МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Мой первый шаг в науку

Материалы
III Поволжского научно-образовательного
форума школьников

Йошкар-Ола, 21 февраля 2015 г.

Часть 6

ПОЗНАВАЯ МИР ЭКОНОМИКИ. ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС

Йошкар-Ола
ПГТУ
2015

УДК 001
ББК 72
М 74

Редакционная коллегия
Чернякевич Л.М., д-р экон. наук, проф.
Ларионова Н.И., д-р экон. наук, проф.
Арзамасцев А.Д., д-р экон. наук, проф.
Ахмадеева М.М., д-р экон. наук, проф.
Порядина О.В., канд. экон. наук, доц.
Стрельникова Н.М., канд. экон. наук, доц.
Емадаков Р.Ю., канд. экон. наук, доц.
Черных В.В., канд. экон. наук, доц.
Черкасова Т.И., канд. экон. наук, доц. (отв. ред.)
Напольских Л.Л., канд. экон. наук, доц. (отв. ред.)
Рида А.Н., ст. преп.

М 74 **Мой первый шаг в науку:** материалы III Поволжского научно-образовательного форума школьников (Йошкар-Ола, 21 февраля 2015 г.): в 9 ч. Ч. 6. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2015. – 152 с.

Представлены результаты учебно-исследовательских работ участников III Поволжского научно-образовательного форума школьников «Мой первый шаг в науку», организованного в рамках V Всероссийского фестиваля науки в Поволжском государственном технологическом университете.

УДК 001
ББК 72

© Поволжский государственный
технологический университет, 2015

Дорогие друзья – учащиеся школ, техникумов и колледжей!

Одной из традиций нашего «Волгатеха» стало ежегодное проведение научно-образовательного форума школьников «Мой первый шаг в науку». Он уже успел завоевать популярность у юных ученых – с каждым годом форум собирает все больше и больше участников не только из всех уголков Республики Марий Эл, но и соседних регионов. И это радует!

Вам – молодым, талантливым, амбициозным и креативным – предстоит возрождать нашу страну, укреплять экономику, делать прорывные открытия. И цель нашего форума – как можно раньше дать вам почувствовать вкус к научному творчеству, изобретательству, чтобы потом вы продолжили свои исследования в студенческие годы, а может быть, и в течение всей жизни.

Уверен – умение генерировать инновационные идеи, находить нестандартные решения и смело воплощать их откроет каждому из вас широкие возможности профессионального роста, поможет стать успешным!

Участие в форуме – это не только шанс блеснуть знаниями и обменяться опытом с единомышленниками, но и получить уже в столь юном возрасте первую научную публикацию в сборнике докладов – он выпускается традиционно по итогам форума в нескольких томах, один из которых вы держите сейчас в руках.

Кроме того, наш форум дает возможность заработать дополнительные баллы в свое портфолио, что, безусловно, пригодится при поступлении в вуз!

От имени оргкомитета форума «Мой первый шаг в науку» хочу выразить благодарность всем участникам и напомнить – в следующем году форум состоится вновь. Продолжайте свои исследования, творите, дерзайте! Ждем вас в стенах «Волгатеха»!

Ректор Поволжского государственного технологического университета, профессор ***Е. М. Романов***

ПОЗНАВАЯ МИР ЭКОНОМИКИ

УДК 330.1

Александрова М.В.
Лицей им. М.В. Ломоносова, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Стрельникова Н.М.****,*
канд. экон. наук, доцент ПГТУ

КАК И ДЛЯ ЧЕГО СОБИРАЮТ НАЛОГИ

Среди множества экономических рычагов, при помощи которых государство воздействует на рыночную экономику, важное место занимают налоги.

В условиях рыночных отношений (и особенно в переходный к рынку период) налоговая система является одним из важнейших экономических регуляторов, основой финансово-кредитного механизма государственного регулирования экономики. Государство широко использует налоговую политику в качестве определенного регулятора воздействия на негативные явления рынка.

Налоги, как и вся налоговая система, являются мощным инструментом управления экономикой в условиях рынка. От того, насколько правильно построена система налогообложения, зависит эффективное функционирование всего народного хозяйства.

Посредством налогообложения изымаются финансовые средства предприятий и граждан в бюджет государства и регулируются условия производства и реализации товаров и услуг.

Размер налоговых ставок, порядок уплаты налогов, существующие льготы и скидки по налогам создают различные условия для капиталовложений, приобретения недвижимости, инвестиций, покупки ценных бумаг и других операций.

Вся совокупность законов и правил, регламентирующих уплату налогов в определенной отрасли, сфере хозяйства или регионе создают своеобразный «налоговый климат», который необходимо принимать во внимание при выборе сферы бизнеса и его текущей реализации.

Являясь важнейшим источником формирования доходной части бюджетов всех уровней (федерального, субъектов Федерации и местных бюджетов), налоговые платежи играют важнейшую роль в стабилизации экономического и социального положения в современном государстве.

Непоступление налогов в результате приводит к сокращению различных социальных программ и другим негативным последствиям.

Для современного состояния российской экономики характерно также появление неблагоприятных факторов, оказывающих воздействие и на налоговую сферу, в первую очередь таких, как инфляционные процессы, слабое развитие отечественных товаропроизводителей, несовершенство налогового законодательства.

Недостатки в законодательстве, регулирующем налоговые отношения, не только способствуют, но зачастую и провоцируют желание уклониться от уплаты налогов.

В конечном итоге совокупность названных факторов приводит к уменьшению доходов населения, одновременно сокращая поступления денежных средств в бюджетную систему и государственные внебюджетные фