс национальной валюты можно воспринимать как индикатор экономической ситуации в стране. Для полноценного анализа следует сравнивать курсы валютных пар комплексно, например EUR\RUB и USD\RUB. За период апрель-июнь 2012 г. котировки российской национальной валюты упали относительно обеих мировых валют, поэтому можно сказать, что экономика РФ была нестабильна и испытывала определенные проблемы. За период июль-август 2012 г. рубль укрепился по отношению к евро гораздо сильнее, чем к доллару. Это означает, что большие проблемы испытывала еврозона, а рубль был относительно стабилен. С июня 2012 до начала 2013 года рубль укрепил свои позиции, а с января по март 2013 г. уверенно держался относительно обеих валют, но в конце марта 2013 г. начался нисходящий тренд рубля, что крупные инвесторы могут расценить как очередной спад российской экономики и сигнал для вывода перевода капитала в другие валюты. Такой метод анализа служит индикатором текущего состояния национальной экономики в сравнении с общемировой экономической ситуацией [5].

Библиографические ссылки

1. Политика разорения соседа // Экономика. Толковый словарь. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/21910.
2. Макроэкономическая статистика: Япония // ЗАО «Росбизнесконсалтинг». URL: <http://quote.rbc.ru/macro/country/25.shtml>.
3. Калабеков И. Г. «Российские реформы в цифрах и фактах». 2-е изд., перераб и доп. М.: Русаки, 2010. 498 с. URL: <http://kaig.ru/reform.pdf>.
4. Текущая структура бивалютной корзины // Центральный банк РФ. URL: hd_base/BiCurBacket.asp.
5. История котировок пар EUR/RUB и USD/RUB // Yahoo! Inc. URL: <http://finance.yahoo.com>.

© Сазонов Д. А., 2013

УДК 336.77

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

КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА: СУЩНОСТЬ И ЭЛЕМЕНТЫ

Рассматривается сущность и элементы кредитной политики банка. Определена роль кредитной политики банка в организации его работы, более подробно рассмотрена сущность кредитного риска.

В условиях рыночной экономики основной формой кредита является банковский кредит. Позитивный опыт деятельности банков разных стран свидетельствует о том, что эффективное управление кредитами во многом определяет размер получаемой банком прибыли. Поэтому разработка кредитной политики зарубежными банками и реализация ее практических аспектов представляет несомненный практический интерес для совершенствования деятельности банков России.

Кредитная политика банка определяет стандарты, параметры и процедуры, которыми руководствуются банковские работники в своей деятельности по предоставлению, оформлению кредитов и управлению ими. Кредитная политика обычно оформляется документально и включает в себя положения, регламентирующие предварительную работу по выдаче кредита, а также процесс кредитования.

Таким образом, кредитная политика – это разработка мероприятий, направленных на совершенствование соотношения риска и доходности от операций по предоставлению займов физическим лицам и прочим хозяйствующим лицам.

Сущность кредитной политики банка состоит в обеспечении безопасности, надежности и прибыльности кредитных операций, то есть в умении свести к минимуму кредитный риск. Проявление сущности кредитной политики коммерческого банка заключается в ее функциях. Условно их можно разделить на две группы: общие, присущие различным элементам банковской политики, и специфические, отличающие кредитную политику от других элементов банковской политики. Таким образом, кредитная политика – это определение того уровня риска, который может взять на себя банк.

Основная цель проведения кредитной политики банка, как уже говорилось, это получение максималь-

ной прибыли при минимальном уровне риска. Исходя из возможного соотношения этих составляющих, а также имеющихся ресурсов, кредитная организация определяет текущие задачи: направления кредитования; технология осуществления кредитных операций; контроль в процессе кредитования [1].

Неотъемлемым критерием кредитной политики являются ее элементы: регламентирующие параметры и процедуры. При исследовании кредитной политики анализируются в первую очередь данные элементы (таблица) [1].

В пределах нормативных ограничений, установленных Банком России, банк самостоятельно определяет круг будущих заемщиков, виды кредитов, формирует ссудный портфель и устанавливает процентные ставки исходя из соображений выгоды.

Повышение доходности кредитных операций и снижение риска по ним – две противоположные цели. Как и во всех сферах финансовой деятельности, где наибольшие доходы инвесторам приносят операции с повышенным риском, повышенный процент за кредит является «платой за риск» в банковском деле. При формировании ссудного портфеля банк должен придерживаться общего для всех инвесторов принципа – сочетать высокодоходные и достаточно рискованные вложения с менее доходными, но менее рискованными направлениями кредитования [3].

Кредитный риск – это риск неуплаты заемщиком суммы основного долга и процентов по этой сумме или неспособность контрагента кредитной сделки действовать в соответствии с принятыми на себя обязательствами [2]. Риск неуплаты процентов по сумме основного долга связан с потерей доходов, при не возврате заемщиком основного долга. Размер кредитного риска равен сумме списываемой безнадежной ссуды (убытку) в расходы банка по данной кредитной сделке.

Элементы кредитной политики коммерческого банка

Этапы кредитования	Регламентирующие параметры и процедуры
1. Предварительная работа по предоставлению кредита	Состав будущих заемщиков; виды кредитов; стандарты оценки кредитоспособности заемщика; процентные ставки; количественные пределы кредитования; методы обеспечения возвратности кредита; контроль за соблюдением процедуры подготовки выдачи кредита
2. Оформление кредита	Формы документов; Технологическая процедура выдачи кредита; Контроль за правильностью оформления кредита
3. Управление кредитом	Порядок управления кредитным портфелем; Контроль за исполнением кредитных договоров; Условия продления и возобновления просроченных кредитов; Порядок покрытия убытков; Контроль за управлением кредитом

Кредитная политика формирует основные принципы работы банка на рынке кредитных услуг. На основе кредитной политики сотрудники банка строят свою работу с розничными клиентами, выбирают ту или иную модель системы оценки клиентов (скоринга), разрабатывают кредитные продукты. Кредитная политика банка формирует требования к заемщикам: возраст, минимальный стаж работы, уровень доходов и другие показатели. Кроме того, она определяет состав и структуру предлагаемых банковских продуктов, их особенности: обеспеченные или не обеспеченные, целевые или нецелевые займы, сроки кредитования и т. д.

Таким образом, кредитная политика банка – это его общие направления деятельности, основной замысел работы на рынке кредитных услуг. Дальнейшая ее реализация связана с разработкой специальных инструкций и других документов, регламентирующих проведение тех или иных операций, определяющие

критерии оценки клиентов и этапы взаимодействия с ними. Формируется и уточняется кредитная политика – это непрерывный, итеративный процесс. С целью учета объективных социальных и экономических условий банковской деятельности она периодически пересматривается.

Библиографические ссылки

1. Кредитная политика коммерческого банка» [Электронный ресурс] // Финансовый анализ и менеджмент. URL: <http://finance-place.ru>.
2. Кредитная политика банка [Электронный ресурс] // Энциклопедия экономиста. URL: <http://www.grandars.ru/>.
3. Элементы кредитной политики [Электронный ресурс] // Банковское дело. URL: <http://www.987.su>.

© Трегубович Ю. А., 2013

УДК 330.101.542(075.8)

Т. С. Трубинова

Научный руководитель – Л. А. Иванченко

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

ПРИЧИНЫ ЭМИГРАЦИИ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Рассматривается проблема эмиграции населения России: текущее состояние, причины. Исследуются условия жизни в Российской Федерации и странах-реципиентах.

Россия испытывает проблемы, связанные с эмиграцией населения – ежегодно страну покидает большое количество людей. Так, в 1997 году эта цифра составила 232 987 человек. К началу 2000 году эта цифра сократилась почти в два раза и с каждым годом становится все меньше, но данные цифры заставляют задуматься над ситуацией в стране в социальных, политических и экономических сферах. Как показали результаты опроса, за семь лет увеличилась доля активных горожан, которые допускают мысль об эмиграции из России – с 19 до 31 %. При этом число тех, кто не хочет менять страну, соответственно, сократилось – с 63 до 55 % [3].

По данным Росстата за 2011 год из России эмигрировало более 36 тыс. человек [1]. Существуют множества различных причин, которые побуждают человека покинуть свою родину и определяются они как экономическими, так и неэкономическими факторами.

Для исследования были выбраны шесть стран, в которые уезжают более 4 % эмигрантов: Канада, Австралия, США, Германия, Чехия, Новая Зеландия. Рейтинги этих стран сопоставили с Россией. Для объективного сравнения были использованы данные исследования международного журнала International Living, который составил рейтинг стран по качеству жизни, выбраны девять основополагающих параметров: стоимость проживания, культура и развлечения, экономика, окружающая среда, свобода, здравоохранение, инфраструктура, личная безопасность, климат [2].

По каждому из этих параметров странам была выставлена оценка от 0 до 100, где ноль обозначает худшее положение, и эти данные представлены в таблице.

Каждый параметр имеет свой вес в итоговой оценке: стоимость – 20 %, экономика – 15 %, культура и развлечения, свобода, здравоохранение, инфраструктура, личная безопасность и климат по 10 %, окружающая среда – 5 %.

Параметр стоимость проживания учитывает минимальный уровень дохода для обеспечения определенного уровня жизни. Также этот параметр учитывает государственный долг каждой страны.

Для выставления баллов по параметру культура и развлечения были приняты во внимание такие показатели, как уровень грамотности, число памятников ЮНЕСКО на квадратный километр и рейтинг разнообразия культурных и развлекательных предложений.

Чтобы оценить экономический уровень каждой из стран, рассматривались такие показатели, как ВВП, темп роста ВВП, ВВП на душу населения и темп инфляции.

Для оценки окружающей среды используется Environmental Performance Index от Йельского университета, который оценивает страны по 25 показателям эффективности, прослеженных через десять стратегических категорий, покрывающих и экологическое здравоохранение и живучесть экосистемы.

Рейтинг стран по качеству жизни

Страна	Стоимость проживания	Культура и развлечения	Экономика	Окружающая среда	Свобода	Здраво-охранение	Инфраструктура	Личная безопасность	Климат	Итоговая оценка
Канада	61	84	62	56	100	84	53	98	68	70
Австралия	55	83	66	55	100	82	61	100	94	73
США	76	87	100	51	100	90	100	100	85	86
Германия	50	97	65	67	100	93	70	100	80	74
Чехия	64	84	51	64	100	81	65	100	69	70
Новая Зеландия	69	92	59	67	100	91	65	100	84	76
Россия	55	80	45	47	25	68	53	67	72	54

Рейтинг стран по параметру свободы выставлялся в соответствии с исследованиями неправительственной организации Freedom House, с акцентом на политические права граждан и гражданские свободы.

Подсчет рейтинга в категории здравоохранение ведется по таким параметрам как, число людей на доктора, число больничных коек на 1 000 человек, процент населения с доступом к безопасной воде, уровень детской смертности, продолжительности жизни и отношение расходов на здравоохранения к ВВП страны.

Чтобы рассчитать рейтинг в категории инфраструктуры, были рассмотрены длина железных дорог, шоссе и судоходных водных путей в каждой стране, в отношении к населению и размеру каждой страны. Также было рассмотрено число аэропортов, автомашин, телефонов, интернет-провайдеров и сотовых телефонов на душу населения.

Для выставления оценок в категории личной безопасности использовались данные исследования госдепартамента США о чрезвычайно сложных, вредных или опасных условиях жизни.

Для определения рейтинга в категории климат были рассмотрены следующие показатели: средний уровень осадков, средняя температура и риск стихийных бедствий.

По 7 из 9 параметров Россия находится на последних местах соответственно условия жизни в России хуже, чем в ряде стран. В общей таблице из 192 стран Россия занимает 118 место. Полученные результаты достаточно тревожны. Особенно если учесть, что из России хотел бы уехать каждый второй представитель молодого поколения [3]. Что бы этого не допустить, стране необходимо улучшать факторы, по которым она проигрывает другим странам. Конечно, климатические факторы изменить России не удастся, но на остальные факторы государство может, и должно, влиять с целью улучшения и развития тех или иных сфер общественной жизни.

Библиографические ссылки

1. Демография [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.
2. 2011 Quality of Life Index [Электронный ресурс] // International Living. URL: <http://internationalliving.com>.
3. Все больше россиян задумываются об эмиграции [Электронный ресурс] // Бельгийская федерация русскоязычных организаций. URL: <http://www.bfro.be/ru/glavnaya.html>.

© Трубинова Т. С., 2013

УДК 332.13

Ю. В. Федорова

Научный руководитель – А. В. Цветных

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

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-АКСЕЛЕРАТОРА КАК ЭЛЕМЕНТА ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНА

Раскрывается сущность бизнес-акселератора как относительно нового элемента инновационной инфраструктуры региона.

В условиях современной рыночной экономики все больше компаний прибегают к разработке и реализации инновационных проектов (ИП), получаемых в

ходе осуществления инновационной деятельности (ИД). В каждом регионе нашей страны существует множество институтов по поддержке разработки и

внедрения ИП, которые в совокупности образуют инновационную инфраструктуру региона.

В целом, можно выделить следующие функции соответствующих элементов инновационной инфраструктуры региона:

- Производственно-технологическая – создание условий для доступа малых предприятий к производственным ресурсам (технопарки, центры коллективного пользования и ресурсные центры);
- Консалтинговая – обеспечение доступа к профессиональным консультациям (инновационно-технологические центры и бизнес-инкубаторы, венчурные агентства, бизнес-акселераторы);
- Финансовая – обеспечение доступа инновационным предприятиям к финансовым ресурсам (фонды, инвестиционные организации, венчурные агентства, бизнес-акселераторы);
- Кадровая (образовательные центры/программы при технопарках, бизнес-инкубаторах и т.п.);
- Информационная – предоставление актуальной информации участникам инновационной инфраструктуры (различные сообщества, Интернет);
- Сбытовая (выставки, посредники, Интернет).

В настоящее время ни одни из элементов существующей инновационной инфраструктуры Красноярского края должным образом не сопровождает проек-

ты на предпосевной стадии. Для формирования эффективной лестницы ИД такой элемент необходим. Им может стать инновационный бизнес-акселератор. В представленной ниже таблице на основе исследования существующих определений были выделены наиболее существенные признаки «бизнес-акселераторов».

Таким образом, главными особенностями бизнес-акселераторов является комплексное и интенсивное сопровождение разработки инноваций от начальной стадии до коммерциализации. Бизнес-акселератор занимает особое место в инновационной инфраструктуре региона, содействуя решению нескольких задач содействия инновационной деятельности. К этим задачам следует отнести:

- предоставление актуальной юридической и финансовой информации, консалтинг по разработке бизнес-модели и построении компании;
- обучение команды проекта необходимыми знаниями для эффективного развития бизнеса;
- предоставление стартовых инвестиций;
- отбор наиболее рентабельных проектов, привлечение к их реализации инвестиций;
- предоставление проектам инфраструктуры;
- партнерская поддержка коммерциализации проектов.

Определения и особенности «бизнес-акселератора»

Источник	Определение	Признаки бизнес-акселератора
[1] http://ru.wikipedia.org	... модель поддержки бизнесов на ранней стадии, которая предполагает интенсивное развитие проекта в кратчайшие сроки. Для быстрого выхода на рынок проекту обеспечивают инвестирование, инфраструктура, экспертная и информационная поддержка	работа с ИП на ранней стадии; содействие коммерциализации результата ИД в кратчайшие сроки; инвестиционная, инфраструктурная, экспертная и информационная поддержка
[3] http://businessuga.ru/organizacia-biznesa/chto-takoe-bisnes-akselerator	... особая форма предоставления инфраструктурных услуг на венчурном рынке. Главная особенность «этого явления» заключается в том, что оно работает в нише между бизнес-ангелами и крупными венчурными фондами, инвестируя сразу в несколько мелких или средних проектов. Финансовые вливания сопровождаются образовательными программами	одновременное инвестирование в мелкие или средние проекты консалтинговое и образовательное сопровождение проектов
[4] http://saratov.gov.ru/news/events/detail.php?ID=84139	... особая форма поддержки и развития новых проектов, находящихся в стадии становления или исследования перспективных рынков. Он позволяет форсировано развивать проекты нулевой стадии, когда есть апробированная идея и представление о бизнес-модели, до уровня появления опытного образца и перехода на серийное производство и распространение	поддержка разработки проектов на стадии идеи (на нулевой стадии готовности проекта); поддержка разработки проекта на стадии создания опытного образца

Таким образом, создание регионального бизнес-акселератора в Красноярском крае необходимо для совершенствования его инновационной инфраструктуры. При этом, особое внимание при разработке программ его функционирования, необходимо уделить учету практики деятельности бизнес-акселераторов в западных странах, и прежде всего, в США.

Библиографические ссылки

1. Бизнес-акселератор [Электронный ресурс] // Доступ из Википедии – свободной энциклопедии.

2. Что такое бизнес-акселератор [Электронный ресурс] // Портал развития бизнеса Business Uga. URL: <http://businessuga.ru/organizacia-biznesa/chto-takoe-bisnes-akselerator>.

3. В области предлагается создать бизнес-акселератор [Электронный ресурс] / Министерство экономического развития и торговли Саратовской области. URL: <http://saratov.gov.ru/news/events/detail.php?ID=84139>.

© Федорова Ю. В., 2013

УДК 658.84

Н. А. Чанышева
Научный руководитель – А. В. Цветцых
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, г. Красноярск

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ: СУЩНОСТЬ И ФУНКЦИИ

Раскрывается сущность и функции системы управления сбытом, ее место в повышении эффективности функционирования предприятия.

Система управления сбытом продукции выстраивается и функционирует в соответствии с выбранной сбытовой политикой компании. Сбытовая политика направлена на решение вопросов, связанных с доработкой произведенных товаров, их хранением и транспортировкой, оформлением сделок и проведением расчетных операций. Также сбытовая политика обеспечивает информирование потребителей о фирме и товаре и получение данных о состоянии дел на рынке.

Система управления сбытом – это совокупность элементов, взаимосвязанных друг с другом и служащих оптимизации управления товарными запасами компании. Элементы, из которых система управления сбытом состоит, это – субъекты, объекты, методы и функции, при помощи которых компания повышает результативность сбытовой деятельности. Эффективная система управления сбытом приносит компании увеличение объема продаж, рост прибыли и стабильность компании на рынке.

Система управления сбытом решает как стратегические, так и тактические задачи. К стратегическим задачам относится все, что связано с формированием, выбором и организацией каналов сбыта, выбором прямого или косвенного типа сбыта продукции, определением количества посреднических звеньев на пути от компании-производителя до конечного потребителя, логистикой и проведением маркетинговых мероприятий, сопровождающих товар на пути к потребителям.

Тактические задачи, которые решает система управления сбытом, связаны с привлечением новых покупателей, оптимизацией деятельности коммивояжеров (торговых представителей), поддержанием надлежащего уровня товарных запасов, презентациями и другими мероприятиями, стимулирующими сбыт, а также с учетом и контролем объемов продаж и уровня цен для получения возможности оперативного реагирования путем проведения необходимых маркетинговых мероприятий. С организационной точки зрения система управления сбытом имеет своим субъектом отделы, структурные подразделения компании и специалистов, выполняющих управленческие функции в сфере сбыта, способствующих как разработке, так и реализации сбытовой стратегии компании. Интересно отметить, что если раньше сбытовые стратегии выстраивались, имея в качестве ориентира интересы компании, то сегодня успех может принести только ориентация на потребности покупателей: слишком велика конкуренция на современных рынках

сбыта, чтобы невнимательно относиться к нуждам потребителей. Объектами системы управления сбытом являются каналы сбыта, ценообразование, потребительский спрос – все элементы комплекса маркетинга.

Функций системы управления сбытом очень много, рассмотрим основные из них, которые можно объединить в три группы:

1. Функции планирования (разработка перспективных и оперативных планов продаж, анализ и оценка конъюнктуры рынка, формирование ассортиментного плана производства по заказам покупателей и выбор каналов распределения и товародвижения);

2. Функции организации (организация складского и тарного хозяйства для готовой продукции, продаж и доставку продукции потребителям, каналов товародвижения и распределительных сетей, проведения рекламных кампаний и мероприятий по стимулированию сбыта);

3. Функции контроля и регулирования (оценка результатов сбытовой деятельности, контроль за выполнением планов сбыта, контроль за выполнением планов сбыта, оценка и стимулирование деятельности сбытового аппарата).

Так как система управления сбытом на предприятии представляет собой сложную структуру, то существуют различные каналы сбыта продукции, основными из которых являются два:

1) прямые (нулевые каналы сбыта) – когда производитель напрямую осуществляет комплекс задач по дистрибуции своего товара. Например, продажи с завода по почте или через сеть фирменных магазинов;

2) непрямые (косвенные), когда задействовано больше или меньше посредников, поэтому цепочки могут быть длинными или короткими. Короткими принято называть цепочки, где между производителем и конечными потребителями существует только один посредник. Длинная цепочка включает больше одного посредника.

К прямым каналам относятся такие, в которых перемещение товаров организовано на основе прямых договоров между производителями и потребителями, т. е. без привлечения посреднических организаций. Потребителями могут быть как отдельные лица, так и организации, закупающие товары для удовлетворения своих корпоративных потребностей.

В случае распределения с непрямым каналом сбыта, он представляет собой одну или несколько независимых или входящих в организационную структуру производителя посреднических организаций, которые

обеспечивают передачу права собственности на товар кому-либо другому на пути его движения от производителя к потребителю. Использование посреднических звеньев выгодно, прежде всего, самим производителям, поскольку происходит сокращение числа связей (коммуникационных, транспортных и др.) и контактов, которые опосредствуют реализацию продукции.

Таким образом, основная задача управления сбытом предприятия в общей системе управления – вы-

бор наиболее эффективных каналов и методов сбыта применительно к определенным условиям рынка, использование которых позволяло бы достигать наибольшую эффективность процесса реализации товара, соблюдения интересов, как производителя, так и потребителя продукции на стадии ее реализации.

© Чанышева Н. А., 2013

УДК 330.101.542

Д. И. Шкляева

Научный руководитель – Л. А. Иванченко

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

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ВЗГЛЯДЫ НА РЫНОК ТРУДА КАК ЭКОНОМИЧЕСКУЮ КАТЕГОРИЮ

Рассматривается проблема трактовки таких основополагающих понятий как «труд», «рабочая сила», «рынок труда». Особенно уделено внимание позиции современных ученых на проблему взаимоотношений субъектов рынка труда.

В экономической науке по сей день существуют противоречия в вопросе отношений, которые складываются на рынке труда: что является товаром, кто его покупатель и кто продавец, какова цена товара. Одно из существенных требований любой теории – определение понятий, которыми оперирует исследователь. Известно, что во многих случаях одинаковыми терминами называют разные вещи и понятия и, наоборот, одни и те же предметы и явления обозначаются разными словами. Это касается и сферы труда, где основные категории «труд» и «рабочая сила» часто трактуются по-разному, что имеет серьезные последствия для выводов и положений, обозначаемых этими словами. Подобное возникает при выяснении того, что же продается на рынке труда – труд или рабочая сила и что под ними понимается.

Так, трудовая теория стоимости К. Маркса исходила из того, что на рынке труда наемные рабочие продают лишь свою рабочую силу, то есть «совокупность физических и духовных способностей, которыми обладает организм, живая личность человека». В процессе использования рабочей силы, только трудом создается добавленная стоимость, воплощаемая в товарах. Наемный же рабочий за свой труд получает лишь часть стоимости, созданной его трудом (зарплату), а оставшаяся часть присваивается предпринимателем, что является выражением эксплуатации наемного труда. Эта теория, отрицая участие в создании стоимости товаров таких факторов производства, как капитал, земля, предпринимательство, привела под руководством коммунистических партий огромные массы людей в тупик, именуемый строительством коммунизма – общества «свободного от эксплуатации наемного труда».

Помимо определения К. Маркса термин «рабочая сила» означает также разные категории людей, человеческие ресурсы для труда. Например, когда говорят

«численность рабочей силы на предприятии», «иностранная рабочая сила», «квалификация рабочей силы», «эмиграция рабочей силы», «рабочая сила с высшим образованием», то подразумевают людей, работников, персонал.

Понятие «труд» также является двойственным. Во-первых, труд – это процесс целесообразной деятельности людей. Ученые разных взглядов согласны в том, что продается не целесообразная деятельность, а способность и возможность ее осуществления. Во-вторых, труд – экономический ресурс общества, основной фактор производства, который может выступать в качестве товара на соответствующем рынке. Существует много обозначений труда как категории населения, которая осуществляет предложение на рынке труда: трудовые ресурсы, экономически активное население и др. [2].

Разнообразие смысловых вариантов понятия «рабочая сила» и «труд» рождает возможность подмены понятий, приводит к серьезной путанице и обязывает авторов каждый раз подчеркивать, что они имеют в виду.

Все же большинство современных экономистов оперируют категорией рынок труда, понимая под ним один из трех основных типов рынка наряду с рынком товаров и капитала, где сталкиваются интересы трудоспособных людей и работодателей. Но мнения ученых относительно объекта торга на рынке труда расходятся. Так, экономист Иванова Т. Б. считает, что на рынке труда объектом купли-продажи является рабочая сила человека как потенциальная способность к труду, которая реализуется в процессе труда и при определенных условиях становится товаром [3]. А. И. Рофе утверждает, что на рынке труда рабочий продает предпринимателю свой будущий, предстоящий труд, в виде его планируемых или предполагаемых результатов, то есть обязуется выполнить опре-

деленную работу в определенное время [1]. Мы придерживаемся другой точки зрения по данному вопросу, также существующей в современной экономике, согласно которой рынок труда представляет собой единство рынка рабочей силы и рынка рабочих мест. Рассмотрим подробнее, какие отношения складываются на таком рынке.

Предприниматель, покупая рабочую силу, вместе с этим предлагает работнику трудиться на определенном рабочем месте. В свою очередь работник, продавая свою рабочую силу, предъявляет спрос на определенное рабочее место. И сделка купли-продажи состоится лишь в том случае, если работник соответствует требованиям рабочего места, а рабочее место – жизненным интересам работника. Существо купли-продажи на рынке труда заключается как раз в соединении рабочей силы с рабочим местом, которые в системе рыночных отношений приобрели статус товаров, но особого рода. Купля-продажа рабочей силы имеет свою особенность. Работник продает предпринимателю пользование своей рабочей силой на определенное время, продолжая оставаться собственником этого одушевленного товара. Эти отношения получили название найма, а рабочая сила стала называться наемной.

Рабочее место является сферой приложения труда отдельного работника. Эволюция рыночных отношений показывает все очевиднее тот факт, что работодатель не даром дает наемному работнику пользоваться рабочим местом, а продает ему это пользование за определенную цену. Работодатель нанимает работников при условии такого использования «арендуемых» ими рабочих мест, когда доход, получаемый от использования их труда, превышает заработную плату работников. Цена рабочего места придает экономическое содержание самому факту найма рабочей силы.

Интересы наемного работника и работодателя существенно различаются. Работника интересует в рабочем месте, прежде всего его реальная зарплата, то есть количество жизненных средств, которые он может приобрести на потребительском рынке. Однако работодатель смотрит на денежную оплату рабочей силы иными глазами. С его точки зрения нет внутренних различий между средством производства и рабочей силой. Денежные затраты работодателя сливаются в единую величину, представляющую собой издержки на создание рабочего места, и он стремится экономить на ней. Поэтому реальная заработная плата работников снижается при росте цен на потребительские товары, что особенно характерно для современной российской экономики. В этом заключено одно из главных противоречий рынка труда, особенно характерное для России.

Как мы видим, экономическая категория рынок труда весьма противоречива и сложна, что подтверждается многообразием теорий относительно ее сущности. Это создает трудности в разработке механизмов регулирования трудовых взаимоотношений на национальном уровне, что может привести к социально-политической нестабильности государства.

Библиографические ссылки

1. Рофе А. И. Экономика труда : учебник. М. : КНОРУС, 2010. 400 с.
2. Экономика труда: рыночные и социальные аспекты : учеб.-метод. комплекс для подготовки магистров / под общ. ред. Н. А. Волгина. Изд-во РАГС, 2010. 368 с.
3. Иванова Т. Б., Козлов А. А., Алексеенко В. Б. Рынок труда в России : учеб. пособие. М. : РУДН, 2011. 222 с.

© Шкляева Д. И., 2013

УДК 336.77.067.32

И. В. Гавриленко, Д. А. Катющик
Научный руководитель – Е. Л. Соколова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск.

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ЗАЕМЩИКА ПРИ КРЕДИТОВАНИИ ПОД ЗАЛОГ

В практике банковского кредитования залог является основным видом обеспечения обязательств. В настоящее время вопросы, связанные с оценкой заемщика, при кредитовании под залог, продолжают являться актуальными и требуют их дальнейшего изучения. Рассматриваются часто встречающиеся проблемы и особенности, с которыми сталкиваются банки, оценочные компании и заемщики при оценке предметов залога.

Многовековой опыт кредитного дела свидетельствует о том, что даже ликвидный залог не является гарантией для кредитора. Дело в том, что реализация залога редко приносит прибыль. Залог лишь дает уверенность кредитору в том, что если ликвидация заемщика или его активов произойдет, то он получит от этого сумму, частично покрывающую сумму кредита.

Поэтому и при кредитовании под залог анализ денежного потока и все элементы кредитного анализа, нельзя игнорировать. И все же здесь они играют вторичную роль: защита кредитора заключается в основном в заложенных активах. Поэтому размер кредита привязывается скорее не к величине денежного потока, левериджу и способности заемщика осуществлять регулярные выплаты, а к стоимости заложенных активов при их принудительной продаже. Игнорирование такого подхода стало одной из причин кризиса ссудо-сберегательных ассоциаций США в 2008 г., когда они выдавали ссуды исходя из заработков своих клиентов, а не из стоимости домов в случае их продажи [1].

Ликвидный залог может частично компенсировать низкую кредитоспособность. Но если ситуация с выплатой ссуды требует ликвидации активов заемщика, то кредитор позаботится о том, чтобы получить максимальный возврат вложенных средств. На приемлемость залога влияют два основных фактора: его жизненный цикл, а также пригодность и ликвидность.

Кредиторы обеспеченных краткосрочных займов предпочитают, чтобы срок жизни залога был близок к сроку погашения долга. Поэтому для краткосрочных ссуд залогом традиционно являются краткосрочные активы фирмы: дебиторская задолженность, запасы, рыночные ценные бумаги. При оценке пригодности и ликвидности залога принимают во внимание следующие факторы: стандартизацию сортамента и классификации; срок службы, долговечность; котировку на рынке, реализуемость; стабильность спроса; подконтрольность кредитору.

Кредиторы обычно принимают в качестве залога лишь ликвидные краткосрочные активы. Так, дебиторская задолженность или запасы со средним сроком превращения в деньги, равным 180 дням, не подойдут как залог по ссуде с погашением в 90 дней.

Специализированное оборудование труднее продать, чем стандартный грузовик. Недвижимость более ликвидна, чем высококачественные товары, имеющие стабильный и обширный спрос. Контролировать наличие денег и других финансовых активов, земли и строений легче, чем запасы товаров или материалов. Одни активы становятся менее ликвидными гораздо быстрее, чем другие (компьютеры, модная одежда).

Предоставление ссуды под залог увеличивает для кредитора риск мошенничества, связанного с манипуляцией залогом, к которой может прибегнуть заемщик. Поэтому квалифицированный кредитор будет постоянно контролировать местонахождение и состояние залога.

В России примерно в половине случаев кредиторы, начиная процедуру банкротства, сталкиваются с тем, что из предприятия-должника уже выведены все ликвидные активы. Для защиты своей безопасности кредиторы выработали ряд процедур, а именно: проверку наличия уже имеющихся претензий на заложенное имущество, регистрацию прав на изъятие залога в случае невыплаты ссуды в суде, в органах власти. Кредитор также будет вести постоянно обновляемые записи, проводить периодические и неожиданные проверки местонахождения и состояния залога [2].

Традиционно обеспеченная ссуда дается в размере 30–90 % от стоимости залога; колебания этой величины зависят от типа залога. Чем выше ликвидность, тем выше этот процент. Для дебиторской задолженности этот базис традиционно выше, чем для запасов, поскольку первая стоит ближе на шаг к превращению в деньги в. Зависит базис и от первоочередности прав кредитора на заложенные активы.

Если состояние залога ухудшается, то кредитор должен снизить маржу и немедленно известить об этом заемщика. Право кредитора снизить маржу должно обязательно быть занесено в кредитный договор.

В случае высокой инфляции стоимость залога может (номинально) повышаться. Поэтому в кредитном договоре возможна оговорка о возврате заемщику части залога. Аналогичный пункт может быть занесен при погашении ссуды по частям.

Особенностью сегодняшней оценки залогов является то, что оценивать предмет залога необходимо не только на входе (при формировании предмета залога и заключении договора клиента с банком), но все чаще и на выходе, при необходимости реализации предмета залога, арестованного банком при невыплате кредита.

На сегодняшний день существует объективная необходимость в создании четких и формализованных требований к подходам и методам оценки объектов для целей залога с последующей выработкой в данной области единой нормативно-методической базы, которая должна разрабатываться с учетом российского и

международного опыта в данной области и опираться на существующие стандарты в оценочной деятельности.

Библиографические ссылки

1. Слуцкий А. А. Банковские залоговые: «страшно интересный» «страховой интерес» // *Банковское кредитование*. 2009. № 6. С. 36–42.

2. Ильясов С. М. Об оценке кредитоспособности банковского заемщика // *Деньги и кредит*. 2008. № 9. С. 28–34.

© Гавриленко И. В., Катющик Д. А., 2013

УДК 336.77.067.32

И. В. Гавриленко

Научный руководитель – Е. Л. Соколова

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

К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ЗАЛОГА ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ПРОЕКТЫ ГЧП

Статья посвящена актуальной теме государственно-частного партнерства. Анализируется необходимость внесения поправок в действующий федеральный закон о концессиях.

Государственно-частное партнерство – форма коммерческого сотрудничества публичного (государственного или муниципального) и частного секторов в сферах, которые традиционно считались «зоной ответственности государства», – общественная инфраструктура, дорожное строительство, строительство трубопроводов, аэропорты, объекты здравоохранения и образования, жилищно-коммунальное хозяйство.

Концепция партнерства государственного и частного секторов экономики предполагает развитие любых договорных отношений, регулирующих их сотрудничество. ГЧП рассматривается как эффективный способ привлечения частных инвестиций в те виды деятельности, в которых не предполагается проведение приватизации.

Распределение ролей государственного и частного партнера в части финансирования, как правило, таково: государство предоставляет землю или действующий объект, подлежащий реконструкции, а частный партнер отвечает за финансирование и общий менеджмент. Одной из причин недостаточной востребованности инструментов государственно-частного партнерства (далее – ГЧП) является ограниченный перечень источников, которые могут использоваться для финансирования подобных проектов.

Поскольку банковский кредит должен быть обеспечен (как правило, залогом), а имущество, включенное в проект, недостаточно для привлечения необходимого финансирования, то рассматриваемый вид финансирования, как правило, не может закрыть существующую потребность в инвестициях (объем необходимого финансирования значительно превышает стоимость имеющегося внутри проекта объекта залога).

Ввиду большого объема необходимых инвестиций проекты ГЧП, особенно проекты в сфере ЖКХ, требуют привлечения инвестором внешнего (банковского) финансирования. При этом на современном глобальном рынке капитала привлекательность проекта для финансирующих организаций обусловлена как общими политическими и экономическими факторами, так и факторами юридического характера, ключевым среди которых является предлагаемый обеспечительный пакет, призванный обеспечить интересы финансирующих банков в связи с возвратом денежных средств.

При этом Закон о концессиях содержит ряд ограничений в отношении формирования обеспечительного пакета, препятствовавших привлечению частных инвестиций в концессионные проекты, в частности:

1) прямой запрет передачи в залог объекта концессионного соглашения (ч. 6 ст. 3 Закона о концессиях);

2) прямой запрет передачи в залог прав по концессионному соглашению (ч. 2 ст. 5 Закона о концессиях);

3) прямой запрет уступки прав и перевода долга по концессионному соглашению до завершения строительства (ч. 2 ст. 5 Закона о концессиях) [1].

Кроме того, Закон о концессиях изначально не предусматривал заключение традиционных для мировой практики ГЧП прямых соглашений между финансирующими проект банками и концедентом, традиционно предусматривающие право банков на замену концессионера, если это необходимо для реализации проекта, обязательство концедента не расторгать концессионное соглашение в таком случае, а также иные права и гарантии, предоставляемые банкам, например

осуществление концедентом выплат в случае прекращения концессионного соглашения напрямую банкам во избежание связанных с возможным банкротством концессионера рисков.

Результатом невозможности формирования адекватного ожиданиям участников глобального рынка капитала обеспечительного пакета всегда становится сложность в привлечении внешнего финансирования и, как следствие, затруднения в реализации проектов ГЧП [2].

Исходя из Закона о концессиях основополагающий фактор, сдерживающий рост рынка ГЧП-проектов, это запрет на залог объекта концессионного соглашения, хотя предоставление его в залог инвесторам является необходимым условием получения концессионером финансирования и исполнения обязательств. Запрет залога объекта концессионного соглашения необходимо отменить и предусмотреть возможность залога в пользу инвесторов. Другое сдерживающее условие – запрет залога концессионера по концессионному соглашению (кроме объектов коммунального хозяйства) и запрет уступки таких прав до момента ввода в эксплуатацию объекта [3]

Возможность уступки концессионером прав по концессионному соглашению является важным инструментом рефинансирования инвестиций в концессионный проект (например, путем секьюритизации доходов от эксплуатации объекта). Поэтому наличие возможности залога таких прав в пользу инвесторов, а также их уступки позволит компаниям чувствовать себя свободнее при принятии решения об инвестировании в ГЧП-проекты, так как для них появится еще один понятный источник дохода, нивелирующий риски.

Библиографические ссылки

1. О концессионных соглашениях : федер. закон от 21 июля 2005 г. № 115-ФЗ.
2. Варнавский В. Г. Государственно-частное партнерство в России: проблемы становления // Отечественные записки. 2011. № 6.
3. Российская Бизнес-газета: Государственно-частное партнерство № 819 от 18 октября 2011 г.

© Гавриленко И. В., 2013

УДК 658.14/17

Ю. С. Камаева

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

ВЛИЯНИЕ КЛАСТЕРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ В РАМКАХ ГЧП НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ

В настоящее время, несмотря на фактическое наличие формирующихся кластеров в различных отраслях экономики в Российской Федерации, лишь некоторые российские организации сферы услуг объединяются в кластеры, хотя данное направление очень перспективно. Показаны преимущества кластерной политики в сфере услуг, как для участников кластера, так и для региона в целом. Выявлено, как кластерная организация влияет на показатели предприятия, в частности на финансовую устойчивость.

В условиях глобализации и возрастающей международной конкуренции, одним из эффективных способов развития малых и средних организаций сферы услуг является их объединение в кластеры. Создание кластера – не только способ выжить для всех его участников, это еще и возможность расширить рынки сбыта, повысить рентабельность, финансовую устойчивость и наладить принципиально новые взаимосвязи со своими партнерами [1].

Кластеры в сфере услуг – это группы организаций, расположенных на одной территории, представляющие разные отрасли сферы услуг, но взаимосвязанных предприятий и организаций, характеризующихся общностью и взаимосвязанностью своей деятельности, ее нацеленностью на удовлетворение потребностей граждан в определенном виде услугах [1].

Важнейшим преимуществом кластеризации в сфере услуг являются особые инфраструктурные и другие возможности для формирования нового бизнеса, прежде всего среднего и малого, сопряженные, в частности, со льготными условиями кредитования и

предоставления консалтинговых услуг, с относительно низкими рисками. Следует отметить, что государственные и муниципальные органы управления с принципиально большей готовностью реагируют на проблемы развития кластеров в целом, нежели на «сигналы» отдельных ассоциативных организаций бизнеса и населения, а установление тесных связей производителей, поставщиков и потребителей создает основу для заключения многосторонних договоров и становления партнерских отношений [2].

Участники кластера при этом получают следующие преимущества:

- 1) доступ к специализированным факторам производства и рабочей силе (при наличии конкурентоспособных местных поставщиков);
- 2) снижение транзакционных издержек;
- 3) доступ к накопленной внутри кластера информации по маркетингу, технологиям;
- 4) взаимодополняемость видов деятельности участников кластера;

5) расширенный доступ к организациям и общественным благам за счет связей, существующих в пределах кластера;

6) оперативное решение или смягчение организационных проблем;

7) понимание и реальное осуществление инноваций;

8) снижение барьеров выхода на новые рынки;

9) достижение стабильности и повышение финансовой устойчивости [3].

Взаимодействие между звеньями цепи кластера помогает достичь оптимального для всех уровня доходности, который, в свою очередь, полностью укрепляет позиции кластера, что невозможно для среднего игрока, действующего на рынке, что называется, в одиночку [2].

Кластерная основа расширяет возможности пространственной организации рынка потребительских товаров в организациях сферы услуг за счет вовлечения независимых организаций с ее корневым бизнесом и поддерживающими отраслями, тем самым повышая параметры, напрямую влияющие на финансовую устойчивость. Финансовая устойчивость характеризуется системой абсолютных и относительных показателей. Как уже было указано выше, при кластерной организации предприятий наблюдается позитивные изменения в их деятельности, которые отражаются на параметрах, на основании которых рассчитываются показатели финансовой устойчивости. В результате создания кластера в организациях сферы услуг достигается увеличение таких относительных показателей, как наличие собственных оборотных средств, степень независимости предприятия от заемных источников финансирования, коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами финансирования, коэффициент финансовой устойчивости, коэффициент маневренности, который показывает, какая часть собственных средств предприятия находится в мобильной форме, позволяющей относительно свободно маневрировать этими средствами. Высокое значение данных коэффициентов положительно характеризует финансовое состояние предприятия [3].

Также при создании кластера в организациях сферы услуг достигается стабильность и повышается финансовая устойчивость в развитии отрасли; повышается

конкурентоспособность российских товаров; за отечественными производителями закрепляются сегменты на внутреннем рынке, и происходит усиление их позиций на зарубежных рынках; привлекаются инвестиции (в том числе иностранные, на техническое перевооружение и модернизацию производства). Создаются конкурентоспособные производственные системы, развиваются устойчивые кооперационные связи, межтерриториальная и межотраслевая кооперация, создается цивилизованный рынок потребительских товаров. Тесная взаимосвязь между звеньями кластера может принести значительную выгоду, а именно: информацию и возможность комплексного решения проблемы, от которого бы выиграли все, в том числе и потребители. Еще одним преимуществом кластера организаций сферы услуг является возможность регулировать цены. Все его участники в пределах цепочки могут делиться издержками, чтобы не перекладывать их рост на потребителя, то есть не повышать цену продукции [3].

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что выгода для организаций сферы услуг от развития кластера много, и в целом они состоят в повышении эффективности и снижении издержек в текущей деятельности и освоении рынков, повышении финансовых показателей, главным образом финансовой устойчивости, гибкости и инновационного потенциала при создании новых продуктов, технологий [3].

Библиографические ссылки

1. Бейдель Т. В., Пономарев Н. Н. К вопросу создания оптово розничных объединений потребительской кооперации // Новый век – новые горизонты науки: Материалы региональной научно-практической конференции. В 2-х ч. Ч. 2. Новосибирск : СибУПК. 2004.
2. Богомолов О. Т. Анатомия глобальной экономики : учеб. пособие. М. : Академкнига, 2004. 216 с.
3. Перспективные направления развития организационно-экономических форм хозяйствования в сфере услуг. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/perspektivnye-napravleniya-razvitiya-organizatsionno-ekonomicheskikh-form-hozyaystvovaniya-v-sfere-uslug#ixzz2IzDOFhJ>.

© Камаева Ю. С., 2013

УДК 334.723

Д. А. Катющик

Научный руководитель – А. Г. Бревнова

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

НЕОБХОДИМОСТЬ УЧЕТА ФАКТОРА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЧАСТНОГО УЧАСТНИКА РЕАЛИЗАЦИИ ГЧП-ПРОЕКТОВ

Статья посвящена актуальной теме государственно-частного партнерства. Автором дается определение государственно-частного. Анализируется необходимость учета фактора кредитоспособности частных участников государственно-частного партнерства. Качество подготовки проектов в целом остается низким, в этой связи существует необходимость совершенствования механизмов подбора частных участников реализа-

ции проектов государственно-частного партнёрства, а именно учета фактора кредитоспособности частного участника.

Государственно-частное партнерство (в зарубежной доктрине и практике используется термин „public-private partnership“ (PPP)) – это юридически оформленное на определенный срок взаимовыгодное сотрудничество органов и организаций публичной власти и субъектов частного предпринимательства в отношении объектов, находящихся в сфере непосредственного государственного интереса и контроля, предполагающее распределение рисков между партнерами, осуществляемое в целях наиболее эффективной реализации проектов, имеющих важное государственное и общественное значение.

Государственно-частное партнерство характеризуется также в качестве принципа взаимодействия государства и бизнеса и в качестве правовой формы такого взаимодействия. Правовая форма осуществления государственно-частного партнерства должна в идеале отвечать двум основным требованиям: обеспечить для инвестора привлекательность, безопасность вложения средств в государственную собственность и реализовать основную цель проекта, а именно развитие ту сферу, которая стратегически важна для государства [1].

«По данным Министерства регионального развития Российской Федерации, в целом по России физический износ объектов коммунального хозяйства в среднем достигает более 50 %, а по отдельным муниципальным образованиям до 90 %».

Не смотря на сравнительно быстрое развитие российской экономики в последние предкризисные годы, инфраструктурные отрасли остаются ее наиболее узким местом, порождая опасность техногенных кризисов и катастроф.

По мнению ведущих российских экономистов Россия находится на том этапе экономического развития, на котором её основной задачей должно быть перевооружение всех отраслей и регионов народного хозяйства. Для этих целей во всем мире широко применяется государственно-частное партнерство, так как, во-первых, позволяет, не увеличивая бюджетные расходы в кратко- и среднесрочной перспективе, построить или реконструировать необходимые объекты, а, во-вторых, способствует более эффективному использованию финансовых и материальных ресурсов. С другой стороны, в кризисный и посткризисный период механизмы государственно-частного партнерства позволяют за счет государственной поддержки тех или иных проектов повысить их инвестиционную привлекательность. А инвестиционная активность, в свою очередь, является одним из решающих факторов инновационного развития и успешной модернизации экономики, как регионов, так и страны в целом [2].

Представители государственных органов и частного сектора по-разному оценивают преимущества и возможности ГЧП в России. При этом они придерживаются единого мнения в отношении необходимости совершенствования законодательства и подчеркивают важность наличия четкой государственной политики в области ГЧП. Принципиальное значение имеет так-

же сбалансированное распределение ответственности за риски между государством и частным сектором в рамках проведения проектов ГЧП.

Качество подготовки проектов в целом остается низким. Государственным органам не хватает опыта. Государственные институты поддержки и развития ГЧП недостаточно развиты на федеральном и региональном уровнях. Возможный выход из положения участники опроса видят в более активном привлечении опытных консультантов к проработке проектов. Инвесторов также беспокоит низкая кредитоспособность многих регионов РФ.

1) информация, предоставляемая для получения средств Инвестиционного фонда, имеет специфические стандарты, отличные от требований частных инвесторов;

2) многие проектные риски, прежде всего на этапе эксплуатации, остаются непокрытыми, что сдерживает привлечение частных инвесторов и реализацию проектов;

3) сегодня банки не в состоянии предоставить гарантии по определенным видам проектных рисков из-за отсутствия механизма управления ими и компенсации за счет инвесторов и федерального бюджета [1].

Кредитоспособность предприятия формируется в результате его экономической деятельности и показывает, насколько правильным является управление финансовыми ресурсами, насколько рационально сочетание собственных и заемных источников, насколько эффективно используется собственный капитал и какова отдача от производственной деятельности. В конечном счете, она в значительной степени определяет конкурентоспособность предприятия, его потенциал в деловом сотрудничестве [4].

Одной из наиболее эффективных методик оценки финансового состояния является балльная (рейтинговая) методика, основанная на определении класса платежеспособности заемщика

Преимуществом рейтинговой (балльной) методики оценки кредитоспособности заемщика является высокая степень ее адаптации к изменяющейся макроэкономической ситуации в стране.

Для оценки кредитоспособности на перспективу нужно, помимо указанного, учесть влияние предстоящих конъюнктурных изменений в экономике, сказывающихся на деятельности заемщика, с учетом сумм и сроков предстоящих поступлений доходов и их использования, в соответствии с обязательствами по платежам (за материалы, энергию, и др.) и погашением ссудной задолженности [3].

Существуют возможности повышения финансовой привлекательности проектов за счет предоставления государственных гарантий, накопления опыта в области ГЧП и адекватного распределения ответственности за риски.

1. Отраслевые фонды должны предоставлять кратко- и долгосрочные гарантии в пользу частного сектора для уменьшения финансовых, валютных и политических рисков

2. Структурирование проектов должно осуществляться с учетом гарантирования минимально необходимого объема выручки.

Важным препятствием развитию ГЧП, с точки зрения всех участников рынка, является отсутствие скоординированной государственной политики в сфере ГЧП. Государству следует более четко формулировать свои требования к частным партнерам. Необходимость учета фактора кредитоспособности частного партнера может решить проблему задержки сдачи очередей объектов в эксплуатацию и реализации проекта в целом.

Библиографические ссылки

1. Варнавский В. Г. Государственно-частное партнерство в России: проблемы становления // Отечественные записки. 2011. № 6.
2. Шарингер Л. Новая модель инвестиционного партнерства государства и частного сектора // Мир перемен. 2009. № 2.
3. Иванова Н. Оценка кредитоспособности заемщика // Бухгалтерия и банки. 2010. № 8.
4. Кувишинов, Половцев. Рейтинговая оценка финансового состояния предприятия // Экономический анализ: теория и практика. 2010. № 6.

© Катющик Д. А., 2013

УДК 336

Я. А. Яркова, В. А. Гальцова
Научный руководитель – Т. А. Мартынова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МОДЕЛИ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ КОМПАНИИ

Оценка бизнеса необходима не только для проведения сделок купли-продажи или расчета его залоговой стоимости, но и для определения эффективности принятия управленческих решений, основным критерием выбора которых является увеличение стоимости компании. При оценке стоимости компании определяются не только затраты на создание и приобретение оцениваемого объекта, также учитываются и рыночные факторы, влияющие на стоимость.

В связи с этим достаточно актуальными представляются вопросы построения моделей оценки предприятия, которые бы позволяли учитывать не только финансовые составляющие стоимости, но также и уровень корпоративного управления в компании и могли бы эффективно использоваться как самостоятельные методы оценки стоимости бизнеса [1].

Представим наиболее известные модели управления стоимостью предприятия:

1. Модель экономической добавленной стоимости, Economic value added (EVA). Экономическая добавленная стоимость (EVA), определяется как операционная прибыль после уплаты налогов, но до уплаты процентов за кредит за вычетом расходов по привлечению и обслуживанию инвестированного капитала.

Положительная величина EVA свидетельствует об увеличении стоимости компании, отрицательная – об уменьшении.

2. Рыночная добавленная стоимость, Market value added (MVA). Добавленная рыночная стоимость (MVA) – это показатель, который отражает величину превышения рыночной капитализации компании (рыночной цены ее акции, умноженной на число акций, выпущенных в обращение) над стоимостью ее чистых активов, показанных в бухгалтерском балансе.

Показатель MVA имеет некоторые недостатки. Во-первых, он не дает представления о том, когда стоимость была создана. Поэтому более правильным будет ориентироваться на ежегодное изменение MVA. Кроме того, поскольку величина задействованного

капитала взята из бухгалтерского баланса, то существующие ограничения методов бухгалтерского учета отражаются и на этом показателе. Очевидно, что рыночная капитализация компании (суммарная рыночная стоимость выпущенных в обращение акций компании) может существенно отличаться от ее балансовой стоимости (стоимости чистых активов по балансу) [2].

3. Метод анализа добавленной стоимости собственного капитала, Shareholder value added. SVA – это приращение между расчетной стоимостью акционерного капитала (например, методом дисконтированных денежных потоков) и балансовой стоимостью акционерного (собственного капитала).

Данный показатель используется для оценки правильности принятия стратегических решений. В общем виде он рассчитывается как разность между стоимостью компании после принятия решения и стоимостью компании до принятия решения.

4. Модель «Полной доходности акционерного капитала», Total shareholder return (TSR). Характеристика: показатель TSR является относительным (то есть представляет собой процентное соотношение), а не абсолютным показателем; показатель TSR игнорирует риск, связанный с инвестициями [3].

5. Модель «Добавленного потока денежных средств», Cash value added (CVA). Часто данный показатель также называют Residual Cash Flow (RCF). В последнее время все большее число специалистов отдают предпочтение именно данному критерию соз-

дания стоимости, так как в качестве отдачи от инвестированного капитала используется потоковый показатель – денежные потоки (cash flows) [4].

На основе представленных моделей, можно провести практический анализ оценки стоимости на примере предприятия ОАО «Новосибирскэнерго». Это крупнейшее предприятие Сибири, занимающееся производством электрической и тепловой энергии, основным видом деятельности, которого является производство электрической и тепловой энергии. Расчеты показателей по данным моделям представлены в таблице.

По результатам финансового анализа, ОАО «Новосибирскэнерго» обладает не достаточным запасом финансовой устойчивости поскольку имеет недостаток собственных источников формирования оборотных средств ($dEc < 0$), недостаток собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат ($dEt < 0$), излишек общей величины источников формирования запасов и затрат ($dEs > 0$), однако сохраняется возможность изменения финансовой ситуации и восстановления равновесия за счет привлечения краткосрочных кредитов и займов.

Следует отметить, что стоимость данного предприятия по современным оценкам не достаточно высока, и это объясняется тем, что финансовая политика ОАО «Новосибирскэнерго», не достаточно четко придерживается тенденции - крайне редко прибегать к привлечению капитала со стороны (кредиты и займы), также сохранять очень маленькую сумму кредиторской задолженности.

Таким образом, оценочная деятельность представляет собой важнейшую составляющую при создании развитой инфраструктуры, которая необходима для дальнейших экономических преобразований в нашей стране. Сегодня оценка стоимости заняла достойное место в рыночной системе хозяйствования. Уже 10 лет результаты оценки стоимости различных объектов собственности служат основой для принятия решения большинства решений в частном и государственных секторах. Оценка стоимости стала неотъемлемым инструментом в арсенале современного российского бизнесмена, финансиста, менеджера. Без представлений об оценочной деятельности трудно обойтись в условиях рыночной экономики и простому гражданину, и государственному чиновнику, и политику, и предпринимателю.

Название модели	Стоимость за год
Модель экономической добавленной стоимости, Economic value added (EVA)	21 945,8 млн руб.
Рыночная добавленная стоимость, Market value added (MVA)	1 357 тыс. руб.
Метод анализа добавленной стоимости собственного капитала, Shareholder value added (SVA)	236 109,26 тыс. руб.
Модель «Полной доходности акционерного капитала», Total shareholder return (TSR)	28 % – совокупный доход акционеров
Модель «Добавленного потока денежных средств», Cash value added (CVA)	340 000 руб.

Библиографические ссылки

1. Егорова М. Оценка стоимости бизнеса: вводный курс, 2012 г.
2. Синогейкина Е. Г. Анализ современных методов оценки рыночной стоимости бизнеса и особенностей их практической реализации в России // Москва. 2011.

3. Гражданкина Е. В. Экономика малого предприятия. 2010. 144с.

4. Павловец В. Этапы процесса оценки стоимости бизнеса. 2012.

© Яркова Я. А., Гальцова В. А., 2013

УДК 669.713.7

А. О. Владимирова

Научный руководитель – В. П. Жереб

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск**ПРИНЦИП ВОЗРАСТАНИЯ ЭНТРОПИИ И ЕГО РОЛЬ В СТАНОВЛЕНИИ
ФУНДАМЕНТАЛЬНОГО ПРИНЦИПА ДИССИПАЦИИ**

Показано, что принцип возрастания энтропии, выделяя хаос как сущность реальности, при максимальном уровне обобщения становится фундаментальным научным принципом диссипации.

Второй закон термодинамики, сформулированный С. Карно в 1824 году и наложивший запрет на существование вечного двигателя второго рода, имел фундаментальное значение для становления термодинамики как теории тепловых машин. Развита на ее основе техническая термодинамика определила современный облик энергетики и всей современной цивилизации. Другая, наиболее общая, формулировка второго закона термодинамики, предложенная в 1865 году Р. Клаузиусом в форме принципа возрастания энтропии, впервые указывает на существование в термодинамической системе и, вообще, систем любой природы особого состояния – состояние равновесия, к которому эволюционируют все другие состояния системы. Таким образом, в череде возможных состояний системы как абстрактного объекта теории, впервые выделяется особое состояние равновесия, к которому эволюционируют все остальные состояния, отмечая имеющуюся в природе тенденцию к однородности – самопроизвольному устранению различий в разных частях системы, независимо от масштаба ее рассмотрения. Эта тенденция к максимальному хаосу, осуществляется не за счет какого-либо внешнего воздействия, а исключительно за счет собственной внутренней энергии системы. Выбор Р. Клаузиусом изолированной системы для формулировки этого принципа специально подчеркивает последнее обстоятельство. Из

сказанного следует, что состояние равновесия является типичным *аттрактором* изолированной системы (рис. 1) единственным критерием достижения которого в изолированной системе является максимум энтропии ($dS = 0$).

В предложенной Клаузиусом форме второго закона термодинамики впервые вводится ранее неизвестная науке функция состояния термодинамической системы – энтропия, которая обозначается латинской буквой S и является количественной характеристикой (т. е. мерой) однородности, беспорядка или хаоса в системе. У многих, впервые знакомящихся с понятием энтропии, вызывает удивление то, что эти три слова – однородность, беспорядок и хаос – являются синонимами и обозначают одно и то же состояние. Однако наш жизненный опыт, наши наблюдения за установлением однородности в реальной жизни показывают, что этот феномен связан с процессами рассеяния – будь то расходящиеся волны на воде после падения камня или появление пыли в помещении. В более общей форме можно заключить, что однородность начинается со смешения всего, что есть в системе. Таким образом, принцип возрастания энтропии, как и все фундаментальные положения теории, для достаточно зрелого человека очевиден и не требует доказательств, поскольку является результатом обобщения жизненного опыта всего человечества.

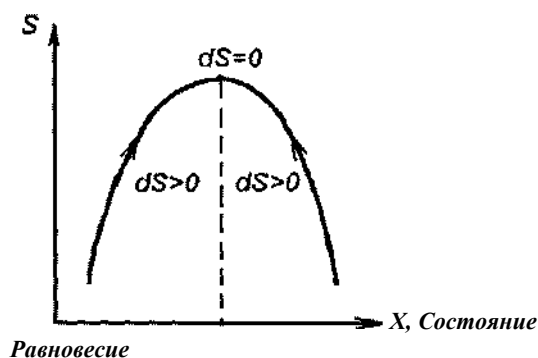


Рис. 1. Изменение энтропии S и эволюция состояний X в изолированной системе

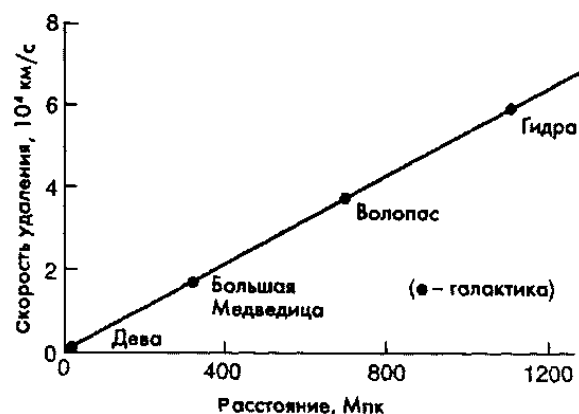


Рис. 2. Закон Хаббла: линейная зависимость скорости удаления галактик от расстояния до них

Осознание гениальным Р. Клаузиусом сущностной природы хаоса и фундаментального характера принципа возрастания энтропии позволило ему распространить этот принцип на всю Вселенную в виде «драматической формы» второго закона термодинамики, которую иногда называют гипотезой «тепловой смерти» Вселенной. Её формулировка состоит из двух, на первый взгляд совершенно безобидных, положений.

1. Энергия Вселенной постоянна.
2. Энтропия Вселенной возрастает.

Казалось бы, оба утверждения совершенно естественны; первое следует из закона сохранения энергии, второе – из принципа возрастания энтропии. Более общий, выходящий за рамки только физики, метафизический характер этих законов позволил Р. Клаузиусу распространить их на всю Вселенную.

«Драматической» такая формулировка второго закона термодинамики называется потому, что она предвещает неотвратимое достижение Вселенной, по аналогии с термодинамической системой, состоящая термического равновесия, характеризующегося максимальной энтропией. Для Вселенной это означает наступление «тепловой смерти» – состояния, когда все звезды погаснут, а энергия и вещество равномерно распределятся по всему ее объему, т.е. Вселенная превратится, образно говоря, в «тёмный, холодный и пыльный чердак». Конечно, такое состояние несовместимо с существованием в ней жизни. Современные представления хорошо согласуются с ограниченностью Вселенной.

В космологии для прогнозирования состояния всей, охваченной астрономическими наблюдениями

части Вселенной, обычно называемой Метагалактикой, после работ А. Эйнштейна, А. А. Фридмана и Э. Хаббла утвердилась модель расширяющейся Вселенной, в которой галактики удаляются друг от друга. По этой модели скорость удаления каждой галактики пропорциональна расстоянию до нее от наблюдателя (закон Хаббла), т. е. по мере удаления галактики ее скорость удаления растет (рис. 2). Один из вариантов этой модели (замкнутая Вселенная) указывает, что существует расстояние, на котором скорость удаления галактик сравнится со скоростью света в вакууме.

Такое расстояние в этой модели получило название «горизонта событий», через который невозможен ни вещественный, ни энергетический обмен с «окружающей средой», поскольку во Вселенной не может существовать скорость переноса вещества и энергии выше, чем скорость света в вакууме. С этой точки зрения, в рамках диссипативной модели реальности, замкнутая Вселенная – типичная изолированная система, в которой неизбежно достижение состояния равновесия. В последние десятилетия в космологии утвердился более развитый вариант замкнутой Вселенной – ее инфляционная модель с λ -членом и холодным темным веществом (Inflationary Lambda Cold Dark Matter model – Λ CDM) [1].

Библиографическая ссылка

1. Жереб В. П., Снежко А. А., Ивасев С. С. Концепции современного естествознания ; СибГАУ. Красноярск.; 2009. – 132 с.

© Владимирова А. О., 2013

УДК 546 (076.5)

Т. А. Дербень

Научный руководитель – А. А. Снежко

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

ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ ПРОТЕКАНИЯ ФИЗИКО-ХИМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ МДО

Приводятся результаты оценки вероятности протекания физико-химических реакций, протекающих в электролите и на электродах при формировании оксидных покрытий на алюминиевых сплавах микродуговым способом. Расчеты выполнены с помощью термодинамического анализа с использованием закона Гесса и правила ступеней Оствальда.

МДО является совокупностью физико-химических реакций, протекающих на электродах и в электролите с большим градиентом температуры и напряженности, электрических полей.

Произвести расчет для неравновесных условий достаточно проблематично, из-за отсутствия данных по давлению, многофакторности процесса, поэтому для приблизительной оценки можно ограничиться равновесными условиями.

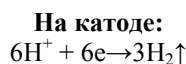
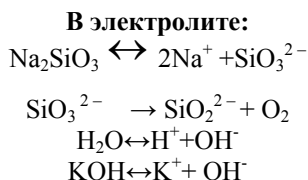
Для определения наиболее вероятных химических реакций целесообразно применить критерий само-

произвольного протекания химической реакции в неизолированной физико-химической системе для *изобарных* условий – изменение энергии Гиббса реакции $\Delta G_{\text{реак}}$. Изменение энергии Гиббса термодинамической системы выражается формулой

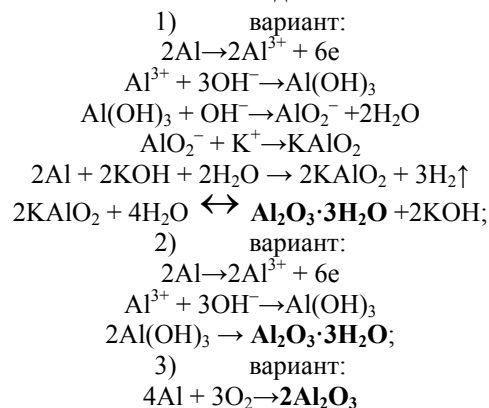
$$\Delta G = \Delta H - T \cdot \Delta S, \quad (1)$$

где ΔH – изменение энтальпии; ΔS – изменение энтропии; T – абсолютная температура.

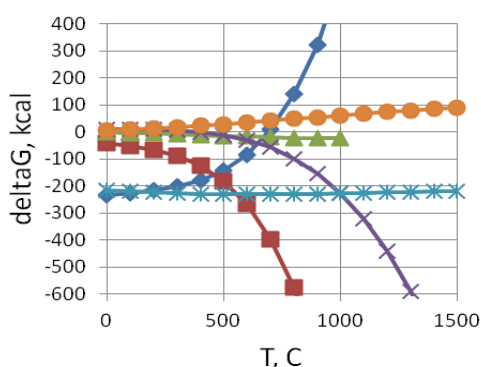
Возможные варианты протекания реакций следующие:



На аноде:



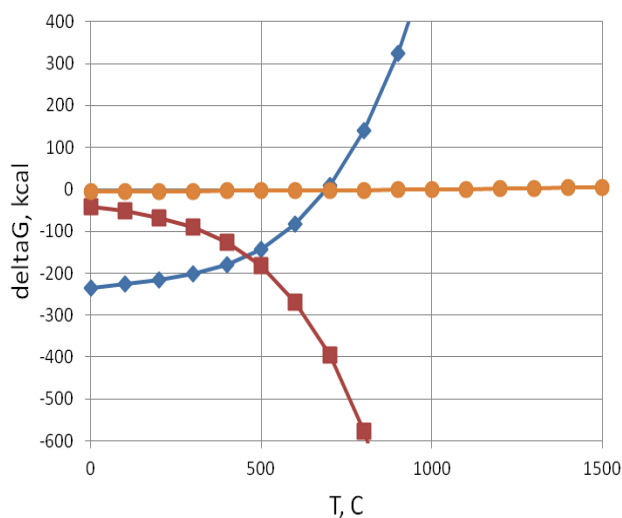
I вариант протекания реакций



—♦— Аллюминиевые сплавы: ионизация алюминия
 —■— Аллюминиевые сплавы: гидрооксид алюминия
 —▲— Аллюминиевые сплавы: взаимодействие гидрооксида алюминия с гидрооксидной группой
 —×— Аллюминиевые сплавы: алюминат калия 1
 —*— Аллюминиевые сплавы: алюминат калия 2

Рис. 1. Зависимость изменения энергии Гиббса при протекании реакций при образовании МДО-покрытий на аллюминиевых сплавах от температуры (первый вариант реакций)

II вариант протекания реакций



—♦— Аллюминиевые сплавы: ионизация алюминия
 —■— Аллюминиевые сплавы: гидрооксид алюминия
 —●— Аллюминиевые сплавы: тригидрат оксида алюминия

Рис. 2. Зависимость изменения энергии Гиббса при протекании реакций при образовании ДО-покрытий на аллюминиевых сплавах от температуры (второй вариант реакций)

III вариант протекания реакций

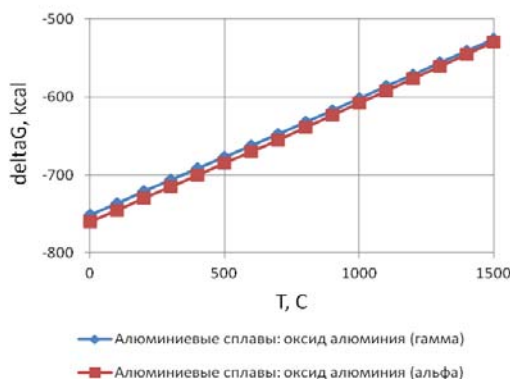


Рис. 3. Зависимость изменения энергии Гиббса при протекании реакций при образовании МДО-покрытий на аллюминиевых сплавах от температуры (третий вариант реакций)

Результаты приведены в виде графиков на рисунках 1–3. Реакция считается возможной при положительном значении ΔG . Очевидно, запрещенным вариантом является первая группа реакций из-за нестойкости конечной реакции образования оксида алюминия (рис. 1). Ограничения накладываются и на второй вариант образования оксида алюминия. Реакции являются разрешенными, только в диапазоне 0...700 °С (рис. 2). Полностью разрешенным является третий вариант образования оксида алюминия (рис. 3). Согласно правилу ступеней Оствальда энергетически выгоднее протекание для системы реакции образования оксида алюминия γ -фазы, которая со

временем при благоприятных условиях переходит в модификацию α - Al_2O_3 при 700–800 °С. Из чего можно сделать вывод о том, что формирование покрытия, содержащего в основе твердый слой, происходит только по последнему варианту.

Температурные значения, в первую очередь, пропорционально связаны с плотностью тока. Регулируя плотность тока можно управлять качеством покрытия, определяя через температуру наиболее вероятный вариант протекания реакций, обеспечивающий необходимую структуру и свойства покрытия.

© Дербень Т. А., 2013

УДК 669.713.7

Т. Ю. Дукуп

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

ГЕНЕЗИС ФУНДАМЕНТАЛЬНОГО ПРИНЦИПА СОХРАНЕНИЯ

Обобщены представления о законах сохранения в физике и показано, что эти фундаментальные законы формируют представление о фундаментальном научном принципе сохранения

Известные слова древнегреческого мыслителя Эмпедокла о том, что ничто в мире не происходит из ничего и не исчезает бесследно, послужили основой обоснования *фундаментального принципа сохранения*, когда выделяется некая *перманентная сущность*, которая может переходить из одной формы в другую в эквивалентном количестве.

Уникальность данного принципа в том, что он распространяется на всю реальность и лежит в основе концепции *современного естествознания*, наддисциплинарный характер которого позволяет понять, прогнозировать состояния различных явлений природы, в том числе и нефизической, например экономических, этнических, экологических и других.

Примером одной из форм перманентной сущности является энергия, которая, следуя древнегреческой традиции, определяется как нечто, за счет чего совершается деятельность, работа. Очевидно, что такое определение энергии позволяет находить аналогии в явлениях любой природы. Так, аналогом энергии в экономических системах является капитал, а в этнических – пассионарность.

Классическим примером действия фундаментального принципа сохранения является и закон сохранения полной энергии механического объекта в области физики, закон сохранения вещества и закон постоянства состава в химии.

Закон сохранения вещества лежит в основе глобальной *экологической* проблемы – утилизации сва-

лок, более того, сейчас мы говорим уже о космическом мусоре и вытекающих отсюда последствиях.

Даже школьник может рассказать нам о принципе сохранения, приводя в пример процесс круговорота воды в природе, однако, в *гуманитарных* областях действие данного принципа, на мой взгляд, сложнее, потому что здесь наддисциплинарный характер современного естествознания проявляется в более широкой области: история, литература, лингвистика и другие дисциплины, как правило, тесно связаны с социологией, проявлением каких-либо общественных явлений.

Очевидно, что при формировании теоретических представлений в любой области знания, как естественнонаучной, так и гуманитарной, могут быть выделены аналогичные формы перманентной сущности и соответствующие им законы сохранения.

Можно бесконечно рассуждать о проявлении принципа сохранения в самых разных областях познания, но одним из ярчайших примеров перманентной сущности будет, пожалуй, сам человек.

Библиографическая ссылка

1. Жереб В. П., Снежко А. А., Ивасев С. С. *Концепции современного естествознания*; СибГАУ. Красноярск, 2009. 132 с.

© Дукуп Т. Ю., 2013

УДК 524.354.4

А. А. Кадач

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

ЗАМЕДЛЕНИЕ ВРАЩЕНИЯ ПУЛЬСАРА

Нейтронные звезды, которые часто называют «мертвыми», являются удивительнейшими объектами. Их изучение в последние десятилетия превратилось в одну из самых увлекательных и богатых открытиями областей астрофизики. Интерес к нейтронным звездам обусловлен не только загадочностью их строения, но и колоссальной плотностью, и сильнейшими магнитными и гравитационными полями.

Пульсар представляет собой огромный намагниченный волчок, крутящийся вокруг оси, не совпадающей с осью магнита. Если бы на него ничего не падало, и он ничего не испускал, то его радиоизлучение имело бы частоту вращения, и мы никогда бы его не услышали на Земле.

Предполагается, что фотоны излучаются заряженными частицами, разогнанными почти до скорости света в быстро вращающемся магнитном поле нейтронной звезды, где все еще сконцентрирована громадная энергия, выделенная при коллапсе.

Импульсное излучение пульсара есть время одного полного оборота нейтронной звезды вокруг оси. Есть нейтронные звезды, у которых пульсирует плазменная атмосфера, то есть звезда как бы, то раздувается, то сжимается.

Каждый пульсар излучает в виде импульсов, повторяющихся с поразительной периодичностью: от одного импульса в секунду (минимальная частота) до 33 импульсов в секунду (максимальная частота). Точный интервал следования импульсов в свое время вызвал вопрос: а не являются ли пульсары искусственными межзвездными маяками, с помощью которых внеземные цивилизации посылают сигналы?.. Однако вскоре это предположение было заменено естественным объяснением. В настоящее время астрономы вполне уверены, что пульсарами могут быть только нейтронные звезды.

Хотя излучение от пульсаров происходит и с высокой точностью, оно все же не идеально, поскольку вращение нейтронной звезды постепенно замедляется. Поэтому предположения по поводу в качестве эталона секунды использовать пульсары [1] должно приниматься с осторожностью – не все пульсары для этого подходят. Наблюдения показали, что периоды между импульсами пульсаров с течением времени увеличиваются. То есть, чем старше пульсар – тем меньше частота его импульсов, и наоборот [2].

Большинство астрофизиков считают, что кроме колоссальных плотностей вещества и малых размеров нейтронные звезды имеют еще две важные особенности: быстрое вращение и сильное магнитное поле. К примеру, звезда, сколлапсировавшая до размера около 12 км в поперечнике, увеличивает напряженность своего магнитного поля и скорость вращения в несколько сотен миллионов раз.

Вращение пульсара замедляется в результате старения и учёные уже разработали математическую модель для изучения этого процесса в отдельных звезд-

дах. Обычно пульсары вращаются на стабильной скорости, но так как они излучают радиацию и теряют энергию, также теряют и скорость. Опубликованные в Nature Physics выводы имеют большое значение для следующего поколения радиотелескопов, которые разрабатываются такими международными содружествами, как Square Kilometre Array (SKA) и Low Frequency Array (LOFAR). Обнаружение и мониторинг многих других пульсаров является одним из ключевых научных целей этих проектов [3].

Поскольку вращение пульсаров постепенно замедляется, интервал между импульсами с каждым годом несколько увеличивается, хотя для существенного его изменения требуются тысячелетия. Звездopodobный источник света, имеет необычный спектр, с эффектом Доплера такой величины, которая никогда ранее не наблюдалась в нашей Галактике. Измерения эффекта Доплера в спектре показывает, что объект, по видимому, выбрасывает две струи вещества в противоположных направлениях со скоростью 40000 км/с. т. е. более 10 % скорости света! Хотя известно много объектов, испускающих относительно слабые потоки частиц почти со скоростью света, это первый обнаруженный объект в Галактике, который разгоняет целые потоки вещества до скоростей, составляющих заметную долю скорости света.

Быстрое вращение сильно намагниченного тела порождает потоки заряженных частиц (пульсарный ветер), которые уносят энергию. В результате вращение пульсара постепенно замедляется, а период пульсаций увеличивается. Первый признак того, что обычные радиопульсары это не все, чем нас могут порадовать одиночные NS (нейтронные звезды), появился примерно 20 лет назад, когда были открыты так называемые миллисекундные радиопульсары, которые имеют всего два отличия от обычных, но каких! Во-первых, как следует из названия, они очень быстро вращаются, их периоды составляют тысячные доли секунды. (Два самых быстрых миллисекундных пульсара имеют периоды около 1,6 мс, т.е. делают более 600 оборотов в секунду.) Во-вторых, у них очень слабое по сравнению с другими NS магнитное поле – порядка 10⁹ Гс, из-за чего миллисекундные пульсары очень медленно тормозятся и очень долго могут сохранять способность излучать радиоимпульсы. Следует отметить, что обычные пульсары живут несколько миллионов лет, а миллисекундные – сотни миллионов и миллиарды, т. е. возникновение миллисекундного пульсара чрезвычайно редкое событие [4].

Библиографические ссылки

1. Пульсары-эталоны времени [Электронный ресурс]. URL: <http://www.federalspace.ru/main>.
2. Пульсары [Электронный ресурс]. URL: <http://www.stars-space.ru/texts/stars19>.
3. Ученые: пульсары замедляются в результате старения // Техномания [Электронный ресурс]. URL:

<http://texnomaniya.ru/kosmos/uchenie-pulsari-zamedljajutsja-v-rezultate-starenija.html>

4. Превратности вселенских судеб/Новые лики нейтронных звезд [Электронный ресурс]. URL: <http://galspace.spb.ru/indvop.file/9.html>.

© Кадач А. А., 2013

УДК 669.713.7

В. О. Крюковский

Научный руководитель – В. П. Жереб

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск**ПРОБЛЕМА ВЫБОРА АБСТРАКТНОГО ОБЪЕКТА
В ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНЫХ ТЕОРИЯХ**

Показано, что выбор абстрактного объекта во всех дедуктивных теориях предопределяется содержанием фундаментальных закономерностей, оставляющих логическую основу теории

Необходимым требованием к научным теориям любого уровня общности является использование вместо реальных объектов или тел *абстрактного объекта*. В настоящее время в дедуктивных теориях, сложившихся в естествознании, используются только два абстрактных объекта – *точка* и *система*. Принцип сохранения не позволяет ничего сказать о внутренней структуре объекта. Поэтому консервативная модель реальности может оперировать только таким абстрактным объектом, у которого нет размеров и внутреннего строения, но имеется положение в пространстве и состояние во времени, т. е. материальная точка. В классической механике используется в качестве абстрактного объекта также «консервативная система», но в отличие от, например, термодинамической системы она складывается как простая сумма материальных точек.

Следующее обязательное качество абстрактного объекта – это устойчивость, при которой объект сохраняет свое состояние под влиянием внешних воздействий и внутренних изменений. Чтобы теория не утратила какую-либо связь с реальностью, необходимо иметь возможность количественно определять устойчивость.

Таким образом, в отличие от математической точки в геометрии, материальная точка в механике обладает устойчивостью состояний.

Устойчивость материальной точки как абстрактной модели является ее внутренним качеством, которое позволяет сохранять состояние покоя и равномерного прямолинейного движения, т.е., мы говорим об

инерции. Количественной мерой инерции является масса – m . Мы можем понять, что такое масса, если будем отдавать себе отчет в природе этого свойства, а она идентична природе пассивного сопротивления объекта изменению его состояния.

Следовательно, материальная точка – это нечто, не имеющее размеров, но имеющее положение в пространстве и обладающее собственной устойчивостью состояний, измеряемой массой.

Основоположник классической физики И. Ньютон определил понятия состояния материальной точки и характеристик, от которых оно зависит. Это определение состояния в настоящее время может быть отнесено к любому абстрактному объекту в науке.

Из первого закона Ньютона следует, что покой и равномерное прямолинейное движение одинаковы по своей природе; каждое из них обладает устойчивостью, т. е. инерцией. В первом случае – это инерция покоя, во втором – инерция равномерного прямолинейного движения. Покой – это некое предельное состояние материальной точки – то же самое равномерное прямолинейное движение, но с постоянной скоростью, равной нулю.

Библиографическая ссылка

1. Жереб В. П., Снежко А. А., Ивасев С. С. Концепции современного естествознания ; СибГАУ. Красноярск, 2009. 132 с.

© Крюковский В. О., 2013

УДК 669.713.7

Д. О. Курбанова
Научный руководитель – В. П. Жереб
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск.

СТАНОВЛЕНИЕ ФУНДАМЕНТАЛЬНОГО АНТРОПНОГО ПРИНЦИПА

Показано, что Антропный астрофизический принцип, сформулированный во второй половине XX века, в его «суперантропной» форме, является фундаментальным научным принципом, обеспечивающий формирование антропной рациональной модели реальности.

Антропный принцип был сформулирован во второй половине XX века несколькими астрофизиками, в частности, Г. М. Идлисом, Р. Дикке, Б. Картером и в различающихся, но близких формах. В 1973 г. Б. Картер сформулировал это положение в виде следующего принципа, который он назвал антропологическим: «...то, что мы можем наблюдать, должно быть ограничено условиями, необходимыми для нашего существования» [1].

Этот принцип констатирует существование неслучайной связи между параметрами Вселенной – мировыми константами – и присутствием в ней человечества. Анализ возможного вида Вселенной при слабом (до 10 %) варьирования основных мировых констант показал, что даже незначительное их изменение несовместимо с появлением во Вселенной жизни и, соответственно, разума. Это привело к заключению о невозможности возникновения нашей Метагалактики в наблюдаемом виде случайным и ненаправленным образом. Антропный принцип устанавливает соотношение между фундаментальными свойствами Вселенной в целом и существованием в ней жизни и человека, или в более общей трактовке – между существованием наблюдателя и наблюдаемыми свойствами Вселенной. Основные черты наблюдаемой Вселенной являются необходимыми для возникновения и развития жизни – это объясняется тем, что мы наблюдаем не произвольную область Вселенной, а ту, в которой существует познающий эту Вселенную субъект (наблюдатель) и в которой реализовались необходимые для его существования условия. Или: мы являемся свидетелями наблюдаемых свойств Вселенной, пото-

му что при других ее свойствах развитие Вселенной протекало бы без свидетелей.

В слабой форме антропный принцип утверждает, что наблюдаемый вид Вселенной неслучаен, а является результатом ее тонкой подстройки с самого начала. «Сильный» антропный принцип утверждает, что тонкая подстройка Вселенной осуществлялась для того, чтобы на некотором этапе ее становления во Вселенной появился *наблюдатель*. Под обобщенным понятием «наблюдатель» понимается человечество. Очевидно, что если обе – слабая и сильная – формулировки антропного принципа верны, то *во Вселенной присутствует Творческое Начало*. Творческое Начало можно рассматривать как новую, ранее неизвестную в науке сущность реальности, а утверждение о его присутствии во Вселенной – как новый фундаментальный принцип. Такую «сверхсильную» формулировку можно рассматривать как *фундаментальный антропный принцип*, с помощью которого впервые за всю историю развития науки рациональным и непротиворечивым образом в науку введена роль Творца [2].

Библиографические ссылки

1. Картер Б. Совпадение больших чисел и антропологический принцип в космологии // Космология. Теория и наблюдения : сб. М. : Мир, 1978. С. 369–380.
2. Жереб В. П., Снежко А. А., Ивасев С. С. Концепции современного естествознания ; СибГАУ. Красноярск, 2009. 132 с.

© Курбанова Д. О., 2013

УДК 669.713.7

Е. Н. Мандрусак
Научный руководитель – В. П. Жереб
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РОЛЬ НАУЧНОГО ЗНАНИЯ В РАЗРЕШЕНИИ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА

Показано, что глобальные проблемы человечества по своей природе, масштабу влияния и последствиям допускают их разрешения в общем виде только научным путем – с помощью дедуктивной теории соответствующего уровня общности.

Под глобальными проблемами современности следует понимать совокупность проблем, от решения которых зависит дальнейшее существование цивили-

зации. Глобальность этих проблем проявляется в том, что, с одной стороны, эти проблемы касаются всего человечества и нет ни одного государства и ни одного

этноса, которые могли бы их избежать, с другой стороны, неразрешение этих проблем приведет к гибели всего человечества.

Компьютерное моделирование, выполненное исследовательской группой под руководством Д. Медоуза в рамках первого проекта Римского Клуба «Сложное положение человечества» [1] показало, что, если сохраняться сложившиеся во второй половине XX века тенденции в мировой экономике, то одним из результатов изменения ее состояния будет сокращение почти на треть численности населения мира. Из общей биологии известно, что если размер популяции какого-либо вида биосферы сокращается на одну треть в пределах одного поколения, то популяция может не восстановить свою численность и оказывается на грани исчезновения. Именно эта, кроме всего прочего, опасность грозит человечеству.

Поиск недраматических сценариев развития мирового хозяйства с использованием компьютерного моделирования показал, что технического или технологического решения этой проблемы не существует. Иными словами, нет возможности избежать катастрофы только за счет поиска новых сберегающих технологий и новых технических решений. Но в [1] было показано, что *избежать катастрофического будущего можно только при условии смены критериев прогресса, критериев цивилизации.*

Анализ сложившихся к настоящему времени мировых тенденций показывает, что вся деятельность современной цивилизации ориентирована на удовлетворение человеческих потребностей. Именно поэтому у философов современная цивилизация называется *потребительской цивилизацией*. Смена критериев прогресса означает, что показатели прямого, количественного роста необходимо дополнить критериями, отражающими *повышение устойчивости человечества*.

Полноценное решение глобальных проблем человечества научным путем становится возможным только после того, когда будет решена основная проблема, связанная с построением фундаментальной научной теории – будет определен адекватный человечеству абстрактный объект теории и характеристики его состояния [2].

Библиографические ссылки

1. Медоуз Д. Х., Медоуз Д. Л., Рэндерс Й., Беренс В. В. *Пределы роста. Сложное положение человечества*. М. : Изд-во МГУ, 1991. 208 с.
2. Жереб В. П., Снежко А. А., Ивасев С. С. *Концепции современного естествознания* ; СибГАУ. Красноярск, 2009. 121 с.

© Мандрусяк Е. Н., 2013

УДК 669.713.7

Н. Н. Пугачёв

Научный руководитель – В. П. Жереб

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

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА ЛОГИЧЕСКИХ ОСНОВАНИЙ В ДЕДУКТИВНЫХ ТЕОРИЯХ ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ

Показано, что логические основания научной теории составляют закономерности, обладающие не только максимальным уровнем общности, но и, прежде всего, очевидные по своей природе.

Наука ставит своей целью установление причинно-следственных закономерностей, которые можно представить в абстрактной аналитической форме как $y = f(x)$, где аргумент x выступает в качестве причины, а функция состояния системы y – в качестве следствия. В наиболее развитой и продуктивной форме эти закономерности выражаются в научных теориях – дедуктивных логических конструкциях, состоящих из трех обязательных составляющих: логического освоения, логических средств получения из них следствий и иметь обязательную эмпирическую проверку полученных следствий. Рассмотрим их подробнее.

1. Теория должна иметь *безупречное логическое основание*, т. е. опираться на ограниченное число фундаментальных закономерностей – аксиом, постулатов, фундаментальных законов или фундаментальных принципов. Особенностью логического основания любой общности является его очевидность, не требующая доказательств. Это означает, что все научные теории по своей природе *аксиоматичны*.

2. Теория должна иметь логические средства (особый «язык», чаще всего математической формы), с помощью которых из закономерностей высокого уровня общности (логического фундамента) можно получить весь набор возможных частных следствий.

Обычный язык человеческого общения не всегда удовлетворяет требованию логической непротиворечивости. Обеспечить логически непротиворечивое получение частных следствий из некоторого ограниченного числа фундаментальных положений с помощью обычного литературного языка бывает затруднительно, например, из-за его метафоричности и большого числа синонимов, нередко порождающих некоторую неопределенность или многозначность понятий. Поэтому в науке утвердился особый способ перехода от общего к частному посредством математических доказательств. Только адекватный математический аппарат может в полной мере обеспечить научной теории *внутреннюю логическую непротиворечивость*: логическое единство между фундаментом и

любым положением теории, а также всеми следствиями из него. Вот почему часто математику рассматривают как особый язык науки, исключаящий внутреннюю противоречивость теории. Выявление логического несоответствия или противоречия ставит под сомнение всю теорию и требует либо скорейшего его устранения (если это возможно), либо вообще отказа от теории.

3. Любые следствия теории должны *получить эмпирическую проверку* – во всех случаях соответствовать, в пределах погрешности наблюдения, экспериментальным результатам или результатам наблюдений.

Если третья условие – требование эмпирической проверки следствий – в силу каких-то объективных причин не может быть (пока) выполнено, но первое и второе условия выполняются, то такая логическая конструкция является *гипотезой*. После выполнения эмпирической проверки следствий гипотеза, в зависимости от результатов наблюдений и (или) экспериментов, либо переходит в статус теории, либо отбрасывается как несостоятельная.

Основой для построения таких логических обобщений являются закономерности причинно-следственных отношений, в зависимости от уровня общности, представляющиеся в форме аксиом или постулатов, которые либо очевидны и не требуют доказательств, либо являются обобщением всего жизненного опыта человечества, а также фундаментальных законов и фундаментальных принципов. Такой метод построения научной теории, когда в ее основу кладутся некоторые фундаментальные положения, из которых все остальные утверждения этой теории должны выводиться чисто логическим путем, посредством доказательств, называется *аксиоматическим методом*, а все научные теории являются по своей природе *аксиоматическими*.

Аксиома (от греч. удостоенное, принятое положение) – исходное положение научной теории, представляющее собой утверждение, принимаемое без логического доказательства в силу непосредственной убедительности, очевидности. Например, очевидность аксиомы о непересечении двух параллельных прямых, с которой знакомятся ученики старших классов средней школы, когда начинают изучать геометрию, не вызывает сомнения потому, что вытекает из определения параллельности прямых.

Постулат (от лат. *postulatum* – требование) иногда рассматривают как синоним аксиомы. Однако чаще всего постулатом называют такое исходное положение теории, которое является обобщением всего жизненного опыта человечества. Например, известный из

курса физики средней школы первый постулат Н. Бора «Электрон, находясь на стационарной орбите, не излучает и не поглощает энергию» констатирует наблюдаемую в реальности устойчивость стационарного состояния атома водорода.

Фундаментальный закон – форма обобщения закономерности причинно-следственных отношений в отдельной области знания или ее раздела, которая образует логическую основу теоретических представлений в ней. Например, закон сохранения полной механической энергии является одним из фундаментальных законов классической механики, а закон постоянства состава химического соединения является фундаментальным законом химии.

Фундаментальный принцип – самый общий, *сущностный уровень* обобщения закономерностей причинно-следственных отношений, распространяющийся на всю реальность и лежащий в основе всего познания. В науке фундаментальный принцип имеет наддисциплинарный характер (т. е. относится не только к физике, химии и другим областям знания, но и ко всей реальности в целом) и ложится в основу всего процесса познания. Фундаментальные принципы выражают самые общие – сущностные отношения реальности, т. е. выделяют в реальности сущности, упомянутые в принципе Оккама, и характеризуют связанные с ними закономерности, что превращает их в логический фундамент моделей реальности.

Требование очевидности закономерностей, составляющих логический фундамент теории играет важнейшую роль в формировании всех получаемых с помощью этой теории результатов. Кроме того, неочевидность логических оснований является одним из критериев нетеоретичности и ненаучности любых, даже весьма интеллектуально изощренных и остроумных логических конструкций. Так, отвечающая, казалось, всем требованиям научной теории, астрология является лженаукой, прежде всего потому, что строится на явно неочевидном утверждении, что в момент рождения человека, расположение звезд на небосводе определяет всю его дальнейшую судьбу.

Библиографические ссылки

1. Медоуз Д. Х., Медоуз Д. Л., Рэндерс Й., Беренс В. В. *Пределы роста. Сложное положение человечества*. М. : Изд-во МГУ, 1991. 208 с.
2. Жереб В. П., Снежко А. А., Ивасев С. С. *Концепции современного естествознания* ; СибГАУ. Красноярск, 2009. 121 с.

© Пугачёв Н. Н., 2013

УДК 1 (075.8)

Е. С. Агеева

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

ДИАЛЕКТИЧЕСКИЙ КОСМОС В ФИЛОСОФИИ АРИСТОТЕЛЯ

Рассматриваются диалектические основания в представлениях о космосе на примере философии Аристотеля.

Идея всеобщей связи, на которой основывается диалектическая методология, была сформулирована ни одну тысячу лет назад. Однако она не получала должного развития. И в настоящее время обращение к диалектической основе мироустройства представляет собой важнейший шаг на пути решения многих глобальных проблем.

Сегодня в эпоху глобализации многих процессов, идея всеобщей связи и единства мира приобретает невероятную актуальность. Космос во все времена рассматривался как источник гармонии, прообраз совершенства. И в этой связи представляет актуальность изучение именно диалектических представлений о космосе. Сегодня мы вступили в эпоху активного освоения космоса, и если человечество осознает простую мысль о том, что Вселенная это не только скопление звёзд, но это, прежде всего, единство человека и космоса, то мы сможем продвинуться далеко вперёд в вопросах сохранения жизни человечества. Целью нашей работы является раскрытие особенностей диалектической концепции космоса Аристотеля.

Идеи всеобщей связи, единства мира содержится уже в мифологических представлениях о мире. В них человек и вся окружающая его природа в целом представлялись двумя устремленными друг к другу живыми существами. Так первобытные люди считали, что Млечный Путь – это дорога, устланная соломинками, выпавшими из мешков небесных жителей, везущих их на телеге [1, с. 9]. Во многих культурах присутствует идея мирового древа, которое является прообразом единства Вселенной (макрокосмоса) и Человека (микрокосмоса). При этом структура дерева включала уже тогда множество противоположностей, которые представлялись как единое целое: верх-низ, небо-земля, огонь-влага, день-ночь, благоприятное и неблагоприятное время года. По существу, такие прообразы об устройстве Вселенной представляли собой совершенную картину мира, где всё взаимообусловлено, все взаимосвязано.

В дальнейшем идея совершенства станет основой формирования и развития диалектической методологии. Аристотель развивал идею совершенства на примере упорядоченности, гармоничности элементов космоса. Ведь гармония и есть упорядоченность, совершенство. Он раскрыл понятие совершенного:

«Законченным, или совершенным..., называется то, вне чего нельзя найти хотя бы одну его часть...» [2, с. 128]. По убеждению Аристотеля, гармония элементов космоса означает завершенность этих элементов друг в друге. Аристотель так же сформулировал и важное определение гармонии. Он пишет: «Говоря о гармонии, мы имеем в виду два ее значения: во-первых, гармония в собственном смысле есть сочетание величин, которые так прилажены друг к другу, что больше уже не могут принять в себя ничего; во-вторых, гармония есть соотношение частей, составляющих смесь...» [2, с. 128].

О возникновении космоса великий философ говорит, что он появился в результате перехода некоторых элементов из одного состояния в другое. Если бы эти элементы всегда находились в одном состоянии, а в другом находиться не могли, то космос и не возник бы [3, С. 294]. Другими словами, Аристотель основывается в своих размышлениях на принцип развития и идею перехода количественных изменений в качественные, которые через многие столетия будут оформлены в соответствующий закон диалектики. Всеобщую связь явлений он заметил в затмениях. Ведь они возникают только тогда, когда Земля оказывается между Луной и Солнцем. Также в диалектичное противоречие вступают как движение, вес, так и появление и исчезновение.

В своих представлениях о совершенном космосе Аристотель основывается на модели космоса Евдокса, но он значительно усовершенствовал эту концепцию, внося в неё диалектические основания. У Евдокса лишь одна сфера каждой планеты вращается с востока на запад, а остальные три – с запада на восток. Аристотель дополнил эту картину мира тремя внутренними сферами для каждой планеты, которые были противодействующими трем уже существовавшим сферам. Благодаря этому нововведению, по направлению к Земле, на каждую последующую планету действовало лишь суточное вращение.

Кроме этого в системе космоса Аристотеля существовало восемь так называемых небес, которые передавали свое движение друг другу. К этим небесам были прикреплены, известные в то время, планеты. В каждом из них насчитывалось семь сфер, движущих данную планету. На восьмом небе были неподвижно закреплены все звезды.

Для Аристотеля Вселенная состоит из четырех обычных элементов (земли, воды, воздуха и огня) и пятого – небесного – эфира. Эти элементы представляют собой ряд сфер, вращающихся вокруг Земли. При этом сферы вращаются вокруг своей оси с различными, но постоянными скоростями. Ось каждой внутренней сферы упиралась в следующую сферу, и все они были наклонены друг к другу под определенным углом. По Аристотелю, первопричиной всего этого движения является «первый двигатель» – особая вращающаяся сфера, расположенная за сферой «неподвижных звезд», которая и приводит в движение все остальное. Земля занимала центральное место и над ней последовательно располагаются оболочки воды, воздуха, огня, эфира и перводвигателя.

Таким образом, можно сказать, что ничто не существует как отдельный цельный объект. Все, что есть

во Вселенной, состоит из мельчайших частиц, которые составляют одно целое. Каждая такая частица в совокупности с другими частицами подчиняется единым принципам и законам диалектики.

Библиографические ссылки

1. Турсунов А. Человек и мироздание. Взгляд науки и религии. М.: Советская Россия, 1986. 208 с.
2. Чуринов Н. М. Древнегреческая философия как протофилософия права // Теория и история. 2011. № 2 (20).
3. Аристотель. О небе // Сочинения. В 4-х т. Т. 3. Кн. 1 : пер.: Н. В. Брагинской, Т. А. Миллер, А. В. Лебедева, В. П. Карпова, П. Д. Рожанский, М.: Мысль, 1981. 613 с.

© Агеева Е. С., 2013

УДК 159.9.07

Д. А. Бастрикин, В. В. Фомина
Научный руководитель – И. И. Валишина
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

НАРРАТИВНЫЕ СХЕМЫ И КУЛЬТУРНЫЕ СМЫСЛЫ КОСМОСА

Рассматривается нарративный подход с позиции западной философии, то есть принципа антропоцентризма и дуализма. Однако, нужно понимать, что понятие нарратива ещё молодо и развивается, поэтому нарративный подход также может быть рассмотрен с позиции русских философов – принципа единства противоположностей.

Актуальность темы исследования определяется в значительной степени ролью коммуникации в формировании человека в современном обществе. Нарратив как механизм коммуникации рассматривается в качестве стержневого способа общения между людьми и как методологический подход в процессе познания, включая познание космоса.

Новизна исследования показать, что нарративный подход является в современном западном понимании формой номиналистского философско-методологического теоретизирования.

Цель работы исследование космоса с позиции нарративного подхода, и рассмотрение нарратива с позиции антропоцентризма.

В XX веке зарубежный философ и исследователь науки Карл Поппер предложил выделить методологический эссенциализм (реализм) и методологический номинализм. Тем самым он показал, что западная философско-методологическая традиция теоретизирования предполагает неоднородность науки в соответствии с реалистской философско-методологическим основанием и номиналистским философско-методологическим основанием. Но с другой стороны эти методологические традиции имеют общее философское основание: принцип дуализма и принцип антропоцентризма [1].

Одним из современных номиналистских теоретико-методологическим подходом является нарративный подход. Его основателем является Майкл Уайт.

Данный подход ассоциируется с идеями постмодернизма, а именно идеями Мишеля Фуко – «Знание и власть», идеями феминизма, идеями Жана Лиотара – «Языковые игры», а также идеи Льва Выгодского – «Взаимосвязь мышления и речи у детей»...

Основная идея человек – автор своей жизни, не открывает, а создает, конструируется, поэтому нет истины, следовательно, нет экспериментов и теорий.

Нарратив – это повествование, история или рассказ, созданный людьми для описания и организации их опыта и способа их жизни, которое отражает определенные психологические структуры и эмоциональные состояния.

Как мы видим, нарративный подход направлен на описание, повествование, но не занимается поиском истины. Из его высказывания можно сделать вывод, что философско-методологическая традиция нарратива основана на принципе антропоцентризма, в нашем исследовании космоса поиск смыслов. Нарратив рассматривает космос как паутину смыслов, а ее анализ не как экспериментальный, нацеленный на поиск закона, а как диалогический, понимающий интерактивный предлагающий поиск значений и раскрытие социальных механизмов формирующих человеческий опыт.

По мнению Брокмейера, нарративный подход реализуется через автобиографию, воспоминания, идентификацию.

В автобиографическом произведении комбинируются зачастую самые разные фигуры и слои времени

и реальности, включая космические реальности. Мы обнаруживаем всевозможные расщепления, кадры из прошлого, озарения будущего, ассоциации, совпадения, пересечения; нам открывается многообразие версий времени и космической реальности в частности в их моральной ценности — мир возможностей и воображаемого, проектируемый из будущего в прошлое и из прошлого в будущее, сплошь и рядом существующий, по выражению историка Райнхарта Козеллека, и при этом все это происходит, собственно, в настоящем, а именно в настоящем разговора об этом, то есть здесь и сейчас [2].

Существуют не так много автобиографичных произведений, связанных с космосом. Нам хотелось бы обратить внимание на произведения героя Советского Союза и второго советского человека в космосе Германа Титова.

В частности он вспоминает встречу с Юрием Алексеевичем Гагариным после его первого полета в космос:

«Мы слушали и ловили каждое его слово, зная, что рано или поздно каждому из нас придется все это испытать. И Юрий Алексеевич подробно рассказал нам о своих ощущениях при нарастании перегрузок, высказал свое мнение о том, как вести себя на первом этапе полета, как распределять внимание в этот период, на что обращать основное внимание при выходе на орбиту, при посадке и т. д. Нас особенно интересовал рассказ о невесомости. Ведь Юрий Гагарин первый из людей по-настоящему, в течение почти полутора часов испытал состояние невесомости» [3].

Этот отрывок из произведения «Первый космонавт планеты» показывает, насколько важен сам нарратив даже для космонавтов о представлении о космосе. Ведь именно с помощью нарратива Юрий Алексеевич Гагарин передавал свои ощущения, свои впечатления и своё восприятие космоса, делая их, соучастниками событий.

Так же хотелось бы взять произведение, записанное со слов Нила Армстронга — американского астронавта, первого человека, ступившего на поверхность Луны.

«Не знаю, доказал ли я это всем, но я точно доказал это себе: мы не прикованы к этой планете.

Я очень хорошо помню это жуткое чувство: та маленькая голубая горошина — это Земля. Черт. Я поднял

большой палец и зажмурил один глаз. Земля целиком исчезла за моим пальцем. Наверное, можно подумать, что я чувствовал себя как гигант. Нет, я чувствовал себя маленьким-маленьким-маленьким» [4].

В произведении «Правила жизни» Нила Армстронга можно проследить, что основой нарратива космоса является человек — он сам, и его личностное восприятие.

Теоретики нарративного подхода, такие как его основатель Майкл Уайт, Брокмейер, Рома Харе и другие сходятся на том, что у нарратива должны быть начало и конец; необходима также определенная обстановка, где разворачиваются действия; Пространственной обстановкой в нарративах космоса и будет являться сам космос. В истории должен действовать хотя бы один человекоподобный персонаж, обладающий намерением — например, желанием достичь определенной цели, разрешить затруднение или избежать чего-либо. Цель служит критерием отбора событий, составляющих историю. Следовательно, можно сделать вывод, что субъект познания ориентируется на принцип антропоцентризма.

Культурные смыслы нарратива зависят от той культуры, в которой субъект познания реализует себя. Нарратив можно использовать в воспитательных целях — внимательный подбор литературы, рекламы, кинематографа для воспитания и развития детей. С позиции западных философов, нарратив носит характер антропоцентризма, но с позиции русской философии, нарратив может рассматриваться с позиции взаимопомощи, с позиции единства противоположностей.

Библиографические ссылки

1. Поппер К. *Открытое общество и его враги. Т. 1: Чары Платона* : пер. с англ. под ред. В. Н. Садовского. М. : Феникс ; Междунар. фонд «Культурная инициатива», 1992.
2. Koselleck R. *Futures Past: On the Semantics of Historical Time*. Cambridge, 1985.
3. Титов Г. С. *Первый космонавт планеты*. М. : Знание, 1971.
4. Армстронг Н. *Записали доктор Стивен Амброс и доктор Дуглас Бринкли. Правила жизни* // *Esquire*, 2012.

© Бастрикин Д. А., Фомина В. В., 2013

УДК 167.2

А. А. Достова

Научный руководитель — И. И. Валишина

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

ПРОБЛЕМА ДОСТИЖЕНИЯ СВЕРХСВЕТОВОЙ СКОРОСТИ С ПОЗИЦИИ НАБЛЮДАТЕЛЯ

Данная статья рассматривает значение наблюдателя в современной физике на примере актуальной проблемы космонавтики — проблемы достижения сверхсветовой скорости.

Рассматривается актуальная на сегодняшний день проблема космонавтики, проблема возможности сверхсветового перемещения. В специальной теории

относительности частица, летящая быстрее света в одной системе отсчета, движется обратно во времени в другой системе отсчета. Сверхсветовое перемеще-

ние или передача информации давали бы возможность путешествия или отправки сообщения в прошлое. Это очень серьёзный аргумент против возможности сверхсветового перемещения. Правда остаётся почти неправдоподобная вероятность, что возможны какие-то ограниченные сверхсветовые перемещения, не допускающие возвращения в прошлое. Или, может быть, путешествия во времени возможны, но причинно-следственная связь нарушается каким-то непротиворечивым образом.

Цель данной работы заключается в рассмотрении значимости позиции наблюдателя в современной физике на примере сверхсветового перемещения.

В процессе познания наблюдатель, с одной стороны, должен иметь математический склад ума, должен уметь составлять математические конструкции из чисел. С другой стороны, наблюдатель должен видеть, слышать, ощущать происходящие процессы и сообщать о результатах своего чувственного опыта другому наблюдателю. И эти два принципиально разных подхода должны сочетаться воедино в наблюдателе.

В настоящее время, наблюдатель не является по-старому естествоиспытателем, он не испытывает природу, не ставит ее в ситуацию допроса, не «подглядывает» за всеми происходящими вокруг него процессами, не вмешиваясь в них. Сейчас наблюдатель - это не допрашивающее начало, познающее, наблюдатель, который соединяет свой опыт со знаниями, ум с мудростью, который представляет природу в виде равноправного партнера по диалогу. Сейчас, наблюдатель, это, прежде всего, собеседник.

Джордж Беркли сказал, существовать — значит быть воспринятым. То есть, наблюдая за окружающим нас миром, мы сами его создаем. Из этого следует, что фигура наблюдателя неотделима от объекта наблюдения. Так как люди сами являются частью познаваемого мира, следовательно, познавая мир, мы делаем его «человечным». Поэтому, позиция наблюдателя развивается сейчас в сторону наиболее глубокого понимания человеческой природы. Ведь не зная наблюдателя, творца, мы не в состоянии дальше изучать этот мир.

Особая роль наблюдателя в физическом познании обычно связывается со специальной теорией относительности. Под релятивистскими эффектами понимаются проявления при высоких скоростях действия принципа относительности, который подразумевает, что разные наблюдатели получают различные результаты измерений. Альберт Эйнштейн в специальной теории относительности активно пользуется понятием «наблюдатель», это и является отличительной чертой от других теорий, рассматривающих физические явления безотносительно разума.

Если касаться сверхсветового движения, хотя достичь скорости света для материального тела невозможно, существование объектов, движущихся по отношению к наблюдателю со сверхсветовой скоростью, формально не запрещено. Такие объекты будут ненаблюдаемы наблюдателем, но по отношению друг к другу их скорость не будет превышать скорость света, и они образуют как бы отделенное от наблюдателя

множество объектов, причем взаимоотношения двух полученных таким образом множеств симметричны.

В теории относительности есть такое понятие, как мировая линия — кривая в пространстве-времени, описывающая движение объекта, геометрическое место всех событий существования объекта. Если мировая линия пространственноподобная, то она описывает движение быстрее света. Следовательно, в теории относительности смысл сверхсветовой скорости понятен, и он не зависит от наблюдателя.

Но что именно можно назвать объектом? Можно было бы определить объект, как нечто несущее энергию или заряд, спин, информацию. Но каждое из этих определений не абсолютно.

При определении, что такое перемещение, также возникает некоторая трудность. Она состоит в том, что мы должны знать, что первоначальный объект, который мы видели до перемещения со сверхсветовой скоростью через некоторый барьер, и объект, который мы видим после перемещения, это один и тот же объект.

Альберт Эйнштейн вывел формулу для энергии частицы с массой покоя m_0 и скоростью v . Как известно, при приближении скорости частицы к скорости света, энергия стремится к бесконечности. Следовательно, частицы с ненулевой массой покоя нельзя разогнать до скорости света. Частицы, имеющие нулевую массу покоя, должны постоянно находиться в движении со скоростью c , иначе их энергия будет равна нулю. Возникает что-то вроде «светового барьера», преодоление которого непросто, потому что при приближении к световому барьеру не возникает никаких особых волн. Учитывая все выше сказанное, можно прийти к выводу о невозможности превышения скорости света средствами обычной механики. Но это не отвергает возможность сверхсветового перемещения, а говорит, что этим способом нельзя заставить объекты двигаться быстрее света.

Можно рассмотреть возможность, что какие-то частицы летят быстрее света. Их можно было бы использовать для передачи информации, если их можно обнаружить, не затормозив до досветовой скорости. Тахионы — это гипотетические частицы, локально перемещающиеся быстрее света. Для этого они должны иметь мнимую величину массы. При этом энергия и импульс тахиона — действительные величины. В теории тахионов есть проблемы: кроме возможного нарушения причинности, тахионы также делают вакуум нестабильным.

В теории относительности потенциально есть способы сверхсветового перемещения, но может оказаться, что практически они нереализуемы.

Как говорил Вольфганг Паули: «Я предполагаю, что наблюдатель в современной физике изолирован еще слишком сильно и физика будет отходить еще дальше от классических образов». Раньше казалось, что Паули прав, и в дальнейшем, развитие физики станет во многом связано с введением субъекта в структуру физического знания. Но это реализовалось лишь на какую-то долю, в основном, развитие физических теорий пошло в обратном направлении — к максимальному удалению субъекта, ввиду высокой

сложности доказательства на практике современных физических теорий.

Библиографические ссылки

1. Гейзенберг В. Физика и философия. Часть и целое. М., 1989. 400 с.

2. Хокинг С., Млодинов Л. Кратчайшая история времени. СПб., 2006. 268 с.

3. Голубев А. Н. Возможна ли сверхсветовая скорость? // Наука и жизнь. 2001. № 2.

© Достова А. А., 2013

УДК 323:355.01

А. А. Карась

Научный руководитель – Н. А. Сигида

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

ГУМАНИЗМ И КОСМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

Рассматривается понятие гуманизма, а также связь между гуманизмом и космической политикой.

В последнее время, я довольно часто слышу в речи людей о таком понятии как «гуманизм». Но какой смысл заключает в себе понятие гуманизма, кто является его создателем, какую роль оно играет в жизни человека?

Понятие гуманизма является многозначным и расплывчатым. Кропотливый лексикографический анализ термина «гуманизм» осуществил В. А. Рыбин. Он выделил два основных значения «гуманизма»: 1) как мировоззрение (системы воззрений, идей); 2) как отношение к людям. В. А. Рыбин выделил следующие основные мировоззрения:

«–исключительная ценность человека как для общества, так и для самого себя:

- человек имеет право на счастье;
- человек имеет право на свободное и ответственное участие в жизни общества и в своей собственной жизни;

– суть общественных отношений заключается, с одной стороны в максимальном удовлетворении материальных и духовных благ человека, а с другой – в создании условий для развития и проявления его положительных способностей» и т. д. [3].

Таким образом, ученый под гуманизмом понимает «тип мировоззрения, утверждающий исключительную цель и ценность человека как для общества, так и для самого себя» [4, с. 37].

Идеи гуманизма имеют длительную предысторию. Мотивы человечности, человеколюбия, мечты о счастье и справедливости можно обнаружить в произведениях устного народного творчества, в литературе, нравственно-философских и религиозных концепциях различных народов, начиная с глубокой древности и, продолжаясь, по сей день. Впервые система взглядов гуманизма формируется в эпоху Возрождения. В это время гуманизм становится неким ориентиром в сознании людей. Создание гуманизма служило способом защиты людей от феодальной идеологии, религиозной догматики и духовной диктатуры церкви.

Реализация принципов гуманизма осуществляется, в том числе и политическими средствами. Политика как особая форма жизнедеятельности людей по поводу власти использует различные ресурсы в достиже-

нии определенной цели, в том числе и внедрением своих принципов гуманизма в общество, с которым идет противоборство.

Мы предлагаем под гуманизмом понимать политическую деятельность субъектов по реализации своих стандартов: свободы слова, свободы деятельности, свободы личности, свободы вероисповедования и т. д. Эти стандарты присущи Западному (индивидуалистическому) обществу.

На мой взгляд, социалистическому обществу СССР, нынешней России, ближе понятие добродетели, нежели гуманизма. Ожегов Е. И. под добродетелью понимает «положительное нравственное качество, высокая нравственность» [2, с. 169].

Добродетелью В. Даль считает «доблесть всякое похвальное качество души, деятельное стремление к добру, к избеганию зла» [1, с. 444].

В моем понимании добродетель – это способность совершать добро, при этом, не ожидая благодарности в ответ.

Когда-то, на мой взгляд, понятие гуманизма и добродетели были близки. В настоящее время разница между понятием гуманизма и добродетелью состоит в том, что гуманизм в большой степени защищает интересы, свободу и ценности индивида, хотя одно из определений гуманизма трактуется следующим образом: «гуманность, человечность в общественной деятельности, в отношениях к людям» [2, с. 149].

А добродетельность в первую очередь направлена на совершение безвозмездного добра для кого-либо, как для какого-либо отдельного человека, так и для всего общества в целом. В античной философии также было широко распространено и применимо понятие добродетели. Так, древнегреческие ученые Сократ, Пифагор, Платон, Аристотель под «добродетелью» понимали лучшие нравственные качества человека.

В последнее время понятие гуманизма и добродетели часто переплетаются. Западные страны пытаются навязать свои принципы, устои русскому народу при помощи фильмов, различных публикаций, всевозможных действий в политике и т. п. Так, Н. М. Чуринов считает, что западная наука об обще-

стве и западная наука о природе, которая посвящена делу покорения природы и общества, чужда и опасна для нас, то есть для русского народа. Но и не только для нас, а также для человечества в целом, о чем выражено свидетельствуют, например, так называемые глобальные проблемы современности [5, с. 476].

В связи с вышесказанным, я считаю, что нужно позволять воздействовать и функционировать данным понятиям в пределах той политической системы, где они, а именно гуманизм и добродетель, впервые были введены в оборот.

Хотелось бы еще раз напомнить, что реализация принципов гуманизма осуществляется и при помощи политики. Не исключением является и космос, он является некой ареной, где различные политические системы внедряют свои стандарты.

Так, например, между двумя сверхдержавами СССР – социалистического общества и США – капиталистического общества, шла стремительная борьба за освоение космического пространства. Первенство в освоении космического пространства, расценивалось как доказательство преимущества той или иной политической системы.

В ходе этой борьбы СССР был запущен на орбиту 4 октября 1957 года первый в мире искусственный спутник Земли под названием «Простейший спутник – 1», а уже 12 апреля 1961 года в космос был отправлен человек – Гагарин Юрий Алексеевич. В противовес успехам СССР, США первыми ступили на Луну.

Также в освоении космического пространства кроме мужского начала, немаловажное значение приобрело и женское начало. Так, 16–19 июня 1963 года в космос СССР была отправлена женщина – В. В. Терешкова. Данное событие являлось неким доказательством равноправия, что подчеркивало преимущество той или иной политической системы.

В настоящее время борьба прошлых лет продолжается, по сей день и в более опасной форме, чем когда-либо. Многие страны, в особенности, такие как

США, Китай и Индия активно изучают космическое пространство.

Например, США стремится укрепить власть в космосе за счет введения в законодательство документа, который гласил:

«Свобода действий в космосе так же важна для США, как мощь на море и в воздухе». Неужели это и есть проявление гуманизма? В настоящее время, на мой взгляд, понятие гуманизма носит искаженный оттенок. Политическая элита использует космос для удовлетворения своих нужд в политике и не только, а не для нужд всего человечества.

Несмотря на примеры проявления сотрудничества в исследовании космоса

(Меж. Космич. станция), совместные запуски космических кораблей с научной аппаратурой и т. д. Государства не раскрывают в полной мере свои технологии в создании космической техники.

Таким образом, гуманистическая деятельность в области освоения космического пространства преследует цели доказать преимущества того или иного государства. Выбранные стратегии политических систем несут угрозу любой жизни на Земле, вплоть до ее уничтожения.

Библиографические ссылки

1. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4 т. Т. 1: А–З. М. : Русский язык. 1978. 699 с.
2. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. 4-е изд. М. : РАН ; Азбуковник, 1997. 944 с.
3. Рыбин В. А. Гуманизм: опыт философского осмысления // Высшее образование сегодня. 2004. № 10.
4. Рыбин В. А. Нравственно-гуманистическая педагогика Нового времени. М. : Логос, 2006. 456 с.
5. Чуринов Н. М. Совершенство и свобода. Новосибирск : СО РАН, 2006. 712 с.

© Карась А. А., 2013

УДК 140.8

Я. С. Ковалева

Научный руководитель – И. И. Валишина

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

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ДЕОНТОЛОГИЧЕСКОГО АСПЕКТА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ МИРОВОЗЗРЕНИИ СТУДЕНТА АЭРОКОСМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ТЕХНИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Эта статья о проблеме формирования деонтологического аспекта в профессиональном мировоззрении студента. Она помогает выявить знания философско-методологических оснований, таких как принцип единства мира и антропоцентризма.

Проблема влияния профессии на личность периодически возникает в фокусе внимания исследователей, но до настоящего времени остается актуальной и недостаточно разработанной. Об этом писали еще древние философы, но особенно часто эта пробле-

ма обсуждалась в конце XIX и начале XX века, когда в основном уже отпочковались от философии все основные отрасли науки со своими предметами исследований, понятиями и терминологическими аппаратами, средствами познания окружающего мира.

Объектом исследования является личность. Предметом исследования являются деонтологические отношения между субъектно-профессиональной стороной личности и субъективно-психологической стороной личности. Эта проблема является актуальной, так как в современном мире она развивается активнее, в связи с тем, что основной упор в учебных заведениях идет на формирование профессионально-субъектной стороны, то есть приобретение навыков, знаний и компетенции по определенной специальности аэрокосмического университета. Областью применения является составление программ и методических пособий по философии. Эту проблему и раньше рассматривали с разных аспектов, но новизна полученных сведений рассматривает эту проблему с точки зрения философско-методологических оснований формирования мировоззрения, основаниями которой являются принципы антропоцентризма и единства противоположностей.

Из этики и деонтологии (учения о должном, как о требованиях нравственности, которые выступают в форме предписаний) известно, что морально-этические нормы представляют собой очень мощные регуляторы всей жизнедеятельности личности. Это справедливо как для норм общей этики, так и для отдельного ее раздела – трудовой морали, которая призвана ориентировать людей в более узкой сфере трудовых взаимоотношений. В еще более узкой области – в профессиональной деятельности – функционируют так называемые нормы профессиональной этики и деонтологии.

В профессиональной сфере личность проявляет себя как субъект деятельности и как субъективно ориентированная личность. Эти стороны противоположны и поэтому вступают в противоречие. Данное противоречие можно и необходимо анализировать с позиции философско-методологических фундаментальных принципов, которые мы указали. Философия может помочь выделить философско-методологические основания формирования и развития мировоззрения личности, следовательно, студенты получают знания о типах мировоззрения по философско-методологическим основаниям, что дает возможность ориентироваться и в типах противоречий между субъектной и субъективной стороной своей личности. Каждое из типов мировоззрения предполагает свою модель профессионального мировоззрения, следовательно, его реализацию деонтологического аспекта в профессиональной деятельности.

Проанализируем эту проблему, используя принцип антропоцентризма. В соответствии с этим принципом можно выделить два типа профессионального мировоззрения, такие как номиналистский и реалистский тип профессионального мировоззрения. Личность с номиналистским профессиональным мировоззрением исходит из убежденности, что никаких идей, священных, сакральных реальностей самих по себе не существует, что есть лишь мир материальных вещей, и человеческий рассудок конструирует на основании наблюдения за ними некое представление о мире [1 с. 212]. Выстраивает свои стабильные отношения на основе общего договора. Личность с реалистским профессиональным мировоззрением стремится к реализации общепринятых норм, ее деятельность носит консервативный характер.

В соответствии с принципом единства противоположности личность видит свои слабые и сильные стороны, так же единство общественного и индивидуального. Она осмысливает себя, как часть целого и в тоже время имеет свою индивидуальность и проявляет ее, влияя тем самым на профессиональную деятельность социальной организации.

Современная техническая деонтология изучает следующие основные разделы профессиональной этики в зависимости от субъект-предметных отношений:

- 1) технический работник – клиент;
- 2) технический работник и общество, государство, право;
- 3) технический работник и коллеги, коллектив предприятия;
- 4) технический работник и его отношение к самому себе, его самооценка, самоконтроль, самосознание, профессиональное самовоспитание [2, с. 132].

В этих отношениях могут проявляться различные формы профессионального мировоззрения, такие как номиналистская, реалистская и диалектическая формы мировоззрения, которые реализуют себя в соответствии со своими методами.

Библиографические ссылки

1. Дугин А. Г. *Философия политики*. М. : Аркогея, 2004. 424 с.
2. Безносков С. П. *Профессиональная деформация личности*. СПб. : Речь, 2004. 272 с.

© Ковалева Я. С., 2013

УДК 1 (075.8)

Н. Ю. Колтунов
Научный руководитель – И. С. Лысенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

СОВЕРШЕНСТВО ЧИСЛА В ФИЛОСОФИИ ПИФАГОРА

Раскрываются диалектические основания философии Пифагора на примере идеи совершенства числа.

Теорему Пифагора (VI в. до н. э.) о соотношении длин катетов и длины гипотенузы прямоугольного треугольника мы учим в школе. И мало кто знает, что Пифагор, прежде всего, выдающийся древнегреческий философ. Основу его математических открытий составляет именно философия и стремление ответить на её основной вопрос – что есть первооснова бытия, из чего всё состоит.

В философии Пифагор нередко изображается убеждённым идеалистом. Однако в его трудах существенную роль играет идея гармонии, совершенства, упорядоченности, в которой прослеживаются диалектические основания. Между тем идея упорядоченности, системности, единства мира в настоящее время представляет собой немалую актуальность. Нашей целью будет рассмотрение идеи совершенства числа в философии Пифагора, а задачей – рассмотрение диалектических оснований учения Пифагора о совершенстве числа.

Идея гармонии встречается ещё в текстах «Илиады» и «Одиссеи». Но только в древней Греции она подвергается философскому анализу. Гармония употребляется для обозначения мирового порядка. Это своего рода всеобщий закон, в соответствии с которым всё устроено. Так, Демокрит понимает гармонию как счастье, которое возможно благодаря правильно-му разграничению удовольствий. В образном виде представляет творение мира греческий философ Нумений. Он полагает, в основе существования материи гармония, дабы она не смогла «разболтаться и заблудиться».

В основе открытий великого Пифагора такие философские понятия как число, космос, гармония. Пифагорейцы исходили из своего главного тезиса о том, что «порядок и симметрия прекрасны и полезны, а беспорядок и асимметрия безобразны и вредны». «Все есть число» – его исходная позиция. [1, с. 26]. Следовательно, субстанцией является число, и оно же есть источник гармонии. Всё в космосе и на Земле подчинено числовой симметрии: день, ночь, времена года, всё циклично и при этом параметры любого небесного тела можно выразить в числах. Например, Земля обращается вокруг центрального огня в течение суток, солнечные затмения обусловлены прохождением Луны между Солнцем и Землей, а времен года объясняются наклоном земной орбиты по отношению к солнечной. Все на свете гармонично и, значит, симметрично. Другими словами космос есть абсолютно согласованное единое и нераздельное целое.

В основе совершенства числа концепции Пифагора диалектическая идея единства и борьбы противоположностей. Так, Пифагор выделяет нечетное и чет-

ное, четырехугольное и разностороннее, предел и беспредельное, единое и многое, мужское и женское, покоящееся и движущееся, светлое и темное, хорошее и дурное. Говоря о Пифагоре, его последователь Ямвлих приписывал ему мысль о том, что все смешано, и с землею огонь, и огонь с водой, и воздух с ними, и они с воздухом, и даже прекрасное с безобразным, и справедливое с несправедливым. Таким образом, Пифагор одним из первых развивает мысль о всеобщей связи явлений, о единстве мира.

Идея всеобщей связи, единства мира распространяли и на жизнь отдельного человека. Так Алкмеон Кротонский, представитель пифагорейской медицины, считал, что «здоровье – есть соразмерное смешение противоположных сил». Он считал, что сохраняет здоровье именно равновесие сил влажного, сухого, холодного, теплого, горького, сладкого и пр., а господство одного из них есть причина болезни.

Именно при Пифагоре появилась мысль, что от числа зависит не только характер и свойства вещей, но и все без исключения человеческие дела, слова, искусство и даже музыка. В этой связи существенное место в философии Пифагора занимала концепция единства макро- и микрокосмоса. Он считал, что есть постоянное взаимодействие между Большим Человеком (Вселенной) и человеком (малой Вселенной). Красота макрокосмоса - Вселенной, считали пифагорейцы, открывается лишь тому, кто ведет правильный, прекрасно устроенный образ жизни, т. е. кто в своем микрокосмосе поддерживает порядок и красоту. Число управляет и человеческими отношениями. Интересны размышления Пифагора о семье, мужчинах и женщинах с точки зрения совершенства числа. Пифагорейцы считали четные числа женскими, а нечетные мужскими. Нечетное число является оплодотворяющим и, если его сочетать с четным, оно всегда будет преобладать. Символ брака у пифагорейцев состоял из суммы мужского, нечетного числа три и женского, четного числа два. Брак - это пятерка, равная трем плюс два.

Идея совершенства числа хорошо выражена у Пифагора в его необыкновенно красивом учении о музыке Вселенной. Он занимался поисками музыкальной гармонии, поскольку верил в то, что музыкальная гармония необходима для очищения души и врачевания тела и способна помочь разгадать любую тайну. Пифагор полагал, что каждая планета, двигаясь с постоянной скоростью, проходит определенное расстояние, создавая звук. По мере того как расстояние планет от центра увеличивается, а вращение планет ускоряется, звук становится выше. Именно так Пифагор представлял себе музыку, которая звучит по всей

Вселенной. Пифагор считал планеты волшебными божествами, достойными поклонения и уважения человека. По его мнению, у каждого человека, как и у всех планет в космосе, есть собственная музыка – музыка его сфер.

Число «10» для выдающегося античного философа Пифагора символизировало гармонию Вселенной, «считалось совершенным числом. Десятка, будучи суммой первых четырех чисел ($1 + 2 + 3 + 4 = 10$), рассматривалась как символ полноты космоса. Единица есть выражение точки, двойка – линии и одномерного образа, тройка – плоскости и двумерного образа (плоских фигур), четверка – пирамиды, т. е. трехмерного образа (пространственных фигур). По убеждению Пифагора Вселенная состоит из 10 планет. Однако на тот момент были известны лишь 8 небесных тел, включая Солнце, которое рассматривалось Пифагором как планета, так же как и Луна. [2, с. 58] Для того чтобы дополнить до совершенного числа

количество небесных тел Пифагор вводит ещё 2 объекта: Антисемлю и Божественный Огонь, которые нельзя наблюдать с Земли.

Таким образом, в основе философии Пифагора такие диалектические идеи как идея всеобщей связи, идея единства мира, идея единства и борьбы противоположностей, благодаря которым создана концепция совершенства и гармонии числа, числовой симметрии Вселенной.

Библиографические ссылки

1. Спиркин А. Г. *Философия : учебник*. М. : Гардарики, 2001. 816 с.
2. Татаркевич В. *История философии: первый этап античной философии*. Пермь : Пермский ун-т, 2000. 482 с.

© Колтунов Н. Ю., 2013

УДК 323:355.01

Б. А. Литвинский

Научный руководитель – Н. А. Сигида

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

ВОЕННЫЙ ГУМАНИЗМ И КОСМОС: ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ

Рассмотрены проблемы толкования понятия «военный гуманизм», а также предложено значение, под которым следует понимать сущность этого термина. Выявлена и рассмотрена его непосредственная связь с политической сферой жизнедеятельности общества. На основе анализа военно-политической деятельности и технической оснащенности некоторых стран в космическом пространстве автор делает вывод о космосе, как о возможной арене боевых действий и сфере осуществления политических целей.

Мы живем в мире, где научно-технический прогресс достиг небывалых высот: мы смогли расщепить атом, управлять погодно-климатическими изменениями, полетели в космос, изобрели интернет и многое другое. Также подвергся изменению и военный сектор: были изобретены боевые ракеты разного радиуса действия, зенитные установки, биолого-химическое и ядерное оружие и т. п. И совершенно очевидно, что такая сила, направленная на человека, может без труда его уничтожить. Более того, на сегодняшний день в мире с новой силой вспыхнула бесконечная гонка вооружений, усилилась борьба принципов и мировоззрений запада и востока. Отсюда вытекает, что «свежий» термин «военный гуманизм» как никогда актуален в наше время. К тому же, малое количество научных трудов в этой области, говорит о недостаточной проработанности этой темы. Цель моей научной статьи: доказать значимость и актуальность данного термина, а также привести некую «новизну» в вопрос о кризисе военного гуманизма, то есть показать несостоятельность «нового военного гуманизма» под которым понимается бесчеловечность. Одной из моих задач является показать непосредственную связь военно-политической сферы с космическим пространством, а также возможность переноса театра военных действий в космос.

Прежде всего, хотелось бы сказать, что военный гуманизм возможен в обществе коллективистского типа, потому что военный гуманизм соответствует своей сути тогда, когда свобода в ходе боевой деятельности предполагает ответственность перед обществом за свой поступок, а ответственность присуща совершенной личности общества коллективистского типа. Однако сейчас военный гуманизм – это принцип жизнедеятельности западного индивидуалистического общества, где личные интересы, такие как личное обогащение, политическая власть, воинская слава, ставятся превыше общественных. Но в этом случае военный гуманизм переходит в качественно иное содержание именуемое военной добродетелью. Сущность этого понятия рассмотрим на примере рыцарства. Рыцарское движение, как пример военного гуманизма западноевропейского средневековья, исследовал в своей монографии «Рыцарство» французский ученый Филипп дю Пюи де Кленшан. Излагая различные виды рыцарского кодекса чести, который он сводит к религиозным, мирским и личным обязательствам, исследователь выделяет пять основных принципов, выдвинутых Г. Козном: «Повиновение Церкви и забота о ней; уважение ко всем и верность своим предводителям; щедрость по отношению к беднякам; смелость и сострадание в бою; помощь и содействие

слабым». Выполнение этих заповедей, созвучных с принципами гуманизма, вызывало в обществе уважение, поклонение и подражание рыцарям у представителей различных сословий [1, с. 83]. Как мы видим, военный гуманизм предполагает уважение и сострадание к противнику, верность своим ценностям, достижение общественных целей путем наименьших жертв. Таким образом, можно сформировать еще одно понятие военного гуманизма: «Военный гуманизм – это военная деятельность, осуществляемая на принципах гуманизма и направленная на достижение общественно-полезных целей».

В наши дни внедрение принципов военного гуманизма осуществляется с применением военного насилия, что говорит о том, что свободные субъекты, например государства, для достижения своих политических целей готовы использовать любые средства, невзирая на причиненный ущерб и дальнейшие последствия. Сущность понятия «военного насилия» отражена в работе Белькова О. А.: «...Среди многих разновидностей насилия, сотрясающих отдельные страны и мир в целом, особое место занимает насилие военное, которое осуществляется с помощью оружия – технических средств физического принуждения. Это не обязательно средства, способные вести «огонь на поражение», специально предназначенные для того, чтобы убить или вывести из строя противника. Хорошо известно, что сегодня все активнее разрабатываются различные образцы так называемого нелетального оружия, которое, правда, не стало и не становится пока преобладающим ни в одной армии, в том числе и самых «раздемократических» стран» [4].

Политическая сфера жизнедеятельности общества дала истории подавляющее количество конфликтов, в ходе которых применялся наиболее разрушительный вид политического насилия – военное насилие, применение которого напрямую связано с наличием у власти военной силы. Однако, использование военной силы для урегулирования конфликтов и разногласий всегда чревато большими человеческими жертвами и разрушениями. А также использование военного насилия приводит к кризису военного гуманизма, то есть к пренебрежению его принципами. К примеру, провозглашенная США и их союзниками по блоку НАТО концепция «гуманитарных интервенций» позволяет под её прикрытием вмешиваться во внутренние дела любого государства на планете. Такое вмешательство всё чаще принимает формы прямых насильственных действий с использованием военной силы (Югославия, Афганистан, Ирак).

Исследованию кризиса военного гуманизма (имеваемый как «новый военный гуманизм»), в бесконтактных войнах второго поколения посвятил свой труд Н. Хомский. Кризис в Косово, война в Югославии, по мнению западных теоретиков, открыли «новую эпоху нравственной прямоты, которая повернулась «в сторону окончательной бесчеловечности», т. е. «Нового гуманизма». Клинтон прокомментировал эту ситуацию так: «бомбардируя Югославию, мы защищаем собственные ценности, отстаиваем свои интересы и выступаем за дело мира». Уничтожение населения, по мнению британского премьер-министра

Тони Блэра, является отстаиванием «человеческих ценностей и новым интернационализмом». Решение НАТО стало выше решения ООН, выше международного права [2, с. 141].

В разных типах общества (коллективистского и индивидуалистического) выделяется определенный набор ценностей военной деятельности. В обществе индивидуалистического типа гуманистической признается лишь военная деятельность, которая преследует реализацию личного интереса, выступает как способ самореализации и самоутверждение свободной личности. А в обществе коллективистского типа использование вооруженных средств для достижения политических целей направлено, прежде всего на совершенствование общественных отношений. Так же определяющим фактором этих обществ является применение военной силы. Особой жестокостью в отношении использования военной силы отличается XX столетие, на протяжении которого мир несколько раз подошел к грани катастрофы.

С давних пор, между крупными государствами велась гонка вооружений. И теперь с бурным развитием космических технологий гонка вооружений ведется в космической сфере. Во времена существования СССР, основными странами-конкурентами в этой сфере были такие сверхдержавы как сам СССР и США. Теперь же доступ к космическому пространству есть у многих стран, что создает двоякую ситуацию. С одной стороны это хорошо, так как чем больше стран выходят в космос, тем лучше складывается обстановка для международного сотрудничества. С другой стороны, контролировать космическую деятельность стран становится труднее, а значит, кто первым применит космическое оружие в вооруженном конфликте, тем самым обозначив космос, как возможную арену войны, это вопрос времени. В годы существования Советского Союза, под грифом «совершенно секретно» в космос было выпущено более 2182 спутников-шпионов исследующих космическое пространство. В 1957 году в СССР появилась первая межконтинентальная баллистическая ракета – королевская Р-7. Эта ракета стала первым фактором реальной ядерной угрозы для США [5, с. 63]. Все эти факты о военно-политической деятельности в космосе свидетельствуют, что основная цель была захват и удержание политической власти в космическом пространстве, а все средства направлены не на защиту человека, а на его уничтожение.

Подводя итоги, мы можем заметить, что повышенный интерес к космосу обусловлен военно-политическими интересами, а значит контроль над деятельностью в космической сфере, просто необходим. Страны, обладающие выходом в космос, должны руководствоваться общественно-полезной политикой, ориентированной на человека и осуществляемой на принципах антропоцентризма. Именно тогда будут выполняться и принципы военного гуманизма. Также не стоит забывать, что большие и малые войны двадцатого столетия унесли жизни более 70 миллионов человек. Постоянное усовершенствование средств уничтожения и разрушения может привести к тому, что каждый последующий вооружённый конфликт

вне зависимости от степени его интенсивности может стать последним в истории человечества.

Библиографические ссылки

1. Клешан Пюи дю, Ф. Рыцарство. СПб. : Евразия, 2004. 192 с.
2. Хомский Н. Новый военный гуманизм. Уроки Косова. М. : Практикс, 2002. 320 с.
3. Боргулев М. Старый «новый гуманизм». Рецензия на книгу Ноама Хомского «Новый военный гуманизм». М. : Практикс, 2002. 320 с. [Электронный ре-

сурс]. URL: <http://www.archipelag.ru/geoeconomics/global/flight/review/>.

4. Бельков О. А. Военное насилие: конфликтологический анализ, 1998. Национальная электронная библиотека [Электронный ресурс]. URL: <http://lib.rin.ru/doc/i/152047p.html>.
5. Черток Б.Е. Ракеты и люди : в 4-х т. М. : Машиностроение, 1999.

© Литвинский Б. А., 2013

УДК 101.316.722

Я. С. Матюхина

Научный руководитель – Д. Е. Григоренко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

УПРАВЛЕНИЕ ТЕХНИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПА ОТРАЖЕНИЯ

Исследовано управление техническими системами на основе принципа отражения. Показано, что понятие информации неразрывно связано с одной из важнейших категорий философии – категорией отражения. Выявлено, что в рамках данной связи субъект научного исследования ничего не изобретает, а действует строго в рамках теории познания как теории отражения, основываясь на характеристиках и свойствах системы и подтверждая существование отражения как всеобщего свойства всех материальных систем.

Проблема. Информация – это форма идеального отражения действительности.

Современная наука свидетельствует о том, что информация как разнообразие передается от одного объекта к другому в процессе отражения. Это позволило выдвинуть гипотезу о неразрывной связи отражения и информации. Проблема взаимосвязи информации и отражения вызвана стремлением выявить природу информации. Категория отражения оказалась тем ключом, который позволил открыть тайну природы информации. Вначале идея о связи информации и отражения выступала скорее как гипотеза, сейчас получены достаточные доказательства этой связи, и поэтому ее наличие может считаться обоснованным теоретически.

Понятие отражения тесно связано с основным вопросом философии. В действительности отражение выступает как одно из свойств материи наряду с движением, развитием, пространством, временем и т. д. Поскольку характерным свойством отражения является адекватность, то признание отражения всеобщим свойством материи означает признание возможности адекватного отражения одними материальными объектами других материальных объектов. Общественная практика, весь ход научного познания свидетельствуют о том, что человек при помощи приборов и других технических средств познания получает адекватное отражение объектов познания. Естествознание и кибернетика, на базе законов которых создаются технические средства познания, подтверждают существование отражения как всеобщего свойства всех материальных систем. Отражение понимается и как процесс, и как результат. Отражение-результат — это не все содержание взаимодействия, а только те изме-

нения в отображаемом объекте, которые соответствуют отображаемому, отражение-процесс немислимо без появления отражения-результата [1].

Информация – это конкретная форма, вид отражения, определяемый природой взаимодействующих систем или объектов. Информация может быть передана от одного объекта к другому в виде материального или идеального образа, закодированной системы знаков и т. п. Но при этом она должна содержать в себе какие-то объективные данные, идущие от информирующего объекта к объекту информируемому. Именно потому, что в основе информации лежит общий принцип отражения, конкретным проявлением которого она выступает, один объект может информировать другой о том, что он из себя представляет [1].

Информация неотделима от отражения, которое является, согласно ленинскому положению, всеобщим свойством материи. Именно представление об информации как о чем-то таком, что содержит один объект относительно другого, обнаруживает тесную связь с понятием «отражения» [2].

Связывая понятие отражения с понятием информации, мы имеем виду такое существенное свойство информации, как воспроизведение разнообразия отображаемого в отражающем объекте. Информация может рассматриваться как ограничение разнообразия в процессах отражения. Подобная характеристика связи отражения и информации выступает как дополнительная к основной, т. е. к информации как отраженному разнообразию. Информация выступает как диалектическое единство воспроизведения разнообразия и как его ограничения. Причем воспроизводится разнообразие, которое относится к содержанию образа, и ограничивается многообразие, не относящееся

к его содержанию и не передающееся от отображаемого объекта к отображающему.

В работе с техническими системами также можно наблюдать взаимосвязь информации и отражения. Субъект управления технической системой, прежде чем приступает к процессу управления, он отражает в своей управленческой концепции основные характеристики системы. Он ничего не изобретает, а действует строго в рамках отражения действительности, основываясь на адекватности системы, её характеристиках и свойствах, подтверждая существование отражения как всеобщего свойства всех материальных систем.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что понятие информации оказывается неразрывно связанным с одной из важнейших категорий философии – категорией отражения. Информация выража-

ет любую связь двух или нескольких объектов. Однако это такая связь, когда нечто в одном объекте соответствует другому объекту, эта связь и есть отражение. Что касается отношения между идеальным и материальным, то такая связь также является отражением, идеальное здесь выступает отображением материального. Таким образом, информационная взаимосвязь двух объектов – это не любая связь, а лишь взятая в отражательном аспекте.

Библиографические ссылки

1. Урсул А. Д. *Отражение и информация*. М. : Мысль, 1973.
2. Урсул А. Д. *Информация и мышление*. М. : Знание, 1970.

© Матюхина Я. С., 2013

УДК 316.5

Н. В. Никитевич, А. М. Турчанов
Научный руководитель – С. П. Дуреев
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННЫХ ПРОБЛЕМ АВИАЦИИ

Авторы рассматривают проблему влияния человеческого фактора на безопасность полетов. Авторы предлагают диалектическое решение данной проблемы, так как лишь с помощью данного метода можно рассмотреть все первоисточники ее возникновения.

В настоящее время из всех видов транспорта самым безопасным является воздушный. Тем не менее, главный вопрос, который волнует перевозчиков и пассажиров – это безопасность полетов. Предрекаемое время технологических катастроф сопровождается разрушением научно-технической базы, в том числе ухудшением качества подготовки авиационных специалистов и недобросовестной работой аккредитующих органов. В результате «человеческий фактор» становится основной угрозой безопасности полетов. «В средствах массовой информации уже несколько лет назад предрекалась эпоха технологических катастроф. И эта эпоха очевидно уже наступила. И уже известны ее авторы – эффективные собственники, хваленые свободные субъекты, готовые, так сказать, взять на себя ответственность. И, взяв на себя ответственность, от ответственности уйти. Или вообще исчезнуть в оффшорной зоне» [1, с. 3].

В действительности, большинство эксплуатируемых самолётов было изготовлено ещё при советской власти. Советская власть эксплуатировала самолёт лет двадцать, а за тем продала его в страны «третьего мира», где он эксплуатировался ещё лет двадцать, и наконец, самолёт достался «эффективным собственникам» из современной России. Они заменили некоторые детали самолёта, обновили его интерьер, а лет через семь эксплуатации самолёта – катастрофа. Причина катастрофы – «человеческий фактор» и неконкурентоспособное советское производство самолётов.

Так, зачастую аккредитованные «Государственным центром безопасности полетов на воздушном транспорте» испытательные центры не имеют необходимых для проведения испытаний средств и квалифицированного персонала. Тем не менее, Росавиация выдавала сертификаты соответствия самолетов по заключениям этих организаций. В результате к полетам были допущены воздушные суда, списанные на металлолом, не имеющие необходимого оборудования, с эксплуатационными документами, содержащими серьезные ошибки и отклонения от документации производителя. Например, в Московской области произошла авиационная катастрофа с воздушным судном АВС-52, созданным на базе самолета Як-52, который в 2003 году был списан на металлолом. В районе аэродрома Калачево в Челябинске разбился самолет СМ-92Т, погибли восемь человек [2].

В многосторонних исследованиях человеческого фактора, как причины большинства ужасающих авиационных катастроф с сотнями человеческих жертв, до сих пор нет однозначных и точных ответов. Нет ответов и объяснений поведенческих мотивов пилотов в трагические мгновения, предшествующие катастрофе. Скорость, по утверждению медиков, воздействует на человека на клеточном уровне и разрушает его ощущение времени.

Итак, «человеческий фактор» – основная причина авиакатастроф. Умозрительно, так оно и есть, ведь основными виновниками катастрофы, являются экипаж воздушного судна или технический персонал,

который его обслуживал. Бесспорно, авторами эпохи технологических катастроф, предрекаемой многими, являются собственники авиакомпаний, жаждущие получить сверхприбыль. По нашему мнению, проблема безопасности полетов должна решаться диалектически, в соответствии с принципами единства мира и всеобщей связи явлений. Очевидно, что связь ухудшения научно-технической базы, качества подготовки авиационного персонала, недобросовестной работы аккредитующих органов, психики пилота и понятия «человеческий фактор» неразрывна. Возможно, это даже не связь. Возможно, это единство сущностей. Решение данной проблемы наиболее существенно выразил председатель правления партнерства «Безопасность полетов» Р. Криштал: «Надлежащий поря-

док в этом деле, — сказал он, — которое касается всех россиян, в силах навести лишь государство. Только государство и только реальный контроль, а не его видимость».

Библиографические ссылки

1. Забуга В. Ф. Взгляд экономиста // Теория и история. 2011. № 2. С. 3–6.
2. Официальный сайт «Новости деловой авиации». URL: <http://www.bizavnews.ru/236/7294>.
3. Сайт «полезные сведения» URL: <http://www.polezen.ru/bezop/airplain.php>.

© Никитевич Н. В., Турчанов А. М., 2013

УДК 1.141

М. В. Пак

Научный руководитель – В. А. Козловская
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнёва, Красноярск

ЧЕБАРКУЛЬСКИЙ МЕТЕОРИТ: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТИ

Чебаркульский метеорит, взорвавшийся 15 февраля над Челябинском, стал не только неожиданностью для человечества, но и ещё одним сильным пиар-инструментом, который впоследствии помог местным жителям найти источник дохода. Но нам стоит задуматься, не является ли взрыв метеорита над городом своего рода знаком из космоса?

15 февраля 2013 года, падение метеорита произошло на глазах людей, свидетелями уникального явления стали жители Челябинска, Оренбурга, Кургана, Магнитогорска, Екатеринбурга, а через несколько часов, благодаря интернету, и весь мир. Огненный шар пронесся по небосклону со скоростью более 20 км. в секунду, и разорвался на высоте около 30 км. над землей. Взрывная волна нанесла сокрушительный удар по Челябинску и его окрестностям, и, кажется, только чудом ни один человек не погиб.

Чебаркульский метеорит оставил после себя не только разрушение, но и тревогу за будущее. Он поставил перед людьми вопросы: может ли повториться метеоритная атака? Какие еще угрозы таит в себе космос? Способен ли кто-нибудь нас защитить? Философы, ученые, исследователи рассматривают Чебаркульскую катастрофу под разными углами зрения. Многие приходят к выводу, что падение метеорита – не случайное событие. Так что представляет собой наша цивилизация в масштабах космических процессов? Можно ли этими процессами управлять? Почему обломки небесного тела не повредили ни одного стратегического объекта? Не является ли взрыв метеорита над городом своего рода знаком из космоса?

После падения метеорита в Челябинске резко возросло количество обращений за помощью к психологам: повышенная тревожность, отсутствие сна, головные боли, каждый третий говорил, что он испытал шок, был испуган, и нет никаких гарантий, что похожее не может произойти с Нью-Йорком или Москвой, к примеру.

У каждой эпохи и у каждой цивилизации были свои угрозы. Может ли Метеорит в Челябинске быть предупреждением человечеству?

В прошлом, появление на небе кометы или метеорита связывали с приближением конца света. Каждая религия создавала свою картину апокалипсиса. И почти все народы верили, что опасность придет на землю именно с неба. Китайские летописи говорят: «Шла звезда, значит время перемен наступило». Падение небесного тела, которое позже так и назвали «Бородино», многие считают предзнаменованием жестокой битвы: это случилось 5 сентября 1812 года – за два дня до начала сражения. В наши дни столкновение гигантского метеорита или стероида с Землей – сюжет десятка кинофильмов.

По последним данным учёных, вес Чебаркульского метеорита составил около 10 тысяч тонн, диаметр – 17 метров (т. е. метеорит оказался высотой примерно с семизэтажный дом и весом в Эйфелеву башню) [1]. Эксперты «NASA» оценили мощность взрыва в 300 килотонн – мощность 30 атомных бомб. Взрывная волна достигла Челябинска, город охватила паника, никто не был предупрежден, поэтому люди сами догадывались было ли это НЛО, война или террористический акт. Из-за перегрузки отказала сотовая связь – это увеличило нервозность и неразбериху. Но как ни странно, паника продолжалась не долго и люди просто стали помогать друг другу: кто-то всё фиксировал на камеру, кто-то начал помогать испугавшемуся. Человеческая помощь – самая важная характеристика этого события. Практически сразу после катастрофы

жители принялись самостоятельно восстанавливать разрушения.

Тот факт, что ни один человек, несмотря на серьезные повреждения в городе, не пострадал, заставляет задуматься многих исследователей и философов. Летело 30 атомных бомб Хиросимы, но не один человек не погиб, в день взрыва с порезами и ушибами в городские больницы обратилось 1600 человек, но всё могло закончиться куда трагичнее, ведь в Челябинске и его окрестностях находятся десятки стратегических предприятий, в частности, крупнейший в стране завод по производству оружейного плутония [2]. К сожалению, современная наука не может ответить на вопрос отчего откололся этот метеорит, как вышел на траекторию Земли и сколько лет приближался к нашей планете, ведь знаний человечества о космосе на данный момент недостаточно. К примеру, 10 марта также внезапно, как и Чебаркульский, в окрестностях Земли появился астероид 170 метров в диаметре, ученые обнаружили его незадолго до такого как он пролетел мимо нашей планеты.

Такого рода катастрофы приковывают к себе внимание людей по всей стране и миру и, соответственно, не нуждаются в пиаре, именно поэтому для некоторых людей это является отличным способом заработать. Помимо учёных за осколками метеорита отправлялись и обычные люди. Обломки представляют большую ценность и неслучайно на следующий день в интернете за один осколок Уральского небесного камня просили по 2000 долларов [3]. Регион был буквально охвачен «метеоритной лихорадкой», а полицейские постоянно задерживали торговцев осколками. По словам посредника, который помогал встретиться продавцам камней и покупателям, в ближайшее время рынок мог быть захлестнут волной фальшивых метеоритов. Помимо своего рода «источника дохода», Чебаркульский метеорит здорово повлиял на имидж России за границей. Очень популярным в интернете был ролик американского «Daily Show», где в совершенно комическом виде были показаны записи падения метеорита с авторе-

гистраторов машин, и высмеивалась реакция русских на происходящие. Таким образом метеорит стал не только способом заработать на актуальности проблемы, но и отличным инструментом для формирования имиджа страны (не обязательно позитивном), и Челябинска в частности (теперь этот город может быть более интересен для туристов), тем более, что тема конца света сейчас является одной из самых будоражащих и популярных в мире.

Суммируя всё вышесказанное, следует сделать вывод, что космическая угроза лишь подчёркивает хрупкость человеческой жизни, но гибель от метеорита нам, скорее, не грозит. У человечества много других поводов для тревоги – сейчас мы наблюдаем наше самоуничтожение. Что может навредить сильнее: падение метеорита или изобретённое нами ядерное оружие? Любые последствия падения метеорита не сравнятся с последствиями загрязнения окружающей среды, высыханием водоёмов и выбросами углекислых газов, цивилизации гробят себя сами, не дожидаясь, неприятностей из космоса. Может мы должны лучше сделать мир вокруг, а главное начать с себя? Может не стоит пользоваться ежеминутной выгодой и актуальностью, по сути, серьёзной проблемы, возможно тогда космос перестанет посылать нам тайные знаки.

Библиографические ссылки

1. Падение метеорита в районе Челябинска [Электронный ресурс] // *Gazeta.ru*. URL: <http://www.gazeta.ru/news/seealso/2756085.shtml>.
2. Челябинский метеорит назовут Чебаркуль [Электронный ресурс] // *Onliner*. URL: <http://tech.onliner.by/2013/02/18/chebarkul/>.
3. Метеорит над Челябинском не связан с астероидом 2012 DA14 [Электронный ресурс]: Большая Вселенная. URL: <http://www.biguniverse.ru/posts/meteorit-nad-chelyabinsk/>.

© Пак М. В., 2013

УДК 60.000.3

Е. Б. Пацук

Научный руководитель – Н. В. Фомина

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

УЧЕБА – МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?

В желании охватить и учебную, и общественную жизнь заключается конфликт личности, так как физически не получается на должном уровне реализоваться в этих сферах. К данному конфликту приводит отражение действительности, окружающей студента.

Юность – чрезвычайно значимый этап жизни любого человека. Вступив в юность подростком, молодой человек завершает этот период истинной взрослостью, когда он действительно сам определяет для себя свою судьбу: путь своего духовного развития и земного существования. Он планирует своё место среди людей, свою деятельность, свой образ жизни. В пери-

од юности обостряется потребность к обособлению: стремление оградить свой уникальный мир от вторжения посторонних и близких людей для того, чтобы через самоанализ укрепить чувство личности, сохранить свою индивидуальность – самореализоваться. Обособление как средство удержания дистанции при взаимодействии с другими позволяет молодому чело-

веку «сохранять свое лицо» на эмоциональном и рациональном уровне общения.

В юности человек стремится к самоопределению как личность и как человек, включённый в общественное производство, в трудовую деятельность, поэтому поиск профессии – важнейшая проблема данного жизненного периода [1]. В этот важный момент человеческого существования, на нас, студентов, обрушивается мощный поток информации, который является совокупностью знаний по отдельным предметам. Приходится одновременно изучать в среднем 10 дисциплин. Кроме учёбы есть замечательная социальная жизнь студента, которая тоже отнимает много сил и времени. Естественно, молодые люди стремятся в порыве самореализации раскрыть себя в различных аспектах своего проявления.

Отражение представляет собой процесс, который показывает взаимодействие вещей друг с другом. Отражение связано со способностью всех вещей реагировать на различные раздражения (взаимовлияние вещей). Благодаря взаимному реагированию вещей, а далее изменению одной из связей с другими, создаётся динамическая функциональная связь между явлениями, то есть происходит эволюция жизни [2]. Всё это отражение напрямую связано с сознанием человека, так как именно сознание является высшей формой отражения, свойственной человеку и возникает оно в обществе на базе трудовой деятельности, изменяющей окружающую действительность в интересах человека.

Для того, чтобы разобраться каким образом сознание отражает действительность, следует выявить различия между ним и материей, которая является первопричиной, независимой от сознания, сознание же вторично, зависимо от материи и обусловливаемо ею. Это происходит потому, что оно представляет собой отражение внешнего мира, снимок с объективно существующих предметов, их свойств и отношений. Будучи отражением тех или иных предметов внешнего мира, сознание не может существовать независимо от них, ибо отражающее не может существовать независимо от отражаемого, последнее же существует независимо от отражающего.

Само по себе отражение есть всеобщий способ или процесс того, каким образом вещи действуют друг на друга и отвечают на эти действия, причём в этом взаимодействии свойства отраженного предмета определённым образом выражаются и воспроизводятся в отражающем и отражённое имеет приоритет перед отражающим. Отражённое основано на способности всех вещей отвечать (реагировать) на раздражения или влияния других вещей своими внутренними изменениями и внешними ответами. В связи с этим, отражение – специфический способ внутреннего и внешнего реагирования одних предметов на действия других сообразно их специфической структуре и свойствам. Отражение представляет собой всеобщий процесс природы, посредством которого осуществляется всеобщая связь и взаимодействие явлений в при-

роде. Лишь взаимное реагирование вещей и при этом изменение одних в связи с другими создаёт динамическую функциональную связь между явлениями, движение, развитие и жизнь в природе.

С учетом вышесказанного, можно отметить, что сознание есть осознанное отражение действительности, однако отражать можно по-разному даже одно и то же действие [3]. Происходит это от того, что люди разные, одни легко могут сочетать учёбу и социальную жизнь, а другие распыляются, если берут слишком много, в итоге не добиваются желаемого результата. Конечно, это зависит от характера, генетической наследственности, воспитания и других психологических параметров. Тогда, учитывая эти параметры, можно сформулировать определение сознания студента – совокупность отражённых действий окружающих человека людей, которая сочетает многообразие всех сфер общества (в большей степени – духовной, социальной, учебной) и множество вариантов поведения в соответствии с конкретной жизненной ситуацией. То есть, студент находится в определенном конфликте с собой, потому что приходится делать выбор между тем, что ему хочется (здесь уместно рассмотреть предметные предпочтения и склонности студента) и тем, что ему надо (домашние задания).

Особенность сознания студента заключается в том, что он всё время находится в состоянии, в котором твердит: «Я должен всё успеть». Из-за этого молодой человек находится в состоянии лёгкого невроза, который может приводить к вспышкам агрессии. Студент воспринимает информацию, не успевает усвоить, поэтому отторгает её. Если происходит отторжение, то появляется негатив к изучаемой дисциплине, преподавателю, что приводит к тому, что студент перестаёт в полной мере усваивать предмет. Так же он может укрыться от учебной деятельности в общественной жизни, однако за неудовлетворительную учёбу ему грозит отчисление из вуза. Получается, что жизнь студента находится на грани с психическим расстройством, так как мозгу приходится ежедневно анализировать внушительный объем информации.

Таким образом, юность напрямую связана с поиском профессии, получением образования, раскрытием своих способностей. Отражение действительности является фундаментальным свойством сознания, обуславливающим существование других его свойств. Потеря способности отражать действительность неизбежно ведёт к потере всех других свойств сознания.

Библиографические ссылки

1. Мухина В. С. *Возрастная психология*. М. : Академия. 1997. 432 с.
2. Живкович Л. *Теория социального отражения*. М. : Прогресс. 1997. 457 с.
3. Шентулин А. П. *Диалектический метод познания*. М. : Политиздат. 1983. 320 с.

© Пацук Е. Б., 2013

УДК 1:316.5

К. А. Проценко
Научный руководитель – И. С. Лысенко
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ДИАЛЕКТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ФИЛОСОФИИ НИКОЛАЯ КУЗАНСКОГО

Рассматриваются представления Кузанского о Вселенной и основные положения диалектики, на которых основана его философия.

Николай Кузанский (1401–1464) принадлежит к числу наиболее выдающихся мыслителей эпохи Возрождения. Его творчество знаменует собой переход от средневековой к новоевропейской философии. Философ, теолог, ученый, церковно-политический деятель. Ближайший советник папы Пия II, кардинал (1448). Однако, это ему не помешало развивать в своей философии очень прогрессивные взгляды для своего времени и, в частности, для церковного мира.

Идея единства и борьбы противоположностей, идея всеобщей связи и единства мира – важнейшие диалектические положения, на которых основывался Кузанский, развивая свои представления об устройстве космоса с позиции идеализма. Идея всеобщей связи, единство мира проявляется в размышлениях Н. Кузанского о Боге. Бог определяется им как бесконечное единое начало и вместе с тем как скрытая сущность всего. Он пишет, что «единое есть всё» и «единому ничто не противоположно». Тем самым, занимая достаточно высокое положение в католической церкви, Кузанский отвергает средневековый дуализм, заявляет, что единое тождественно беспредельному, бесконечному. В то время как у Платона и неоплатоников, чьи идеи были заимствованы средневековыми богословами, единое характеризуется через противоположность «иному», не-единому. Бог определяется как средоточие и единство противоположностей, единство мира и Бога. Бог есть всё, но он «есть всё в свернутом виде». Если Бог «есть всё во всём», то это «всё» будучи «развёрнуто», «есть мир».

Диалектические положения стали основой представлений и об устройстве Вселенной. Его выражение «Вселенная есть сфера, центр которой всюду, а окружность нигде» представляет собой отказ от аристотелевско-птолемеевского учения о геоцентрической системе мира и средневекового креационизма.

Поскольку Кузанский подверг сомнению идею неподвижного центра Вселенной, Земля неизбежно должна была лишиться своего центрального положения, предписанного ей христианством. В трактате «Об учёном незнании» Кузанский без всяких оговорок приписывает Земле свойство движения: «...наша Земля в действительности движется, хотя мы этого не замечаем» [1, с. 162]. Движение во Вселенной, согласно Николаю, универсально, вся она буквально пронизана переходами из одного состояния в другое. Вечно движущаяся Вселенная не имеет ни центра, ни окружности, ни верха, ни низа, она однородна, в разных частях ее господствуют одинаковые законы. Любой элемент равно близок и далек от Бога, любая часть Вселенной равноценна. В то время как ортодок-

сально-теологической точка зрения основывалась на том, что движение в мире, есть не что иное, как признак земного несовершенства, его тленности, бренности и т. д.

Вместе с тем Кузанский признаёт «божественность» движения. Движение оказывается развёртыванием покоя: «...единство есть покой, поскольку в нём свернуто движение, которое, если пристально рассмотреть, есть расположенный в ряд покой» [2, с. 106].

Характерное для всего сущего совпадение противоположностей находит своё отражение и в человеческой природе. Концепция человека развивается в русле гуманистической мысли Возрождения. По мнению Николая Кузанского, человек соединяет в себе как земное, так и божественное. Николай Кузанский полагает, что человек способен вполне познавать природу, и это осуществляется посредством чувств, воображения, рассудка и разума.

Соотношение «свёрнутого» в Боге мира и «развёрнутой» в космосе божественной бесконечности отражается и в „малом“ мире» – в человеческой природе. Человек соединяет в себе как земное, так и божественное. Слияние божественного и человеческого реализуется в философии Кузанского в образе Христа. Человек – это также «бог», но не в абсолютном смысле. Но это позволяет философу развивать мысль о бесконечном возвышении человеческой сущности. Человек рассматривается как микрокосм, представляющий собой подобие макрокосма. Тем самым, развиваются идеи античного наследия, в числе которых идея пропорции, идея совершенства, гармонии.

Рассматривая разум как отражение Бога, Кузанский обосновывает необычайно важную мысль о способности разума охватить противоположности, постичь их совпадение. Функцией разума провозглашается познание бесконечности и совпадения противоположностей, т. е. проникновение в сущность вещей. При этом Кузанский наделял разум свойством дискурсивности: разум движется к истине, и этот процесс бесконечен. Человек должен приложить интеллектуальное усилие, подняться над противоположностями, местом, временем, утверждением, отрицанием – и тогда он схватит ту истину, что в основе мира, – бесконечность, заключающая в себе противоположности. Только высшее напряжение интеллектуальных способностей человека приводит к видению, т. е. абсолютному познанию сущности бытия.

Таким образом, Философские идеи Кузанского выходили далеко за пределы своего времени и христианского миропонимания и основывались на диа-

лектических положениях. Именно диалектическое учение Николая Кузанского о совпадении противоположностей нашло свое продолжение и развитие в диалектике немецкой классической философии. А революционная идея о бесконечности Вселенной и её окружности была воспринята и развита Джордано Бруно.

Библиографические ссылки

1. Кузанский Н. Об ученом незнании. Соч. 2-х т. Т. 1. М., 1979. 160 с.
2. Кузанский Н. Избранные философские сочинения. М.: Соцэкгиз, 1937. 364 с.

© Проценко К. А., 2013

УДК 1:316.5

Е. Д. Шемелёв

Научный руководитель – С. П. Дуреев

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

РАЗВИТИЕ АВИАЦИИ В КОСМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ МИРА

Рассмотрено развитие авиации в советский период и в настоящее время, проведено их сравнение и выявление недостатков, представлено решение по восстановлению авиации.

Становление и бурное развитие авиации пришлось на советский период. Начиная с 30-х годов XX столетия Советский Союз утверждается на суше, на морских просторах и в воздухе. Например, развитие воздушного транспорта обеспечило нашему государству освоение труднодоступных и отдалённых территорий и включение их в единый народнохозяйственный комплекс страны. В настоящее время воздушные сообщения с этими территориями, как правило, отсутствуют, что ведёт к разрушению стратегически важных гражданских и военных авиационных баз. Кроме того, не хватает финансовых средств для разработки новых типов летательных аппаратов. Одной из причин сложившейся ситуации является не соблюдение научного подхода к управлению обществом.

Формулировка данного понятия была обусловлена необходимостью теоретического обоснования превосходства социалистической общественно-политической системы над западной. Общеизвестно, что принципы управления формируются в системе метафизической или диалектической методологии. В метафизической методологии, в зависимости от того, что первично-материальное или идеальное, реализуются принципы индивидуализма, социального атомизма или принципы холизма и сознательности, ограничивающие индивидуализм. Но в том и в другом случае формируется модель мира Универсум, предполагающая соблюдение определенных условий. «На Западе, – пишет И. В. Киреевский, – все отношения (общественные) основаны на условии или стремятся достигнуть этого искусственного основания» [1, с. 123]. Страны Запады и США развиваются на основе концепций стихийного управления, которому противопоставлялся диалектический подход к управлению обществом в СССР.

Сущность этого подхода заключается в том, что за основу взяты фундаментальные принципы диалектики – принципы единства мира и всеобщей связи явлений. В диалектической методологии востребованы принципы единства мира и всеобщей связи явлений,

что соответствует космической модели мира, которая разрабатывалась ещё в античной философии – Аристотелем. «В русской идеологии данная модель мира получила название Лад. Данная модель мира в какой-то мере обособилась от древней греческой модели мира Космос» [2, с. 207]. На протяжении многих веков наше общество многократно проходило стадии развития, совершенствовало само себя.

Совершенствование общественных отношений в модели мира Космос предполагает единство всех социальных норм, обусловленных всеобщей связью между нормами права и внеправовыми нормами. История нашего государства показывает, что на различных этапах своего развития либо внеправовые нормы дополняли нормы права и устанавливался порядок в общественных отношениях. Или наоборот, нормы права дополняли внеправовые нормы и так же устанавливали порядок в общественных отношениях. Тем самым единство и всеобщая связь всей совокупности социальных норм соответствует модели мира Космос. Данное обстоятельство послужило быстрому развитию авиации в советский период. Вот почему в 30-е годы Советский Союз добился значительных открытий в изучении авиации.

В настоящее время база подготовки авиационных специалистов и авиационной промышленности развивается стихийно, следуя западным стандартам общественного развития.

Спасти нашу авиацию от окончательного развала может только возврат к управлению обществом, построенного по принципу модели мира Космос.

Библиографические ссылки

1. Киреевский И. В. Избранные статьи. М.: Современник, 1984. 383 с.
2. Чуринов Н. М. Русский экономический проект – V // Теория и история. 2011. № 2. С 173–221.

© Шемелёв Е. Д., 2013

Секция
«АКТУАЛЬНЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КОСМОСА
И КОСМОНАВТИКИ»

УДК 669

А. С. Баринов, В. А. Коваль, П. В. Громнюк
Научный руководитель – И. Т. Сидоров
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск.

**ПОЛИТИКА СОВЕТСКОГО И РОССИЙСКОГО РУКОВОДСТВА
ПО РАЗВИТИЮ ВОЗДУШНОГО ФЛОТА СТРАНЫ В 60–70 ГОДЫ XX ВЕКА**

Рассматривается отношение к авиации лидеров советского государства, второй половины XX века – Н. С. Хрущева, Л. И. Брежнева, М. С. Горбачева.

После смерти И. В. Сталина в 1953 году к руководству страной приходит плеяда новых руководителей политиков внесших свой вклад (позитивный и негативный) в ее развитие, в том числе и в развитие воздушного флота СССР и ее преемнице России. Одни из них, например Н. С. Хрущев и Л. Н. Брежнев, прошли школу Сталинского руководства, начиная свою деятельность на руководящих должностях в середине 30-х годов. М. С. Горбачев относится к числу более молодых политиков- управленцев.

Каждый из них порой исходил в своей деятельности, из субъективной оценки проблемы и подхода к ее решению. В это время, т.е. во второй половине 50 начале 60-х годов, СССР в короткие сроки справился с послевоенной разрухой. СССР по оценке американцев бешеный, непредсказуемый гигант несущийся вперед на всех парах. И его требовалось остановить всеми возможными способами, вплоть до применения ядерного оружия, которым обладали Соединенные штаты, было оно и у СССР. Поэтому развитию ВПК, пришедший к руководству страной Н. С. Хрущев уделял достаточно серьезное внимание, особенно для его отдельных отраслей таких как ракетостроение в ущерб авиации, но это не совсем так.

Н. С. Хрущев, впервые с 20-х годов, стал если не считать расходы на оборону, то хотя бы осознавать их ограниченность. Поэтому решение советского руководства и лично Н. С. Хрущева осуществить ускоренное развертывание ракетного оружия, переданного созданными к концу 1959 г. Ракетным Войском стратегического назначения, представляется абсолютно правильным. Поэтому производство стратегических, зенитных и других ракет также потребовало переориентации ранее созданных промышленных мощностей, прежде всего привлечения предприятий авиапромышленности [3].

Согласно распространенной версии волей Н. С. Хрущева чуть ли не вся производственная мощь авиационных заводов была передана ракетчикам. На самом же деле, из 7 предприятий, выпускавших бомбардировщики в 1953 г., в ракетостроение ушли только два [3].

Одновременно с этим, в нашей стране гражданская авиация превратилась из роскоши, в средство передвижения широких масс трудящихся.

В 1964 году к руководству страной пришел Л. И. Брежнев. Для стиля правления Леонида Ильича Брежнева был характерен консерватизм. Он не обладал ни политической волей, ни видением перспектив развития страны. Львиную долю ресурсов поглощал военно-промышленный комплекс (ВПК) – область особой заботы Брежнева. При нем ВПК достиг своего апогея, что приносило ущерб развитию экономики в целом и усугубляло кризис. На развитие военно-промышленного комплекса в СССР шло более 1/3 всех материальных, финансовых и научно-технических ресурсов страны. На базе военно-промышленного комплекса были созданы отрасли высоких технологий – авиакосмическая, атомная энергетика, телерадиотехника, электроника, биотехнология и другие. Одновременно планомерно развивалась и авиационная промышленность.

К концу 1980-х гг. в распоряжении советских ВВС было до 10 тысяч самолётов, что делало советские ВВС самыми многочисленными в мире [4].

М. С. Горбачев встал у руля правления страной в апреле 1985 года. Это политик относящийся к категории политиков – «лис», т. е. руководители склонные к компромиссам, смене позиций в ущерб интересам страны, преклонением перед Западом. При нем началось разрушение ВПК- под видом конверсии, но этот процесс осуществлялся не в одночасье, а постоянно и авиационно-промышленный комплекс продолжал свою деятельность [1].

Что касается военной авиации, то при Горбачеве Советский Союз располагал мощным флотом дальних бомбардировщиков и ракетноосцев. Итог – 157 самолетов, при этом авиапромышленность продолжала поставлять в войска новые самолеты.

В гражданской авиации, дела обстояли по другому. Развитие отрасли сдерживали благодушие и слабая организаторская работа «номенклатуры» аппарата управления. Самолетный парк ГА страны допускал увеличение объемов перевозок, но решать эту задачу не позволяли резко ограниченные ресурсы выделяемого топлива. Вскоре возникла мощная волна необоснованного и бесконтрольного роста цен на авиатехнику, запчасти и оборудование. Все это сильно отразилось на результатах деятельности авиапредприятий

отрасли. Процесс деградации российских ВВС активно шёл в 1990-х и приостановился в начале 2000-х годах. В 1980-х начались разработки истребителя пятого поколения, в частности были запущены программы МиГ 1.44 и С-37. Но экономический кризис и распад Советского Союза не позволил довести их до конца, финансирование новых разработок прекратилось [4].

Серьезный удар по авиации и по ВПК в целом был нанесен в годы правления Б. Н. Ельцина (1992–1999)

Положение сегодня с военной авиацией – аховое. Задела на будущее нет. То, что официально СМИ выдают за новые образцы, сделано двадцать – двадцать пять лет назад [1].

Та же ситуация – со штурмовиками и фронтовой авиацией. Морская авиация практически разгромлена. Хронически стареет парк вертолетов.

Но все же шансы у России есть. Например, в строительстве гидросамолетов. Здесь мы вне конкуренции. Никто в мире не может строить эффективные тяжелые самолеты-амфибии. За это мы должны в пояс поклониться двум русским авиаконструкторам: Роберту Бартини и Георгию Бериеву [2].

Также хочется затронуть и гражданской авиации. Одна из её основных проблем – это состояние парка воздушных судов. Парк гражданской авиации России является одним из самых устаревших среди развитых стран мира.

Еще одна проблема, – это обеспечение безопасности полетов. Показатели в этой сфере являются наихудшими за последнее десятилетие [2].

Сегодня Россия – единственная авиационная страна в мире, которая не имеет профильного полномочного государственного органа по регулированию деятельности гражданской авиации.

Обеспечение безопасности полетов невозможно рассматривать в отрыве от темы подготовки кадров. Стареют не только самолеты, но и экипажи. Если раньше 50-летний командир воздушного судна был исключением, то сегодня – это средний возраст командира корабля. Летчики должны в совершенстве владеть сложной современной техникой [2].

Библиографические ссылки

1. Селяков Л. Л. Тернистый путь в некуда. Записки авиаконструктора. СПб., 1998. С. 53.
2. Авиация России // Авиация в настоящее время. 2008. № 11. С. 58.
3. Никита Сергеевич и авиация // Занимательная Механика. 2001. № 3. С. 28.
4. Калашников М. Крещение огнем. Алтарь победы. М.: Фолио, 2008. С. 114.

© Баринев А. С., Коваль В. А.,
Громнюк П. В., 2013

УДК 629.73

О. В. Болотова, Е. И. Воложанина
Научный руководитель – И. Т. Сидоров
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПОЛИТИКА В РАЗВИТИИ АВИАЦИИ В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИИ В КОНЦЕ XIX В. – НАЧАЛЕ XX В.

Рассматривается политика русского государства в области авиации в конце XIX начале XX вв..

История летного дела в царской России – это история непрестанной и упорной борьбы энтузиастов-одиночек за свои идею. В большинстве случаев ни правительственные учреждения, призванные в России решать судьбу тех или других проектов, ни общественное мнение, т. е. мнение буржуазной интеллигенции того времени, не оказывали никакой поддержки изобретателям летательных машин. Более того, многие исследователи вынуждены были вести свою работу тайком, опасаясь общественного осуждения и осмеяния.

Царизм мямл и душил проявление народного творчества и всячески осложнял работу зачинателей летного дела в России, а техническая отрасль страны заранее обрекала на неудачу многие попытки. Тем большего уважения заслуживает деятельность людей, преданность которым идее летания оказалась вне страха перед трудностями. Эти люди целиком отдавались любимой работе, и ничто не могло остановить их.

Немало было и фантастического в проектах пионеров летного дела в России. Но фантазия имеет величайшую ценность и нередко то, чего изобретатели не могли еще научно обосновать, они правильно угадывали. Многие из того, о чем мечтали эти энтузиасты, было неосуществимо, но неосуществимо лишь средствами техники того времени. Некоторые проекты, казавшиеся фантастическими и потому погребенные в архивах, представляют несомненный интерес и для современной авиации. Тем более внимательного изучения заслуживают все эти работы, характеризующие направление технической мысли и искания пионеров нашей авиации.

Наш соотечественник А. Ф. Можайский спроектировал, построил и испытал самолет за 20 лет до братьев Райт, Н. Е. Жуковский и С. А. Чаплыгин заложили прочные основы аэродинамики; Григорович, Гаккель и другие конструкторы создали оригинальные конструкции самолетов, превосходившие по своим характеристикам зарубежные [1, с. 4–5].

В 1912 году царская Россия решила провести конкурс на аэроплан для военного ведомства. Естественно, в нем приняли участие французские и английские фирмы: свое самолетостроение в «развитой» царской России пребывало в зачаточном состоянии. Но на конкурс попал и самолет великого русского конструктора Гаккеля. Он поража́л воображение современников. Если западники привезли на конкурс обычные аэропланы тех лет: бипланной схем, с тупыми фюзеляжами, множеством расчалок и растяжек, то Гаккель выставил машину-моноплан. С зализанным, аэродинамическим корпусом, каковые мир увидит лишь в начале 1930-х годов. Он на двадцать лет опередил время! И что же? Царские чиновники предпочли взять на вооружение иностранные модели, причем не самые новые [4, с. 300].

Первое боевое крещение российские воздухоплаватели получили в ходе русско-японской войны (1904–1905 гг.). В апреле 1904 года по решению императора Николая II было сформировано специальное полевое подразделение – Сибирская воздухоплавательная рота (летом 1905 года преобразованная в батальон), сыгравшая заметную роль на Дальневосточном театре войны. В конце 1904 года в распоряжение наместника Его Величества на Дальнем Востоке прибыл вновь сформированный первый Восточно – Сибирский полевой воздухоплавательный батальон под командованием полковника А. М. Кованько, действовавший в интересах второй и третьей Маньчжурских армий.

В последующие годы военное ведомство России уделяло большое внимание дальнейшему развитию военного воздухоплавания и его технической оснащенности, делая ставку, в первую очередь, на дирижабли и самолеты. Один из первых проектов в отечественной истории самолета – «воздухоплавательного снаряда» был предложен русским морским офицером контр адмиралом Можайским. В дальней дальнейшем творческие идеи талантливого изобретателя получили свое развитие в деятельности целой плеяды российских авиационных конструкторов: А. И. Шабского, Я. М. Гаккеля, С. В. Гризодубова, Д. П. Григоровича, И. И. Сикорского, А. В. Шиукова, С. А. Ульянина и мно-

гих других. В частности, И. И. Сикорский создал целую серию самолетов «Илья Муромец»

У основ отечественной науки в области аэродинамики стоял профессор Московского университета, член-корреспондент Императорской Академии наук Н.Е. Жуковский, работы которого позднее заложили основы авиационной науки в России. В 1904 г. под его руководством в Кучино (под Москвой) на личные средства промышленника, мецената и одного из основоположников экспериментальной аэродинамики Д.П. Рябушинского был основан первый в Европе Аэродинамический институт. В России первые авиазаводы создаются в 1910–1912 гг.

В 1900-е гг. в России активными сторонниками нарождавшейся военной авиации выступили офицеры-воздухоплаватели: полковник Е. С. Федоров, капитаны С. А. Ульянин, С. А. Немченко, штабс-капитан А. И. Шабский и др. Последний на базе Учебного воздухоплавательного парка сконструировал большую модель самолета (1907), используемую позднее в качестве учебного пособия [2].

Впрочем, авиастроение – это верх «хай тек» тех времен, поэтому строго судить императора за его пренебрежение к авиации мы не можем [3, с. 144]. Это вопрос сложный и с ним надо разбираться более подробно. Да, авиастроению стало уделяться хоть какое-то внимание только в годы войны, да, мы значительно отстали от стран запада, да, у наших людей такой менталитет, но ведь благодаря всему этому мы получили много прекрасных открытий.

Библиографические ссылки

1. Дузь П. Д. История воздухоплавания и авиации в России. 2-е изд., перераб. М. : Машиностроение. 1982. С. 4–5.
2. Индивидуальные экскурсии по Санкт-Петербургу. URL: <http://ekskursia-spb.ru/redkie-foto/nikolaj-ii-i-razvitie-aviacii-v-imperatorskoj-rossii/>.
3. Калашников М. Крещение огнём. Алтарь победы. М. : Фолио, 2008. С. 144.
4. Калашников М., Кугушев С. Третий проект «Погружение». М. : АСТ-Астрель, 2005. С. 300.

© О Болотова. В., Воложанина Е. И., 2013

УДК 629.73

Д. Е. Строко, Е. Д. Шемелёв
Научный руководитель – И. Т. Сидоров
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПОЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОСВОЕНИЯ ПОЛЯРНЫХ ПРОСТРАНСТВ И СОЗДАНИЯ КРОССПОЛЯРНЫХ ВОЗДУШНЫХ ТРАСС В РОССИИ

Рассматриваются аспекты освоения полярных пространств и создания кроссполярных воздушных трасс в России.

Огромные просторы Российской Империи, а затем Советского Союза, несметные богатства страны, сосредоточенные в труднодоступных районах, в частности Крайнего Севера – Заполярья, привлекали руко-

водство страной к их освоению с использованием авиации (первый полёт за полярным кругом в 1914 г. летчика Я. И. Нагурского), так как она была по сути единственным видом скоростного транспорта, с по-

мощью которого можно было решать экономические, военные (защита северных рубежей) и культурные задачи. Это было чрезвычайно важно для страны в целом и её регионов, например Сибири, в частности Красноярского Края.

В 1923–1928 гг. – в период создания фундамента народного хозяйства РСФСР, а затем СССР – гражданский воздушный флот развивался, прежде всего, как воздушный транспорт. Протяженность воздушных линий к началу первой пятилетки достигла 9326 километров; было перевезено 21 368 пассажиров и 368 тонн почты и грузов [2]. С 1920 года советские летчики уже предпринимают продолжительные и потому чрезвычайно опасные полеты в полярных областях:

- Г. Д. Красинский организует в 1929 году большую летную экспедицию на остров Врангеля как с целью разведки с воздуха, так и для установления возможности вывоза воздушным путем пушнины.
- С 1929 года начинается постоянное обслуживание Карских экспедиций самолетами «Дорнье-Валь». Производятся постоянные воздушные разведки в районе всех трех проливов, ведущих в Карское море с запада.
- 1934 году самолеты были особенно широко использованы в Арктике. В результате работ полярной авиации с воздуха был замкнут весь Северный морской путь от запада до востока.

• В 1937 году первый беспосадочный перелёт через Северный полюс из Москвы в Ванкувер (штат Вашингтон, США) был совершен советским летчиком-испытателем В. П. Чкаловым [3].

С января 1935 года начались полеты на авиалиниях Дудинка – Хатанга и Дудинка – Гыдо – Ям. Летом 1935 года открылось регулярное сообщение между Красноярском и Турой на самолете МБР-2.

Всего же в 1935 году самолеты провели в небе Арктики более 8,5 тысяч часов, перевезли свыше 173 тонн грузов и почты и 2 741 пассажира.

Также 29 мая 1935 года красноярская авиаслужба Главного Управления Северного Морского пути (ГУСМП) была развернута в Енисейскую авиагруппу для обслуживания Севера и отдаленных районов Красноярского края.

В ноябре 1938 года для рейса Москва–Владивосток через Красноярск был открыт аэропорт Усть-Орда.

Дальнейшее развитие гражданской авиации в Красноярском крае было прервано Великой Отечественной войной. В кратчайшие сроки стране необходимо было вооружать мирные самолеты. На КАРЗ стали поступать военные машины с фронта. С первых же дней практически все летчики и инженерно-технический состав вступили в ряды военной авиации.

В 1941 году было создано Красноярское управление гражданской авиации – самостоятельная единица гражданского воздушного флота. Оно состояло из Красноярского, Абаканского, Енисейского авиаотрядов и санитарного авиазвена.

В 1948 году в него вошли также Тувинский, Туруханский и Норильский объединенные авиаотряды и авиационное звено в Кежме.

С каждым годом роль авиации в развитии промышленности и сельского хозяйства в крае возрастала. Огромные расстояния между населенными пунктами при отсутствии транспортных магистралей можно было преодолеть только воздушным путем. Почта, санитарные рейсы, перевозка хозяйственных грузов, геологоразведка, строительство промышленных предприятий – вот далеко не полный перечень работ, выполняемых с помощью авиации. В это время на воздушные линии выходят новые самолеты, развивается техника наземного обслуживания, сеть аэропортов.

В 1956 году сдан в эксплуатацию аэропорт «Северный», который находился на территории нынешнего района Взлетка. С развитием авиации появилась потребность в строительстве другого аэропорта с увеличенной взлетно-посадочной полосой, способной принимать большие самолеты.

Новый аэропорт построили за пределами города в районе поселка Емельяново. Первый самолет – Ил-62 он принял в октябре 1980 года. А память о старом аэропорте «Северный», прекратившем работу в 1988 году, осталась в названии красноярских улиц. На месте, где взлетали и приземлялись самолеты, уже давно выросли жилые кварталы...

Идея открытия кратчайшего воздушного пути из Северной Америки в Юго-Восточную Азию впервые была заявлена в 1997 году на Санкт-Петербургском экономическом форуме. Проект назвали «Северный воздушный мост», а его авторы утверждали, что он даст возможность перелета над территорией России (через Сибирь и Северный полюс) из Северной Америки в Юго-восточную Азию всего за 10–11 часов (вместо традиционных 21–25 часов через Западную Европу, либо над нейтральными водами Тихого океана). Таким образом, значительно сокращалось время полета из Северной Америки в Юго-Восточную Азию при перелете через территорию России, что влекло за собой заинтересованность со стороны зарубежных компаний в реконструкции и модернизации аварийных аэропортов на территории РФ. Выгодным для России является аэронавигационное обслуживание кроссполярных воздушных трасс.

Библиографические ссылки

1. *Внешняя политика Советского Союза в период Великой Отечественной войны. Т. 2: Документы и материалы 1 января – 31 декабря 1944. М. : ОГИЗ : Госполитиздат, 1946.*
2. *По великим магистралям. Растет Гражданский воздушный флот СССР // Правда Севера. 1934. 18 авг.*
3. *Полярные орлы // Красная вечерняя газета. 1933. 3 февр.*
4. *Беседа с начальником Управления воздушной службы Главсевморпути тов. М. И. Шевелевым // Комсомольская правда. 1935. 16 янв.*

© Строко Д. Е., Шемелёв Е. Д., 2013

УДК 629.73

М. А. Трушин, М. О. Нетягин
Научный руководитель – И. Т. Сидоров
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ПОЛИТИКА В РАЗВИТИИ АВИАЦИИ СССР В 30-40 ГОДЫ XX ВЕКА

Работа направлена на изучение политического влияния на авиацию СССР в период 1930–1960 гг.

В конце 20-х – начале 30-х годов в СССР был взят курс на индустриализацию страны. Индустриализация для СССР была объективно необходимой, так как страна находилась в окружении враждебных для нее государств, имевших иное социально-экономическое устройство и иную идеологию. Индустриализация была необходима в целях обороноспособности единственного в мире социалистического государства, которым являлся Советский союз. Правительство страны под руководством И. В. Сталина прилагало максимум усилий в этом направлении. И. В. Сталин – величайший организатор и руководитель ясно представлял себе, что иного пути у страны нет. Он указывал: «История старой России состояла, между прочим в том, что ее непрерывно били за отсталость. Били монгольские ханы. Били турецкие беки. <...> Били потому, что это было доходно и сходило безнаказанно. <...> Ты могуч – значит, ты прав, стало быть, тебя надо остерегаться. Вот почему нам нельзя больше отставать. <...> Мы отстали от передовых стран на 50–100 лет. Мы должны пробежать это расстояние в десять лет. Либо мы сделаем это, либо нас сомнут» [1, с. 38–39].

В первой половине 30-х годов самолетостроение развивалось наиболее успешно, так как ей отводилась особая роль в обеспечении обороноспособности. Из речи И. В. Сталина на XVII съезде ВКП(б). «Добились ли мы победы в этой области? Да, добились. И не только добились, а сделали больше, чем мы сами ожидали, чем могли ожидать самые горячие головы в нашей партии. Этого не отрицают теперь даже враги. Тем более не могут этого отрицать наши друзья. У нас не было чёрной металлургии, основы индустриализации страны. У нас она есть теперь. У нас не было тракторной промышленности. У нас она есть теперь. <...> У нас не было авиационной промышленности. У нас она есть теперь. <...> Наконец, всё это привело к тому, что из страны слабой и не подготовленной к обороне Советский Союз превратился в страну могучую в смысле обороноспособности, в страну, готовую ко всяким случайностям, в страну, способную производить в массовом масштабе все современные орудия обороны и снабдить ими свою армию в случае нападения извне». Появляются самолеты с новой конструкцией фюзеляжа – моноплан, окончательный переход от биплана к моноплану. Это усиливает технические возможности самолетов: маневренность, скорость.

В начале 30-х годов Комсомол страны берет шефство над военно-морским флотом и авиацией. В области авиации был выдвинут лозунг «Молодежь на самолеты». Создавались летные школы, военно-

технические авиационные училища, такие как, например, МКВАТУ (Московское Краснознаменное Военное Авиационное Техническое Училище, специальной службы), АВАТУ (Ачинское военное авиационное техническое училище), ИВАТУ (Иркутское). Это позволило решить кадровые проблемы. Сталинское руководство уделяло этому огромное внимание. Возникает термин «Сталинские Соколы». Это прежде всего касается авиаторов.

Во второй половине 30-х годов начался спад и достиг своего апогея с 1938 г. по 1939 г. В это время советское опытное самолетостроение оказалось в ситуации близкой к кризисной. Отчетливо стало проявляться отставание отечественной военной авиации от ряда развитых стран, таких как Англия, Германия и США. В данных странах шло внедрение в производство новых скоростных самолетов, способных решать боевые задачи на качественно новом техническом уровне, когда в СССР на вооружении остались самолеты в большинстве своем созданные еще в 1933–1934 гг. и уже не имевшие резервов для дальнейшего развития. Авиационные специалисты, а также руководство страны видели необходимость в перевооружении советских ВВС, но новые самолеты за небольшим исключением к 1939 г. еще не были разработаны и испытаны. Наиболее острое отставание ощущалось в истребителях и скоростных пикирующих бомбардировщиках, т. е. в самолетах фронтовой авиации. Также одной из причин сдерживавших развитие самолетостроения было отставание отечественного моторостроения. Чтобы в кратчайший срок преодолеть отставание, необходим был одновременный рывок во многих отраслях самолетостроения, быстрый выход на качественно новый уровень развития техники, требовались строчные и энергичные меры. Для этого в первой половине 1939 года ЦК ВКП(б) и советское правительство провели два совещания с участием руководителей ведущих авиационных конструкторских бюро и научных институтов, работников НИИ ВВС, летчиков-испытателей. Эти собрания привели к повышению числа конструкторских коллективов для создания нового поколения советских самолетов, именно так можно быстрее запустить в массовое производство лучшие образцы техники.

Чрезвычайно важное значение для развития авиационной промышленности имело постановление КО при СНК СССР от 17 сентября 1939 г., обязавшее наркомат до 1 июля 1941 г. завершить строительство и реконструкцию в общей сложности 18 самолетных заводов и тем самым увеличить мощности отечественного самолетостроения более чем в 1,5 раза. Предусматривалось, кроме того, начать немедленное проектирование и

выбор площадок для возведения еще 9 новых объектов самолетостроения, которые, в основном, предполагалось разместить в глубинных районах страны. Позже было принято аналогичное решение по расширению и модернизации самолетоагрегатного и винтового производств. А всего в 1939 г. реконструкцией был охвачен 31 объект отрасли. Основной объем строительно-монтажных работ должен был выполнить Наркомстрой СССР. Наркомвнешторгу поручалось закупить за границей для НКАП кузнечно-прессовое и металлорежущее оборудование на сумму 14 млн. рублей. В предвоенные годы продолжалось оснащение воздушного флота страны новыми видами самолетов. Были такие как: Як-1, Миг-3, ЛАГР-3, штурмовик Ил-2, пикирующий бомбардировщик Пе-2 и др. С января 1939 года было построено 3719 новых самолетов.^[2. с120-128]

С 25 июня 1941 г. по указанию НКАП авиазаводы стали формировать и направлять в строевые авиачасти оперативно-технические группы в составе эксплуатационников, монтажников, мотористов, вооруженцев и других специалистов. Каждой группе была придана своя ремонтная база. При этом большое внимание уделялось совершенствованию технологии полевого

ремонта самолетов, в чем особенно преуспели специалисты отраслевого треста «Оргавиапром». Уже в первые месяцы войны им удалось разработать оригинальный метод клепки машин с помощью «взрыва», что позволило значительно сократить сроки ремонта и отказаться от демонтажа самолетов.

Все это в значительной степени способствовало повышению живучести самолетов и, в конечном счете, укреплению боевой мощи Советской авиации в период Великой Отечественной Войны.^[3]

Библиографические ссылки

1. Сталин И. В. О задачах хозяйственников. Речь на первой Всесоюзной конференции работников Социалистической промышленности 4 февраля 1931 г. // Сталин И. В. Соч. Т. 13. М. : Госполитиздат, 1951. С. 38–39.

2. Самсонов А. М. Страх фашистской агрессии 1939–1945. Исторический очерк. М. : Наука, 1980. С. 120–128.

3. Самолетостроение в СССР 1917–1945 гг. В 2 кн. Кн. 2 // Изд. Отдел ЦАГИ. М., 1994.

© Трушин М. А., Нетягин М. О., 2013

УДК 37.075

Д. Ф. Баляков, К. В. Кузьмина
Научный руководитель – И. В. Уваев
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

МОЛОДЕЖНАЯ ПРОЕКТНО-КОНСТРУКТОРСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ МАКЕТОВ КОСМИЧЕСКИХ АППАРАТОВ

Разработан проект: Молодежной проектно-конструкторской лаборатории макетов космических аппаратов, реализуемый в рамках сотрудничества Аэрокосмической школы, научного студенческого общества СибГАУ и партнеров проекта – ОАО «ИСС» и ООО «Центр печати».

Проект создания молодежной проектно-конструкторской лаборатории макетов космических аппаратов, реализуемый в рамках сотрудничества Аэрокосмической школы, научного студенческого общества СибГАУ и партнеров проекта – ОАО «ИСС» и ООО «Центр печати», направлен на развитие индивидуальных способностей школьников старших классов Аэрокосмической школы и студентов СибГАУ в области технических наук и инженерной деятельности, а так же предоставление учащимся возможностей развития научного поиска, поощрение и развитие исследовательской и экспериментальной деятельности, развитие творческой одаренности в области технических наук.

В ходе проекта планируется создание молодежной лаборатории, на базе которой школьниками и студентами будут осуществляться проектирование, прототипирование и изготовление макетов отечественных и зарубежных спутников в различных масштабах (1:100, 1:50, 1:20) по 3D-моделям, предоставленным партнером проекта – ОАО «ИСС» (основной российский производитель автоматических космических аппаратов).

Основные задачи проекта:

1. Популяризация достижений отечественной космонавтики и привлечение талантливой молодежи на ракетно-космические специальности СибГАУ и других профильных вузов.

2. Способствование выполнению миссии СибГАУ, заключающейся в: формировании и удовлетворении интеллектуальных, научно-образовательных и нравственных потребностей личности, общества и государства, в качественной подготовке высокопрофессиональных специалистов и научных кадров, способных ставить и решать актуальные научные, производственные и социально-экономические задачи, активно участвовать в создании инновационной структуры наукоемкого и высокотехнологичного производства, в укреплении экономического потенциала Красноярского края, Сибирского региона и России.

3. Отбор талантливой молодежи для обучения в Аэрокосмической школе и в дальнейшем в СибГАУ для формирования кадрового потенциала для предприятий ракетно-космической промышленности, прежде всего для ОАО «ИСС».

4. Привить учащимся конструкторскую культуру при проектировании и макетировании изделий ракетно-космической техники

Таким образом, этот проект направлен на совершенствование системы подготовки компетентных специалистов для предприятий ракетно-космической отрасли на основе новых образовательных технологий и структурной интеграции науки, образования и высокотехнологичного производства в целом.

© Баляков Д. Ф., Кузьмина К. В., 2013

УДК 37.075

Д. Ф. Баляков, А. А. Петров
Научный руководитель – В. В. Храпунова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М.Ф Решетнева, Красноярск

ПРОБЛЕМАТИКА СОЗДАНИЯ НАУЧНЫХ СТУДЕНЧЕСКИХ ОБЩЕСТВ

Рассматривается проблема создания, развития, поддержки и структурного взаимодействия научного студенческого общества с администрацией вуза.

В последнее время, все большее внимание, со стороны Министерства образования и науки, уделяется

созданию и развитию студенческих объединений вузов. Отдельное место отводится научным студенче-

ским обществам, на которые возлагается особая роль в структуре университета.

Любая студенческая организация, в первую очередь, должна удовлетворять интересы трех целевых аудиторий: студенчества, администрации и преподавателей. Таким образом, важная роль отводится организации правильного взаимодействия между этими тремя составляющими [1]. Вследствие чего, остро встает вопрос подбора и обучения талантливых менеджеров из числа студентов, способных в любой ситуации находить единственное правильное решение. Для этого требуется качественно новый подход в плане выбора кандидатов, отвечающих упомянутым выше требованиям. Необходимо применение системного подхода, основанного на анализе всех внешних и внутренних факторов, влияющих на продуктивность и работоспособность проектируемой научной организации, в том числе, следует учитывать психологические особенности администрации, основанные на симпатии и антипатии к выдвигаемым кандидатам [2]. Второй важной проблемой является привлечение профессорско-преподавательского состава в качестве научных консультантов для повышения эффективности работы научного общества. Трудности в этом вопросе связаны с большой загруженностью сотрудников университета собственной работой. И, наконец, третья проблема связана с самоуправлением вышеупомянутой организации. Ключевым является определение «самоуправления», основанное на принципах самоорганизации и соуправления с администрацией вуза. Решение этого вопроса, может достигаться пу-

тем введения в состав ученого совета университета представителей от научных студенческих организаций, способных внести перспективные предложения на уровне высшего звена управления вуза. Таким образом, все вышеперечисленное говорит о том, что изначально, инициатива должна исходить от студенчества.

Следовательно, развитие научных студенческих обществ, способствует популяризации научной деятельности среди молодежи. Именно этот факт ставит организацию научных обществ в число приоритетных направлений деятельности вуза. Активная работа молодежи в подобных объединениях дает огромный опыт студентам в области управления и организации научных, инновационных и социальных проектов. Позволяет студентам удовлетворить свои потребности и амбиции в научном, интеллектуальном и творческом поиске, реализовать самые смелые задумки. Все это способствует выполнению миссии университета, направленной на повышение статуса Красноярского края, Сибирского региона и Российской Федерации в целом.

Библиографические ссылки

1. Емцов Г. Н., Богданов В. В. *Азбука студенческого самоуправления*. М., 2012. 125 с.
2. Куренков В. И. *Основы системного проектирования*. Самара : Изд-во СГАУ им. акад. С. П. Королева, 2010. 250 с.

© Баляков Д. Ф., Петров А. А., 2013

УДК 378.1

Д. Ф. Баляков, Р. Д. Иванов, А. В. Семрак
Научный руководитель – Е. В. Данилова
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАУЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ, КАК ЭФФЕКТИВНОГО ИНСТРУМЕНТА УПРАВЛЕНИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

Рассматриваются проблемы развития научно-исследовательской деятельности студентов в вузах. Предложена и разработана система повышения количества студентов, занятых в научной деятельности, на основе интернет-портала.

Одно из главных в подготовке специалистов это привлечение студентов к научно-исследовательской работе, развитие их творческой активности, привлечение их к решению актуальных задач современной науки, содействие развитию образовательных и научных связей студентов.

Основной целью организации и развития научно-исследовательской деятельности студентов является повышение уровня научной подготовки специалистов с высшим профессиональным образованием и выявление талантливой молодежи для последующего обучения в магистратуре и пополнения научных и педагогических кадров университета.

Основными задачами НИД являются:

- 1) выявление наиболее одаренных и продвинутых

студентов, имеющих выраженную мотивацию к научной деятельности;

- 2) создание благоприятных условий для развития и внедрения различных форм научного творчества молодежи, базирующихся на отечественном и зарубежном опыте и результатах научно-методических разработок;

- 3) содействие всестороннему развитию личности студента, формированию его объективной самооценки, приобретение навыков самостоятельной работы и работы в творческих коллективах, овладение методологией научных исследований;

- 4) обеспечение участия студентов в проведении прикладных, фундаментальных, поисковых, методических и педагогических научных исследований по

приоритетным направлениям в различных областях науки и техники;

5) обеспечение эффективного отбора способной, одаренной и талантливой молодежи для пополнения педагогических и научных кадров вуза;

6) интеграция научно-практических потенциалов преподавателей и студентов, направленная на решение научно-технических проблем в различных отраслях науки и техники.

7) непосредственное участие студентов, в проводимых вузами научно-исследовательских, научно-технических, проектных и других работах, обеспечивается через организационные формы и мероприятия системы НИРС, которые подразделяются на:

– научно-исследовательскую работу, включаемую в учебный процесс;

– научно-исследовательскую работу, выполняемую во внеучебное время (сверх или вне учебных планов);

– научные, научно-технические организационно-массовые мероприятия, в том числе состязательного характера, стимулирующие развитие системы НИРС и приобщение студентов к творчеству (студенческие научные конференции, семинары, студенческие олимпиады, конкурсы и т. п.), одновременно определяющие результативность и эффективность собственного научного труда студентов (публикации, авторство в научных отчетах, патенты, реализуемые на практике разработки, награды на состязательных мероприятиях).

Во всех вузах приветствуется развитие данного направления и всячески поощряется желание студентов заниматься НИД. Однако, процент студентов, вовлеченных в данный вид деятельности, достаточно мал. Некоторые вузы пытаются развить данное направление путем создания НСО (научных студенческих обществ). Другие – путем материального поощрения особо отличившихся студентов (дополнительные повышенные стипендии, оплата командировок). В Сибирском аэрокосмическом университете имени М. Ф. Решетнева (СибГАУ) руководством НСО института космической техники (ИКТ) была проведена исследовательская работа по занятости студентов в НИД.

Путем опроса студентов ИКТ выяснилось, что всего 16 % студентов что-либо слышали о НИД и всего 7 % занимаются или занимались ей. Иными словами, подавляющее большинство либо не слышало о НИД вообще, либо не имеет желания ей заниматься. Опросив студентов, не желающих заниматься НИД, выяснилось, что 38 % хотели бы заниматься ей, но «не знают с чего начать». Таким образом, были поставлены следующие задачи:

- Разработка и создание общедоступной системы, позволяющей всем студентам начать заниматься НИД и максимально упростить ее;

- Решить проблему с оповещением и ознакомлением студентов о НИД и ее ближайших событиях (конференциях, олимпиадах, грантах и т. д.);

- Разработать способ общения между студентами и руководством.

Для решения поставленных задач был разработан проект «социальная научная сеть». Данное решение было принято, исходя из следующих принципов: Система должна быть доступной всем желающим, в то же время должна иметь некую защиту личной информации студентов, непосредственно занятых НИД. Также она должна быть простой в освоении и использовании.

В ходе работы была создана внутривузовская сеть, которая работает по следующим принципам:

- Зарегистрированным студентам, имеющим желание заниматься НИД (в дальнейшем участники) на электронную почту персонально приходит письмо о каком-либо новом грядущем научном событии. Таким образом решается проблема оповещения.

- Все периодические и грядущие конференции выводятся на сайте в отдельном разделе. Следовательно, студент, даже не ознакомленный с научной работой, может начать заниматься НИД.

- Для общения студентов между собой внутри сайта была создана система общения на основе программного компонента системы «Joomla!» «Community builder».

Система общения позволяет:

- Возможность приватного общения внутри сети;
- Возможность отправки письма на электронный адрес;

- Возможность ведения личного портфолио (личной страницы) участника с указанием достижений, интересов, проводимых в настоящее время исследований;

- Возможность ознакомления с другими страницами участников;

- Возможность опубликования личных достижений на своей странице (вплоть до документов подтверждения).

Стоит отметить, что посторонние участники, не прошедшие регистрацию, не имеют доступа к страницам пользователей. Подтверждение регистрации лежит на ответственных лицах. Таким образом, можно скрыть указанные личные данные участников (почта, телефон, группа и т. д.) от посторонних.

© Баляков Д. Ф., Иванов Р. Д.,
Семрак А. В., 2013

УДК 378

А. Н. Большаков
 Научный руководитель – Н. И. Пак
 Сибирский федеральный университет, Красноярск

ИНФОРМАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КОГНИТИВНЫХ ПРОЦЕССОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ МАТЕМАТИКИ

Необходимость сохранения жизни и цивилизации, стремление предсказать будущее определяет естественный стимул человека к познанию окружающего мира, себя самого, всей Вселенной. Познание мира является главной движущей силой развития человеческого общества и научно-технического прогресса.

На сегодняшний день построение актуальной модели восприятия является довольно сложной задачей, так как этому процессу нельзя дать однозначное объяснение с биологической, химической и физической точки зрения. Поэтому моделирование этого процесса происходит с помощью психофизиологической точки зрения. Для этого был изучен процесс восприятия информации, механизмы протекания процесса воздействия окружающей среды на организм, протекающие при этом процессы, структуру и взаимодействие процессов формирования мышечной, эмоциональной и сенсорной памяти, а также переход от восприятия окружающего мира до появления сознания, мышления и формирования памяти и жизненного опыта. Извлечение этого опыта и применение его к входящему потоку информации. Для получения необходимых схем и механизмов протекания вышесказанных процессов, было изучено в эволюционной развертке постепенное преобразование потока окружающей информации в осмысленный жизненный опыт. И на основании изученного материала строится модель процесса восприятия, и запоминания информации как статичная во времени модель, так и с течением времени ее изменение. Для лучшего представления данные модели описываются в графическом редакторе и преподносятся не в статике, а в анимации. Наиболее характерно отражает смысл информационного моделирования - модель мышления.

На основе эмпирического опыта мы получаем и строим чувственные образы объектов окружающего

мира. Если условно обозначить эти объекты неким алфавитом, то каждому объекту внешнего мира будет сопоставлена буква или набор букв алфавита. Если мы имеем набор образов и сопоставленный ему набор букв, например А, В, С. И если из внешнего мира мы получаем цепочку сигналов сопоставимых с объектами этого мира, например ABCD, то образы ABC имеют эмпирический образ внешнего мира, а D не знакомо из чувственного опыта, но, не смотря на это, человек в состоянии решить исходную задачу или сопоставить некий образ, но уже не из внешнего (чувственного) мира, а некую модель, домыслить или соединить с уже известными образами.

При наличии актуальной модели восприятия возможно построение процесса обучения различным дисциплинам с точки зрения физиологических особенностей человеческого организма. А также создание образовательных программ нового поколения с применением информационного подхода, что и является последующей задачей исследования.

Библиографические ссылки

1. Пак Н. И. Информационное моделирование : учеб. пособие. Красноярск : Изд-во КГПУ, 2010. 148 с.
2. Магазов С. С. Когнитивные процессы и модели. М. : Издательство ЛКИ, 2007. 248 с.
3. Солсо Р. Л. Когнитивная психология. М. : Три-вола, 1996. С. 28–36; 41–47.

© Большаков А. Н., 2013

УДК 371.3

В. Н. Вальмиспильд, Р. М. Нурдаветов, В. В. Вильянен,
 Д. М. Зуев, В. А. Погуляева
 Научный руководитель – А. В. Сорокин
 Сибирский государственный аэрокосмический университет
 имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ЦИКЛА ИНТЕРАКТИВНЫХ ОБУЧАЮЩИХ СЕМИНАРОВ «ПРИКЛАДНЫЕ ФИЗИКА И МАТЕМАТИКА В КОСМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ И ТЕХНОЛОГИЯХ» ДЛЯ ВЫПУСКНИКОВ И УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ ШКОЛ ГОРОДА И КРАЯ

Эффективность обучения студентов физико-технического и технологического профилей в значительной степени определяется глубиной и качеством освоения математики и физики в школе, осознанно сформированной профессиональной ориентацией в школьный период. Таким образом, актуальным является вопрос о составлении и проведении профориентационной работы среди выпускников и учащихся старших классов города и края.

На сегодняшний день в стране растет потребность в выпускниках вузов имеющих высшее технологическое и физико-техническое образование. В связи с этим огромное внимание необходимо уделять проведению целенаправленной профориентационной работы среди молодежи и школьников, которая должна опираться на глубокое знание основных факторов, определяющих формирование профессиональных намерений школьников и пути их реализации.

Повышение уровня физико-математической образованности студента-первокурсника и его профессиональной ориентации возможно в условиях общения со студентами разных курсов в рамках интерактивных обучающих семинаров, проводимых студентами на базе учебных и научных лабораторий, проведении учебных исследований интересных физических явлений, освоении математических методов и программных продуктов, используемых в вузовских дисциплинах.

Интерактивные учебные занятия – представляют собой учебные занятия, которые строятся на межличностном взаимодействии всех участников образовательного процесса в процессе работы над общей учебной темой [1]. Важным является разработка тем семинаров с возможностью адаптации изучаемого материала для школьников разного возраста и уровня подготовки. Интерактивный семинар как универсальная форма обучения с концентрированным образовательным эффектом наиболее широко используется в переподготовке и повышении квалификации специалистов разных отраслей и уровней. Сопутствующим образовательным результатом реализации данного проекта – активная практика авторов по освоении методов популяризации новых знаний, современных педагогических технологий.

Существует много видов интерактивных лекций, их всех объединяет то, что:

1. Она требует от обучающихся студентов активного участия и постоянной работы в отличие от традиционной лекции.

2. Интерактивная лекция это двусторонний процесс. Предполагает частую обратную связь, как от преподавателя, так и от учеников.

3. Лекция предполагает презентацию со стороны лектора или демонстрацию опыта (физического эксперимента).

4. Участникам предлагается, а иногда даже требуется взаимодействовать с преподавателем и друг с другом.

5. Лектор полностью контролирует и регулирует уровень взаимодействия между студентами.

6. Информация, полученная пассивно, через традиционную лекцию, быстро забывается. Информация, поступающая через интерактивную лекцию, активно обрабатывается и может быть легко извлечена из памяти по истечении долгого времени.

Интерактивная лекция дает возможность студентам работать различным количественным составом: индивидуально, в парах или небольшими группами. Правильно организованная лекция позволяет понять, насколько хорошо и быстро ученики усваивают предлагаемый им учебный материал. Это дает неоспоримое преимущество интерактивных лекций и семинаров над лекциями как традиционный метод преподавания [2].

В рамках данной работы проведены интерактивные лекции для этого были использованы презентации и демонстрации различных физических явлений отражающих специфику технического образования. На интерактивных лекциях были раскрыты либо затронуты такие направления в физике как физика низких температур, сверхпроводимость, оптика, фотонные кристаллы, астрономия и физика космоса, кристаллофизика, нанотехнологии, полупроводники и гетероструктуры. Многие из этих явлений являются приоритетными направлениями в современной науке и технологиях.

В процессе подготовки материала был изучен опыт довузовской подготовки Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнева (СибГАУ) и ведущих вузов России. Проанализирована научно-популярная информация инженерно-физических и физико-математических направлений в ресурсах сети Интернет, учебная литература для школ и вузов. Разработано содержание и учебно-методическое сопровождение интерактивных семинаров. Проведена апробация разработанных подходов для работы со школьниками разного уровня подготовки и возраста в школах города и края, а также на подготовительных курсах СибГАУ.

Изложение лекций в виде интерактивных семинаров значительно улучшает качество образования, наблюдался большой интерес школьников к демонстрациям. Работа студентов в виде лекторов дала более близкие отношения преподаватель-ученик. Как следствие этого – дискуссия по объяснению эксперимента или явления, что показывает глубокое понимание учебного материала и эффективность учебного процесса.

Библиографические ссылки

1. Вестник КАСУ : online версия журнала [Электронный ресурс] : Лекционный метод преподавания. Интерактивные лекции. URL: <http://rudocs.exdat.com> (дата обращения: 15.04.2013).

2. Особенности проведения интерактивных лекций [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rusnauka.com> (дата обращения: 15.04.2013).

© Вальмиспилд В. Н., Нурдаuletов Р. М., Вильянен В. В., Зуев Д. М., Погуляева В. А., 2013

УДК 378.16

Е. С. Винокурова, А. О. Гайдукова, Ю. И. Тычкина
Научный руководитель – Г.М. Гринберг
Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М.Ф. Решетнева, Красноярск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИНАМИЧЕСКОЙ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДАТЧИКОВ ФИЗИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ

Для лучшего понимания студентами принципов работы датчиков параметров физических процессов, протекающих в системах автоматического управления, предлагается использовать учебные материалы, построенные на подходах динамической визуализации.

Одним из основных направлений многосторонней модернизации современного образования в России является внедрение в педагогическую практику новых информационных технологий и средств обучения, основанных на использовании аппаратных и программных средств компьютерной техники. Использование информационных технологий и средств обучения призвано обеспечить такой важный принцип обучения, как принцип доступности обучения.

Доступность в обучении определяет такую организацию и методику обучения, при которой обучаемые сознательно и активно овладевают профессиональными компетенциями, формируют свои профессиональные позиции, определяющие стремление обучаемых к достижению собственных вершин в профессиональной компетентности с учетом их реальных способностей [1].

Реализации принципа доступности способствует достаточная наглядность обучения, для достижения которой необходимо обеспечить соответствие применяемых средств наглядности целям и задачам, содержанию и организации конкретного занятия. Кроме того, важно, чтобы средства наглядности обеспечивали комплексное отражение учебного материала, что подразумевает комплексное применение следующих видов наглядности:

- натуральную или естественную (образцы приборов, устройств, их элементов и т. п.);
- изобразительную (макеты, стенды, чертежи, рисунки, кино, видео, анимация и т. п.);
- вербально-образную (словесное изложение изучаемого теоретического материала, словесное описание назначения, конструктивных особенностей, принципов работы и т. д.);
- практический показ работы изучаемых приборов, устройств, выполнения приемов и действий при их использовании.

Несмотря на все более активное использование мультимедиа-средств, предполагающих комбинирование информационного воздействия на различные органы чувств человека (слух, осязание, и даже обоняние), а, следовательно, и на способы предъявления информации, ведущим видом восприятия информации при работе с компьютерными средствами обучения является зрительное. Выполнение этих требований предполагает наличие как традиционно наглядных, так и новых средств и приемов, позволяющих активизировать в процессе обучения работу зрения [2].

Это может быть обеспечено путем комплексного использования традиционных методических материалов (учебников, учебных пособий и т. п.) в сочетании с электронными образовательными ресурсами. Учебники, учебные пособия, как правило, являются основными элементами в учебном процессе, а электронные образовательные ресурсы выступают как дополняющие и усиливающие их эффективность, позволяющие предоставить учебную информацию максимально комфортно для обучаемых. Такое сочетание средств обучения способствует наибольшему педагогическому потенциалу при их применении.

Выделим основные преимущества электронных образовательных ресурсов:

- образная наглядная форма представления изучаемого материала;
- возможность создания средств учебного назначения с высокой динамикой входящих в них иллюстрированных материалов, выполненных с применением средства интерактивного доступа, анимации, мультипликации, а также видеоизображения, в динамике демонстрирующих принципы и способы реализации отдельных процессов и явлений;
- возможность создания объектов виртуальной реальности, позволяющих адекватно представлять фрагменты реального мира;
- возможность работы с моделями изучаемых объектов и процессов (в том числе тех, с которыми сложно познакомиться на практике);
- создание условий для самостоятельной проработки учебного материала (самообразования), позволяющих обучаемому выбирать удобные для него время и место работы с электронными образовательными ресурсами.

Важность использования электронных образовательных ресурсов мы наглядно видим в своей учебной практике. Дело в том, что нами подмечена такая закономерность: когда преподаватель дает нам визуальный материал (например, при изучении датчиков физических процессов, протекающих в системах автоматического управления) в виде обычных «неживых» изображений, то сложно понять, как эти датчики работают, не создается полная картина процесса.

Использование же компьютерного моделирования и динамической визуализации (двухмерной, а в перспективе и трехмерной) принципов действия изучаемых датчиков и физических процессов, протекающих в них, способствует более качественному пониманию студентами изучаемого материала.

В нашем институте космической техники имеется современная компьютерная техника (портативные доски, видеопроекторы и пр.), при использовании которой лекции могут быть представлены в виде пакетов презентационных слайдов в Power Point и встроенных программных модулей динамической визуализации. Но разработанных в настоящее время модулей динамической визуализации для полноценного использования компьютерной техники в нашем институте еще недостаточно.

Именно поэтому нами начата работа по разработке модулей динамической визуализации, которые могут быть использованы при организации изучения таких дисциплин, как «Элементы автоматики», «Информационно-измерительные системы и устройства летательных аппаратов» и др.

Библиографические ссылки

1. Абульханова К. А. Психология и педагогика : курс лекций / под редакцией К. А. Абульхановой, Н. В. Васиной, Л. Г. Лаптева, В. А. Сластенина. М. : Совершенство, 1998. 320 с.
2. Резник Н. А. Визуализация учебного контента в современном информационном пространстве // Информационно-образовательная среда современного вуза как фактор повышения качества образования : материалы Междунар. науч.-практ. конф. // Н. А. Резник. Мурманск : МГПУ, 2007. 172 с.

© Винокурова Е. С., Гайдукова А. О.,
Тычкина Ю. И., 2013

УДК 378.1

А. Ю. Галаюда, Н. С. Измestьев, А. Б. Бендюков
Научный руководитель – М. А. Сокольская
Красноярский государственный педагогический университет
имени В. П. Астафьева, Красноярск

РОЛЬ МОДЕЛИРОВАНИЯ, КОНСТРУИРОВАНИЯ И ПРОГРАММИРОВАНИЯ РОБОТОВ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ БУДУЩЕГО УЧИТЕЛЯ ИНФОРМАТИКИ

Рассматривается влияние занятий робототехникой на процесс профессиональной подготовки будущего учителя информатики. Предлагаются некоторые пути усиления линий конструирования, моделирования и программирования в процессе такой подготовки.

В настоящее время наблюдается дефицит качественных молодых кадров для российских предприятий, перспективной молодёжи, способной анализировать, создавать и реализовывать математические и технические модели. У абитуриентов отсутствуют навыки практической работы, представления о задачах, решаемых специалистами, результатом чего становится неосознанный выбор профессии, рост людей, не работающих по специальности.

Для будущего учителя информатики способность хорошо ориентироваться в области программирования, конструирования и моделирования играет существенную роль в профессиональной деятельности. Изучение робототехники способствует формированию системного мышления что немаловажно в работе учителя информатики как в техническом так и в методическом плане.

Одним из путей повышения уровня профессиональной подготовки учителя информатики является создание лаборатории робототехники на базе педагогического университета. Такая лаборатория является важнейшим шагом к систематизации подготовки студентов педагогического университета и, в перспективе, обучения школьников основам конструирования, моделирования и программирования на основе практической деятельности и в процессе совместной разработки робототехнических проектов.

В процессе развития исследовательской и материальной базы проекта создания лаборатории робото-

техники в КГПУ имени В. П. Астафьева планируется реализация следующих целей:

- 1) содействие профессиональному становлению и специализации студентов университета через привлечение студентов к решению задач лаборатории;
- 2) разработка методической системы обучения школьников моделированию, конструированию и программированию в области робототехники;
- 3) выполнение научно-исследовательских работ в области робототехники;
- 4) разработка учебно-методических материалов;
- 5) подготовка команд к всероссийским и международным соревнованиям.
- 6) При создании лаборатории робототехники в ИМФИ была сформирована команда из нескольких студентов, которые начали изучать робототехнику самостоятельно, а научный руководитель выполнял роль тьютора и консультанта. В процессе изучения данного направления нами были получены:
- 7) знания по образовательной робототехнике как междисциплинарном направлении, которое интегрирует знания о физике, технологии, кибернетики и ИКТ в мире, стране, регионе;
- 8) умения поиска нужной информации, применения алгоритмического подхода к разработке модели;
- 9) навыки моделирования, конструирования и программирования роботов, командного взаимодействия.

В ходе работы с заинтересованными школьника-

ми, проведении пробных занятий выяснилось, что интерес к рассматриваемому нами направлению неуклонно возрастает. Учащиеся средней и старшей школы готовы изучать робототехнику в различных её аспектах. В связи с этим нами была начата разработка учебных программ для обучения школьников и программ подготовки команд для участия в региональных, всероссийских и международных соревнованиях по робототехнике.

В целом можно сказать, что занятия робототехникой позволяет посмотреть на программирование, моделирование и конструирование с иной позиции, более приближенной к профессиональной педагогической деятельности.

Исследование ведётся при поддержке программы стратегического развития КГПУ имени В. П. Астафьева, проект № 03-1/12.

Библиографические ссылки

1. 123 эксперимента по робототехнике / М. Предко ; пер. с англ. В. П. Попова. М. : НТ Пресс, 2007. 544 с.
2. Пак Н. И. Проективный подход в обучении как информационный процесс : монография. Красноярск : Изд-во КГПУ, 2008. 111 с.
3. Подласый И. П. Педагогика: 100 вопросов – 100 ответов : учеб. пособие для вузов. М. : Владос-пресс, 2004. 224 с.

© Галаюда А. Ю., Измestьев Н. С.,
Бендюков А. Б., 2013

УДК 378.17

Н. В. Мацук¹, Н. В. Анохин²

Научные руководители – Г. М. Гринберг, А. В. Анохина

¹Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск

²Красноярский государственный медицинский университет
имени профессора В. Ф. Войно-Ясенецкого, Красноярск

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩЕЙ НАПРАВЛЕННОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ЧЕРЕЗ ЕГО РАЦИОНАЛЬНУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ И ПРИМЕНЕНИЕ ПСИХОТЕХНИК

Под влиянием учебно-трудовой деятельности работоспособность студентов претерпевает изменения, которые отчетливо наблюдаются в течение учебного занятия, дня, недели, на протяжении каждого полугодия и учебного года в целом. Предлагается повышать работоспособность студентов путём оптимальной организации учебного процесса и применения психотехник.

Состояние здоровья студентов – одной из представительных групп молодежи России, насчитывающей свыше 3 миллионов человек, является актуальной проблемой современного российского общества. Качественная подготовка высококвалифицированных кадров, призванных обеспечить устойчивое экономическое развитие государства, тесно связана с сохранением и укреплением здоровья, повышением работоспособности студенческой молодежи. Вместе с тем все возрастающие требования к уровню подготовки специалистов, обусловленное с этим увеличение потока учебной и научной информации, внедрение в учебный процесс инновационных образовательных, компьютерных технологий, приводят к перегрузке студентов. Повышается их психоэмоциональная напряженность, истощаются адаптационные резервы нервной, эндокринной и иммунной систем, ухудшается функциональное состояние организма и как результат этого – общее снижение уровня работоспособности у студентов. А отсюда следует и все остальное: хромающее качество обучения, академическая неуспеваемость и т. д.

Здоровье и обучение взаимосвязаны и взаимообусловлены: чем лучше здоровье студента, тем продуктивнее обучение. Поэтому одним из главных лимити-

рующих факторов эффективности образовательного процесса в вузе в условиях высокой психолого-педагогической интенсивности учебного процесса становится фактор здоровьесбережения обучающихся, которое может быть обеспечено путём применения здоровьесберегающих образовательных технологий.

Целью работы является определение педагогических условий применения здоровьесберегающих технологий как средства повышения работоспособности студентов в учебно-воспитательном процессе вуза.

Под здоровьесберегающей образовательной технологией будем понимать такую организацию учебного процесса, которая создаёт максимально возможные условия для сохранения, укрепления и развития духовного, эмоционального, интеллектуального, личностного и физического здоровья всех субъектов образования (учащихся, педагогов и др.), для поддержания на должном уровне функциональное состояние их организмов.

Интегральным показателем функционального состояния организма студента, его изменений является работоспособность. Уровень работоспособности зависит от многих факторов: физиологических (функциональная зрелость организма, функциональное состояние, состояние здоровья и т. п.), психологических

(самочувствие, эмоциональное состояние, мотивация и т. п.), внешнесредовых (условия организации деятельности, время дня, года и т. п.) [1].

Для работоспособности характерны общие закономерности, которые проявляются на протяжении учебного занятия, в течение учебного дня, недели, учебного года. Динамика работоспособности имеет четкие стадии подъёма и спада, которые в совокупности включают в себя несколько периодов: вработывание, устойчивый период (оптимальной работоспособности), компенсированное утомление и предутомление (период неустойчивой работоспособности, или компенсаторной перестройки), утомление (см. таблицу).

Работоспособность отражает рациональность организации учебного процесса, его эффективность и соответствие возможностям студента. Если условия и организация работы или требования, предъявляемые к студенту, не соответствуют его функциональным возможностям, удлиняется период вработывания, сокращается период оптимальной работоспособности и резко наступает утомление. И наоборот рациональная организация учебных занятий сокращает период вработывания, способствует удлинению периода опти-

мальной работоспособности и отодвигает, делает менее выраженным утомление.

Наряду с этим для повышения работоспособности студентов следует применять различные психотехники, использованию которых в современной системе высшего образования в последнее время уделяется всё больше внимания [2]. Психотехники, являясь системой специально организованного интенсивного воздействия, могут стать тем методом, который поможет решить многие из актуальных проблем: способствовать длительному сохранению и создать условия для ускоренного восстановления работоспособности студентов в учебном труде; сократить период вработывания; помочь развить эмоциональную и волевую устойчивость к сбивающим факторам; повысить выраженность эмоционального фона; снизить физиологическую стоимость учебного труда на единицу работы; содействовать успешному выполнению учебных требований и хорошей успеваемости.

Навыки по организации своего труда и психотехникам пригодятся выпускникам после окончания вуза в их профессиональной деятельности.

Динамика работоспособности студентов

Фазы работоспособности	Уровень работоспособности
Вработывание	Постепенное улучшение качественных показателей труда. Характеризуется постепенным повышением работоспособности и образованием рабочей доминанты
Оптимальная (устойчивая) работоспособность	Высокий. В этой фазе изменения функций организма адекватны выполняемой учебной деятельности
Полная компенсация (компенсированное утомление)	Постепенный спад. Появляются начальные признаки утомления, которые компенсируются волевым усилием и положительной мотивацией
Неустойчивая компенсация (некомпенсированное, преодолеваемое утомление)	Нарастает утомление, замедляется мышление и скорость переработки информации, ослабевает память, снижается внимание. Продуктивность учебной деятельности снижается.
Прогрессивное снижение работоспособности	Возможно некоторое повышение работоспособности за счет мобилизации резервов организма (конечный прорыв), а также за счёт рациональной организации учебного занятия

Библиографические ссылки

1. Безруких М. М. Психофизиологические основы эффективной организации учебного процесса. *Здоровье детей*. 2005. № 1 (296).

2. Андреева А. А., Алешина И. Н. Повышение стрессоустойчивости студентов в учебной деятельности [Электронный ресурс]. URL: http://confcontact.com/20110225/pe1_andreeva.php.

© Мацук Н. В., Анохин Н. В., 2013

УДК 378.1

И. С. Яковлев

Научный руководитель – М. А. Сокольская
Красноярский государственный педагогический университет
имени В. П. Астафьева, Красноярск

ИЗУЧЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ CUDA ПРОГРАММИРОВАНИЯ ГРАФИЧЕСКИХ СОПРОЦЕССОРОВ В ПРОФИЛЬНЫХ КЛАССАХ СРЕДНЕЙ ШКОЛЫ

В данном исследовании рассмотрены вопросы экспериментальной методики обучения школьников профильных классов параллельному программированию в технологии CUDA. Сформулированы проблемы в практике обучения параллельному программированию и описаны результаты пробных занятий.

В течение последних десяти лет в области информационных технологий, теоретической информатики и программирования произошел качественный ска-

чок, связанный с все более широким распространением и популяризацией многопроцессорных и многоядерных вычислений. Данная тенденция в дальней-

шем будет только усиливаться, что приводит к необходимости пересмотра существующих образовательных программ всех уровней с целью их приведения в соответствие реальному состоянию предметной области информатики.

Важную роль в развитии вычислительной техники играют графические ускорители, которые давно уже из простой аппаратной поддержки графики преобразовались в полноценные вычислительные сопроцессоры с производительностью на порядки превышающей производительность центральных процессоров. Новые поколения не должны отставать от развивающихся технологий, должны понимать не только то, что графическое устройство необходимо для обработки графики и вывода её на экран, но может быть и должно быть использовано для решения сложных вычислительных задач.

Целью нашего исследования является разработка методики обучения школьников основам программирования видеокарт в технологии CUDA.

В процессе работы над данной тематикой нами был произведен анализ литературы по технологии параллельного программирования CUDA. Из того что было проанализировано, отобрали и сформировали содержание необходимого теоретического и практического материала который будет наиболее подходящим для учеников десятых и одиннадцатых классов профильного обучения.

Исходя из полученного содержания был произведен анализ и определены наиболее подходящие дидактические принципы и подходы к обучению, которые станут основой методики обучения. Поскольку для овладения достижениями человеческой культуры каждое новое поколение должно осуществить деятельность, аналогичную (хотя и не тождественную) той, которая стоит за этими достижениями, было решено в основу методики взять деятельностный подход.

Затем определены основные методы и формы обучения, и разработан план занятий с их содержанием. В связи с тем, что технология CUDA является сопроцессором центрального процессора и неким модификатором (дополнением) языка C, разработанный план элективного курса включает в себя изучение основ программирования на языке C. Примерное количество времени необходимое для проведения подобного элективного курса составляет не менее 24-х часов.

Придерживаясь разработанной методики, был проведен эксперимент. Эксперимент проводился в

гимназии Универс, на группе учеников 10 класса, состоящей из семи мальчиков. Группа занималась на профильной лаборатории по изучению языков программирования, в которую входило изучение языка C. Благодаря этому, можно было сразу переходить к изучению технологии параллельного программирования. Перед тем как начать было проведено тестирование на знание языка. В целом дети справились неплохо и для того чтобы изучать CUDA были готовы.

Проведя эксперимент, была выявлена хорошая преемственность информации учащимися. Дети хорошо взаимодействовали как друг с другом так и со мной, выполняли все задания и тесты. Но для того чтобы сделать урок более интересным, необходимо перестроить план уроков иначе. Большинство понятий ученики запомнили, но донести смысл полностью не удалось из-за сложности понятий.

В дальнейшем планируется перестроить план, дабы не перегружать детей теорией и сложными понятиями. На мой взгляд, наиболее эффективнее было бы начать с первого урока программирование, с простого примера, а в дальнейшем объяснять по пунктам, что добавлено, что изменилось, и какие варианты изменения существуют помимо представленного.

В целом учащиеся неплохо справились с поставленными перед ними задачами. Они полностью готовы получать новые знания, но для этого необходима хорошая мотивация, которая подтолкнёт к изучению столь сложной темы.

Разработанная методика поможет учителям в обучении информатике учащихся профильных классов средней школы, помимо этого методика может помочь в организации знаний взаимодействия параллельных процессов.

Библиографические ссылки

1. Лернер И. Я. Дидактические основы методов обучения. М. : Педагогика, 1981. 186 с.
2. Пак Н. И. Проективный подход в обучении как информационный процесс : монография. Красноярск : Изд-во КГПУ, 2008. 111 с.
3. Технология CUDA в примерах: введение в программирование графических процессоров : пер. с англ. А. А. Слинкина ; науч. ред. А. В. Боресков. М. : ДМК Пресс, 2011. 232 с.

© Яковлев И. С., 2013

СОДЕРЖАНИЕ

От редакционной коллегии	3

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Секция «ЭКОНОМИКА И БИЗНЕС»

Бахмарева К. К. Аудит справедливой ценности – основа моделирования ценности наукоемкого производства	7
Башурова Е. С., Качурина В. В. Государственная финансовая поддержка наукоемкого предприятия как инструмент увеличения их стоимости	8
Белоусова П. П. Перспективы развития авиадвигателестроения в России	9
Буданасва С. А. Перспективы развития современного наукоемкого производства	11
Вайда О. В., Воробьева Л. Е. Инновационное развитие Красноярского края	11
Валеева Д. Х., Решетова Т. В. Проблемы и перспективы инновационного развития России	13
Вершанская Е. С. Совершенствование производства гражданской продукции ОАО «Красмаш»	14
Володин А. Ю. Нормативно-правовые акты, как фактор, препятствующий инновационному развитию предприятий ОПК	15
Гринева М. А. Проблемы финансирования инновационной деятельности предприятий ОПК	16
Гришкявичус Р. С. Инвестирование инновационных проектов в аэрокосмической отрасли	18
Губайдуллина Э. Э. Совершенствование организации управления производством на основе концепции бережливого производства в Красноярском крае	19
Дибина Е. В., Корнющенко Е. В. Наукоемкие технологии и их роль в современной экономике	21
Иванов С. В. Специфика и особенности инжиниринга в Сибири	22
Кадач А. А. Основные приоритеты и стратегические направления научно-технического развития России	24
Карась Ю. А. Внедрение технологии нанесения износостойких упрочняющих покрытий на специальный режущий инструмент	25
Карповская Е. Е. Механизмы стимулирования инвестиционной деятельности в регионе на примере Красноярского края	27
Конева М. Б. Кадровый потенциал оборонно-промышленного комплекса России	28
Котолкян М. А. Разработка программы энергосбережения ФГБОУ ВПО «СибГАУ имени академика М. Ф. Решетнева»	29
Кошина А. А. Прикладные аспекты современных теорий менеджмента	30
Кудряшова А. О., Карпова А. Ю. Проблемы финансирования оборонно-промышленного комплекса	31
Левина Е. В. Сколково как внутренний оффшор	33
Луцай А. А. Механизм трансфера наукоемких технологий	34
Макарчук Д. С. Менеджмент инноваций	37
Махлайд И. А., Бибик С. А. Развитие бизнес-инкубаторов в России	38
Мельников М. В., Терещенко К. В. Минимизация негативных последствий для промышленности России при вступлении в ВТО (на примере ОАО «Красмаш»)	39
Музыкантова М. В. Международный и российский опыт защиты и реализации прав интеллектуальной собственности	41
Остапенко О. А. Определение сильных и слабых сторон, возможностей и угроз развития железнодорожного транспорта на территории Красноярского края	42
Прохорова Е. В. Оценка показателей облигационного займа	43
Радионова К. В., Кононова Е. В. Промышленные парки как элементы системы поддержки малого и среднего производственного предпринимательства	44
Радыгина А. Г. Поддержание, развитие и использование системы ГЛОНАСС на 2012–2020 годы	46

Сапегина О. А., Шпагина М. Д. Альтернативные варианты стратегического развития Красноярского края	47
Степанова К. А. Проблемы развития авиационной промышленности в России	49
Суханова Е. А. Разработка стратегии инновационного развития предприятия	50
Сученкова В. С. Стратегический анализ развития стоматологических услуг в Красноярске	51
Таначева Ю. Н. Проблема образования в аэрокосмической отрасли	53
Терещенко К. В., Мельников М. В. Формирование эффективных методов венчурного управления	54
Хралович Д. Е. Функции руководителя в управлении инновационным предприятием	55
Чекаловец М. А. Инструменты антикризисного управления в современных условиях	57
Шарифуллина Я. Ш. Развитие кластера инновационных технологий в ЗАТО Железногорск Красноярского края	58
Штанговец Е. С., Зальцман Е. Г. Развитие малых инновационных предприятий в России	60

Секция

«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНОГО И ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ»

Аверина Ю. В. Опыт развития проектов малоэтажного строительства в России и Красноярском крае	62
Бурыкин А. К. Два способа оценки рисков строительных проектов	63
Лихачев М. В., Шангина Е. А. Особенности управления проектами в космической отрасли	66
Мартоян А. М. Проблемы инвестиционной привлекательности проектов предприятий электроэнергетики	67
Шангина Е. А. Проблемы при реализации проектов в космической отрасли	69

Секция

«ОСВОЕНИЕ КОСМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ»

Артеменко Д. В., Гудков М. В. Космические технологии: инженерная мысль XX века – качество жизни в XXI веке	70
Голубкина М. Г. Эффективность частных компаний на мировом космическом рынке	71
Мацкив А. А. Двигатели лунной программы НК-33	72

Секция

«МАРКЕТИНГ И КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ КОСМОСА»

Албычаков С. И., Албычакова И. И. Мерчендайзинг как инструмент влияния на поведение потребителей	74
Бирюкова К. В. Маркетинг образовательного учреждения на примере КМОУ «БМСОШ № 2»	75
Бутрина А. В. Партизанский маркетинг	76
Бушватюк Д. В., Тимошкина Я. А. Ценообразование инновационных продуктов	77
Горбунова Т. Г., Савельева В. В. Космический туризм	78
Грунина М. А. Разработка стратегии продвижения ЗАО «Фирма «Культбытстрой»	79
Исаева А. В. Маркетинговые проблемы рынка нефтепродуктов России	81
Камышова Д. С., Спрыжкова А. С. Маркетинговое сопровождение разработки нового товара на рынке киноуслуг г. Красноярска	82
Константинова А. А. Разработка стратегии развития предприятия ООО «Красная заря»	83
Кончев Я. А. Ценовая политика российского телекоммуникационного холдинга «ЭР-Телеком» на рынке г. Красноярска	84
Косякова А. А. Разработка стратегии развития предприятия ОАО «ПК «Балтика»	85
Крымова Н. А. Разработка плана маркетинга проекта «Элитная недвижимость» ООО «Новый город» на рынке г. Красноярска	87
Курухова И. Ф., Алатырева М. В. Интернет-технологии и маркетинг	89
Кустов И. А., Шамара Ю. А. Модель выбора ярмарочно-выставочных мероприятий в продвижении продукции предприятий авиакосмической отрасли на примере ОАО «Информационные спутниковые системы»	89

Могилат М. С. Государственные и частные космические организации. Проблемы взаимоотношений	91
Павленко А. Н. Выбор портфельных стратегий на примере туристической фирмы	92
Павлова Е. О. Отбор и оценка стратегий развития ОАО «Красмаш»	93
Пацук А. Б., Лобов А. С. Фабула космомаркетинга	94
Рожкова Е. О., Рожкова О. О. Предложения по развитию и продвижению туристических услуг (на примере Ольхонского района Иркутской области)	96
Свердюк Л. А. Производственно-хозяйственные возможности предприятий в системе маркетинга	96
Сёмина А. О., Давыдова А. А., Вольных И. И., Черных А. И. Исследования причин выбора вуза	97
Старовойт Е. С. Стратегический анализ среды функционирования ОК РУСАЛ (алюминиевые дивизионы)	98
Тетерева И. М. Разработка товарной стратегии промышленного предприятия	100
Холкина Я. С. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия	101
Христолюбова Е. В. Особенности спутниковой системы «Гонец» и ее связь с маркетингом	103
Чабала Е. С. Маркетинговые стратегии ОАО «КЗХ «Бирюса»	104
Шурганова А. А., Колпаков Д. В. Разработка стратегии продвижения российско-голландской программы подготовки и переподготовки специалистов в области маркетинга и продаж RIMA	105
Яковлева К. В. Совершенствование политики продвижения ГПКК «Губернские аптеки» на рынке г. Красноярск	107

Секция

«УПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ»

Афонин А. А., Кузьмик Д. Э. Использование экспертных методов при разработке управленческих решений	108
Баранова М. В. Использование принципа мультиагентности для управления инновационной деятельностью предприятий региона	109
Белякова А. А. Технологический менеджмент как основа развития предприятия	111
Бирюкова К. В. Материальная мотивация персонала на примере ОАО «Красмаш»	112
Богачева А. М. Проблемы применения метода анализа иерархий при принятии решений	113
Бондаренко А. С. Стратегия управления интеллектуальным капиталом виртуальной организации	114
Бутрина А. В. Управление межличностным конфликтом на примере промышленного предприятия ОАО «КЗХ «Бирюса»	115
Ермолик А. В. Проблемы защиты информации в управленческих документах	116
Кожова А. А. Проблемы управления маркетинговой деятельностью торговой организации	118
Кучер А. А. Особенности управления креативными работниками в организации	119
Лишутина О. А., Парамонова А. А. Применение теории игр при стратегическом планировании фирмы	120
Лишутина О. А., Парамонова А. А. Создание эффективной системы управления структурного подразделения вуза	121
Максимова Е. С. Проблемы реализации управленческих решений	122
Митина М. С. Международные стандарты в делопроизводстве российских предприятий	124
Немчинов О. А. Возможность применения метода анализа иерархий в рамках реализации технологии долгосрочного планирования	125
Павленко А. Н. Особенности социально-психологических методов управления персоналом корпораций	126
Пацук А. Б., Лобов А. С. Проблемы внедрения системы электронного документооборота на промышленных предприятиях	128
Пилипенко В. В. Роль человеческого фактора при разработке управленческого решения	129
Резаев Е. И., Тюлюш Ч. О. Проект по переработке изношенных автомобильных шин и резиновых технических изделий в резиновую крошку	130

Рубан В. Е. Состояние и тенденции развития консалтинговой деятельности в Российской Федерации	132
Свердюк Л. А. Модели лидерства в современной практике	133
Сухобокова М. В. Роль критериев эффективности при принятии управленческих решений	134
Терещенко К. В., Мельников М. В. Инструменты стратегического планирования предприятий оборонно-промышленного комплекса	135
Тюмкаева М. Е., Цыганова Е. П. Актуальность введения региональных авиаперевозок в РФ на примере рейсов Самара – Казань	136
Чибисов П. А. Формирование антикризисной стратегии промышленного предприятия	137
Щебетун В. В., Игнатович А. А. Разработка механизма управления высвобождением персонала (на примере магаданского филиала ОАО «Дальсвязь»)	138
Ювкина А. В. Основные направления развития хлебобулочного предприятия	140

Секция

«МЕНЕДЖМЕНТ В НАУКОЕМКИХ ПРОИЗВОДСТВАХ»

Богачева А. М. Разработка маркетинговой стратегии в наукоемких отраслях	142
Гецов М. А. Позиционирование продукта в наукоемких отраслях	143
Пузанов А. А., Касьянов А. А., Кишкан В. В. О компетенциях государственных гражданских служащих в сфере государственно-частного партнерства	144
Рыженкова М. В. Особенности менеджмента в наукоемких производствах и характеристика его развития в России	146
Саламатова А. В. Обоснование направлений развития инновационной сферы в России	148
Самошкина Н. В. Направления использования творческого подхода в управлении компанией	149
Сидорова Л. Н., Сученкова В. С. Формирование ключевых характеристик инновационных проектов для регистрации в реестре инновационной продукции, рекомендуемой к использованию в РФ	150
Сукиасян А. А. Криптографические методы защиты информации для предприятий наукоемких отраслей	151
Сухобокова М. В., Цацорин А. В. Обучающаяся организация как эффективная модель в инновационной среде	152
Торлопова Е. С. Инновационная стратегия развития бизнеса	153
Торопова М. О. Инструменты реализации стратегических маркетинговых мероприятий на предприятии	154

Секция

«ФИНАНСЫ И КРЕДИТ»

Божко Е. И. Использование имитационного моделирования при оценке устойчивости и целесообразности инвестиционной стратегии	156
Землянюк М. П. Проблемы увеличения оборачиваемости дебиторской задолженности предприятия	157
Кольяк М. В. Рынок альтернативных инвестиций АИМ для компаний малой и средней капитализации в России	158
Метелькова Ю. В. Налоговые источники финансирования общественного сектора	160
Молотилова К. С. Проблемы развития малой авиации в России	161
Паранина А. М. Оценка кредитоспособности заемщиков в Российской Федерации	162
Рожкина Н. Р., Рымарчук А. А. «Мист» – новая инвестиционная идея от «GOLDMAN SACHS»	163

Секция

«СОВРЕМЕННЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ АЭРОКОСМИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА»

Анципирович Т. В., Игнатова Д. С. Применение логистических инструментов на промышленных предприятиях	166

Бревнов В. Г. Особенности применения корректировки таможенной стоимости на современном этапе	167
Бронников В. О. Таможенные органы в борьбе с контрафактом	169
Бунавцова Е. В. Направления совершенствования механизмов муниципально-частного партнерства при реализации инфраструктурных проектов	170
Бутусин А. С., Мирошниченко О. В. Разработка сбалансированной системы показателей возвратной логистики на промышленном предприятии	172
Бутусин А. С., Чуркина О. И. Проектирование инновационного таможенно-логистического терминала	173
Горошко В. С. Классификация характеристик адаптивных систем управления дорожным движением	175
Жировов Д. А. Управление денежными потоками на предприятии	176
Зверева А. С. Особенности оценки качества транспортных услуг	177
Казакова С. В. Проблемы таможенной экспертизы при проведении таможенного контроля и возможные пути их решения	179
Киселева Д. К., Немчинов О. А. Анализ степени воздействия систем обеспечения авиационной безопасности на пассажиров аэропорта	180
Ковалева О. И. Особенности развития логистики здравоохранения на территории Красноярского края	181
Козуля И. Ю. Репатриация резидентами валютной выручки	183
Кузменко Е. В. Особенности организации перевозки внешнеторговых грузов железнодорожным транспортом	184
Куликова А. И., Романова Ю. В. Логистика и дислокация ритейлеров на примере региональной торговой сети командор (г. Красноярск)	186
Курдюк Ю. А. Развитие международной торговли товарами, содержащими объекты интеллектуальной собственности	187
Лапатская Е. А. Проблемы таможенного оформления и таможенного контроля товаров в неторговом обороте	188
Лишутина О. А., Парамонова А. А. Формирование стандарта логистического оператора класса А	189
Любецкий А. В. Проблематика введения единого таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности	190
Мамонова Ю. С., Русина Ю. В. Проблемы внедрения автоматизированной системы управления складом	192
Миронович В. В. Управление поставщиками как основной элемент осуществления эффективного материально-технического снабжения на аэрокосмическом предприятии	193
Мохнаткин В. В. Рациональное обращение с бытовыми отходами как составляющая городской логистики: отечественный и зарубежный опыт	194
Немчинов О. А., Паршикова И. Е. Условия и тенденции развития региональных авиаперевозок в России	196
Панкова Е. А. К вопросу о понятии «логистические затраты»	197
Паршикова И. Е. Особенности развития рынка деловой авиации	198
Покид А. Т., Свисенко Н. С. Потенциал рынка логистических посредников города Иркутска	200
Резанова Ю. С. Инструменты управления заказами на промышленном предприятии	201
Родионова К. А. Контрафакция и фальсификация: общее и различия	202
Самарцева А. В. Использование диаграммы Исикавы в целях формирования городской логистической инфраструктуры	203
Сосновская Е. А. Актуальность проблемы защиты товарных знаков	205
Степаненко А. Ю. Основные содержательные элементы построения имитационной модели, транспортировки продукции предприятия	206
Степура Т. Г. Современное состояние и тенденции развития российского рынка грузовых авиаперевозок	208
Турчина Н. С. Повышение эффективности работы менеджера по закупкам на основе автоматизации процесса формирования заказа	209
Фаер М. Е., Матвеева К. А. Анализ развития транспортных услуг в городе Красноярск	211
Яркова Я. А., Гальцова В. А. Организация процесса закупочной деятельности торгового предприятия	212

Секция

«ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ»

Антонова А. В. Внутрифирменные коммуникации как инструмент конфликт-менеджмента	214
Аюрзанайн Д. Д., Архипенко С. А. Почему аутстаффинг востребован на рынке?	214
Дмитриев И. А., Кошина А. А. Проблемы и актуальность создания команд топ-менеджеров	216
Конева Е. В., Иванова В. О. Инновационные технологии анализа рисков при подборе персонала	217
Конева Е. В. Способы минимизации потерь при использовании инновационных методов подбора персонала	219
Краснопеев А. И., Хралович Д. Е. Кадровый дефицит на российском рынке авиаперевозок	221
Нечупей Е. В. Дополнительное профессиональное образование государственных служащих в Красноярском крае	222
Нечупей Е. В. Профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации государственных и муниципальных служащих в Красноярском крае	223
Подвержных У. С. Формирование кадрового потенциала инновационных организаций аэрокосмической отрасли	225
Пузанова Г. А. Особенности обеспечения информационной безопасности предприятий малого и среднего бизнеса	226
Садыкова П. С. Болонская система образования в России: плюсы и минусы	228
Тричегруб А. Г. Социальная политика в обеспечении развития инновационных процессов на промышленном предприятии	229
Фаер М. Е., Матвеева К. А. Анализ развития профессиональных стандартов	230
Чиганова А. П. Инновационные игры как один из эффективных методов подготовки квалифицированных кадров	232
Шолухова А. С., Гимальдинова Т. В. Тенденции и проблемы развития корпоративных университетов	233

Секция

«ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК»

Баскаков И. А. Фирменный стиль авиакомпаний, присутствующих в г. Красноярске	235
Белоусова К. И. Архетипы в рекламе	236
Белоусова К. И., Бергер М. А. Языковая картина мира	237
Бояркина К. Ю. Оценка эффективности инструментов информационной политики законодательных органов власти (на примере Законодательного Собрания Красноярского края)	239
Гайнанова С. М. Об оказании риэлтерских услуг в России	240
Горбачева А. И. К вопросу об античном представлении культуры	241
Городкова Ю. Ю. Информационные технологии в образовании	242
Зайка А. Ю. Социальный маркетинг для некоммерческих организаций	243
Замятина Э. В. Специфика информационных технологий в управлении сознанием людей	245
Зверев К. И. Пространство Интернет	246
Зотов К. В. Принцип единства мира в контексте учений о космосе в ранней греческой философии	247
Крылывец А. А. Краудсорсинг	248
Куропатина Е. М. Оптимизация клиентской базы средствами информационных технологий	250
Кучер А. А. Реклама и религия. Вопросы взаимодействия	251
Левко К. В. Социальные сети как средство формирования имиджа автомобильного концерна Volvo	252
Манченко Л. А. Культура в эпоху интернета: изменение ценностных ориентаций	254
Назарова А. И. Информационные технологии в государственном управлении	255
Назарова А. И., Бергер М. А. Язык российской политики	256
Насырова О. А. Манипуляция массовым сознанием – один из способов управления людьми в сфере информационных технологий	258
Насырова О. А., Замятина Э. В. Проблемы внедрения и использования информационных систем в организации	259

Парамонов А. В. Механизмы управления миграционными процессами в России.	
Зарубежный опыт	260
Пахилова Т. С. Русский язык в интернете и языковая политика	261
Пахилова Т. С., Юрченко Д. С. Язык как средство коммуникации России и Южной Кореи	263
Пискорский Д. М. Рекламные стереотипы и их роль в формировании обыденного знания	264
Савушкина А. А. Реклама как субъект атрофирования индивидуальности	265
Соколова О. В. Виртуальные альбомы как форма хранения и представления визуальных данных	266
Страшко И. О. О вопросах автоматизации в сфере маркетинга	268
Тахтуева К. В. К вопросу о выделении объективных условий в развитии исторической эпохи	269
Шишлова А. В. Культурные черты постсовременной эпохи	270
Яковлева Н. Б. Библиометрия – как метод анализа и разработки данных информации	272
Якутова О. М. Шрифт как элемент дизайна веб-сайта	273
Ярв А. В. Защита детей от негативного воздействия рекламы	274

Секция

«ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В АЭРОКОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ»

Барышова Н. А. Развитие и проблемы нормативно-правовых основ космической деятельности в российской федерации	276
Безъязыкова Н. А., Плотко К. О. Челябинский метеорит: можно ли получить страховку?	277
Белобородова А. Н. Проблема правового регулирования в области добычи полезных ископаемых в космическом пространстве	279
Владимирова А. О. О некоторых аспектах источников космического права	280
Ворожейкин В. А. Правовой аспект воздушного терроризма в России	281
Голованов М. В., Иноземцева В. В. Проблемы нормативно-правового обеспечения страхования космических рисков	283
Голубкина М. Г., Русакова О. А. Некоторые проблемы эксплуатации частных летательных аппаратов	284
Горнаков К. О. Тайна третьей планеты: развитие космического туризма в России	285
Грачёва М. А. Вопросы юридического определения космического мусора	286
Даньшин А. А. Проблемы развития положений международного космического права о спасании и возвращении космонавтов и объектов, запущенных в космическое пространство	288
Долидудко Д. А. Пробелы налогообложения в российском законодательстве	289
Зуева О. В. Присвоение космического пространства и его правовое регулирование	290
Курбанова Д. О. Правовой анализ использования космического пространства в мирных целях	291
Макарова Е. А. К вопросу о принципах космического права	293
Максимова М. Н., Алексеев Р. Р. Проблемы развития международного воздушного права	294
Наумцев Н. И. Экспортный контроль космической деятельности	295
Ненахова В. С. Проблемы нормативно-правового обеспечения страхования космических рисков в Российской Федерации	296
Рябов Д. А. Правовой статус беспилотных летательных аппаратов в мировой практике и в Российской Федерации	298
Сафронов В. В. К вопросу о правовой природе космического пространства	299
Скопцова К. С. Проблемы правового регулирования воздушного терроризма в России и мире	300
Сызганова А. С., Борисенко С. А. К вопросу о воздушном хулиганстве	302
Трофимова В. В. Правовое обеспечение инновационного развития космической деятельности	303
Тягусева Ю. И. Проблема правового регулирования в области правил разработки природных ресурсов небесных тел	305
Щеголькова Д. В., Сидоров А. В., Орешкина Е. И. Роль подвижничества в освоении космоса	306
Яковлева М. С. Частные космические компании в России	307

Секция

«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И РЕГИОНАЛИСТИКИ»

Авиш В. А. Проблемы и тенденции развития информационных технологий в бизнесе	309
Баранова С. А. Сокращение расходов в семейном бюджете	310
Белова Н. В., Томилина А. И. Информация как фактор производства	312
Болотова А. А. Повышение уровня налоговой культуры как основа предупреждения налоговой преступности	312
Грачёва М. А. Оценка экономической эффективности повышения качества продукции	314
Дедюрина О. В., Киселева Д. С. Развитие малого предпринимательства в Красноярском крае	315
Елистратова А. А. Перспективы ипотечного кредитования в Красноярском крае	317
Ермолик А. В. Налоги как инструмент государственного регулирования экономики	318
Жданович Л. Ю. Российский рынок лизинга. Развитие лизинговой деятельности в России и развитых странах	320
Запругайло А. М. Экономика природопользования нерациональное использование природных ресурсов в РФ	321
Имихович А. О., Сурменкова К. Ю., Шашин А. А. Возможности участия малого бизнеса в госзаказе и системе закупок госкомпаний и крупного бизнеса в России	322
Кадникова Н. В. Проблемы нефтяной отрасли России	323
Карась А. А. Маслоделие в Сибири: прошлое и современность	325
Константинов И. В. Роль сберегательного банка России в экономике Российской Федерации	326
Коршакевич И. С. Финансово-экономический кризис еврозоны и его влияние на экономику России	328
Кузенкин В. И. Инвестиционная политика как составляющая социально-экономического развития Красноярского края	329
Левко Е. А. Особенности отраслевой структуры экономики России	330
Лукашева А. Э. Современное состояние малого предпринимательства в России	332
Мамонова Ю. С. Проблемы развития инноваций в нефтегазовой отрасли России	333
Наумова Ю. А. Анализ уровня жизни в России в настоящее время	335
Никаноров Р. О. Привлечение финансовых средств государства в малое и среднее предпринимательство	336
Орлова А. С. Объективная необходимость реструктуризации распределительных сетевых компаний электроэнергетики	337
Петренко А. К. Национальное богатство России и его роль в экономике	339
Понамаренко Ю. С. Институциональные аспекты приватизации в России	340
Прохорова Н. С. Природа национальных экономических интересов России и проблемы их реализации	341
Проявченко О. С. Бедность в России и пути ее преодоления	343
Сазонов Д. А. Валютный курс как индикатор состояния экономики	344
Трегубович Ю. А. Кредитная политика коммерческого банка: сущность и элементы	346
Трубинова Т. С. Причины эмиграции в России в современных условиях	347
Федорова Ю. В. Особенности бизнес-акселератора как элемента инновационной инфраструктуры региона	348
Чанышева Н. А. Система управления сбытом продукции на предприятии: сущность и функции	350
Шкляева Д. И. Альтернативные взгляды на рынок труда как экономическую категорию	351

Секция

«ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФИНАНСОВОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ»

Гавриленко И. В., Катюшик Д. А. К вопросу оценки заемщика при кредитовании под залог	353
Гавриленко И. В. К вопросу об использовании залога для привлечения инвестиций в проекты ГЧП	354
Камаева Ю. С. Влияние кластерной организации предприятий сферы услуг в рамках ГЧП на финансовую устойчивость	355
Катюшик Д. А. Необходимость учета фактора кредитоспособности частного участника реализации ГЧП-проектов	356
Яркова Я. А., Гальцова В. А. Модели оценки стоимости компании	358

Секция

«КОНЦЕПЦИИ СОВРЕМЕННОГО ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ»

Владимирова А. О. Принцип возрастания энтропии и его роль в становлении фундаментального принципа диссипации	360
Дербень Т. А. Оценка вероятности протекания физико-химических процессов МДО	361
Дукуп Т. Ю. Генезис фундаментального принципа сохранения	363
Кадач А. А. Замедление вращения пульсара	364
Крюковский В. О. Проблема выбора абстрактного объекта в естественнонаучных теориях	365
Курбанова Д. О. Становление фундаментального антропного принципа	366
Мандрусак Е. Н. Роль научного знания в разрешении глобальных проблем человечества	366
Пугачёв Н. Н. Проблема выбора логических оснований в дедуктивных теориях естествознания	367

Секция

«ФИЛОСОФИЯ КОСМОСА И КОСМОНАВТИКИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В XXI ВЕКЕ»

Агеева Е. С. Диалектический космос в философии Аристотеля	369
Бастрикин Д. А., Фомина В. В. Нарративные схемы и культурные смыслы космоса	370
Достова А. А. Проблема достижения сверхсветовой скорости с позиции наблюдателя	371
Карась А. А. Гуманизм и космическая политика	373
Ковалева Я. С. Проблема формирования деонтологического аспекта в профессиональном мировоззрении студента аэрокосмического университета технических специальностей	374
Колтунов Н. Ю. Совершенство числа в философии Пифагора	376
Литвинский Б. А. Военный гуманизм и космос: проблемы современности	377
Матюхина Я. С. Управление техническими системами на основе принципа отражения	379
Никитевич Н. В., Турчанов А. М. Философские аспекты современных проблем авиации	380
Пак М. В. Чебаркульский метеорит: мифы и реальности	381
Пацук Е. Б. Учеба – миф или реальность?	382
Проценко К. А. Диалектические основания философии Николая Кузанского	384
Шемелёв Е. Д. Развитие авиации в космической модели мира	385

Секция

«АКТУАЛЬНЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КОСМОСА И КОСМОНАВТИКИ»

Баринев А. С., Коваль В. А., Громнюк П. В. Политика советского и российского руководства по развитию воздушного флота страны в 60–70-е годы XX века	386
Болотова О. В., Воложанина Е. И. Политика в развитии авиации в дореволюционной России в конце XIX в. – начале XX в.	387
Строко Д. Е., Шемелёв Е. Д. Политические аспекты освоения полярных пространств и создания кроссполярных воздушных трасс в России	388
Трушин М. А., Нетягин М. О. Политика в развитии авиации СССР в 30–40-е годы XX века	390

Секция

«ИННОВАЦИОННЫЕ И ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ»

Баляков Д. Ф., Кузьмина К. В. Молодежная проектно-конструкторская лаборатория макетов космических аппаратов	392
Баляков Д. Ф., Петров А. А. Проблематика создания научных студенческих обществ	392
Баляков Д. Ф., Иванов Р. Д., Семрак А. В. Использование научной социальной сети как эффективного инструмента управления и организации научной деятельности студентов	393
Большаков А. Н. Информационное моделирование когнитивных процессов при обучении математики	395

Вальмиспилд В. Н., Нурдавлетов Р. М., Вильянен В. В., Зуев Д. М., Погуляева В. А. Разработка программы цикла интерактивных обучающих семинаров «Прикладные физика и математика в космических исследованиях и технологиях» для выпускников и учащихся старших классов школ города и края	395
Винокурова Е. С., Гайдукова А. О., Тычкина Ю. И. Использование динамической визуализации при изучении датчиков физических параметров	397
Галаюда А. Ю., Измestьев Н. С., Бендюков А. Б. Роль моделирования, конструирования и программирования роботов в процессе подготовки будущего учителя информатики	398
Мацук Н. В., Анохин Н. В. Обеспечение здоровьесберегающей направленности образовательного процесса через его рациональную организацию и применение психотехник	399
Яковлев И. С. Изучение технологии CUDA программирования графических сопроцессоров в профильных классах средней школы	401

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АВИАЦИИ И КОСМОНАВТИКИ

*Тезисы IX Всероссийской научно-практической конференции
творческой молодежи
(8–12 апреля 2013 г., Красноярск)*

В 2-х томах

Том 2

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Печатается в авторской редакции

Оригинал-макет и верстка *Л. В. Звонаревой*

Подписано в печать 30.10.2013. Формат 60×84/8. Бумага офсетная.
Печать плоская. Усл. печ. л. 50,0. Уч.-изд. л. 62,0. Тираж 50 экз.
Заказ 87/194. С 207/13.

Редакционно-издательский отдел Сиб. гос. аэрокосмич. ун-та.
660014, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31.
Отпечатано в ИП Суховольской Ю. П.
660125, г. Красноярск, ул. Водопьянова, 2-241.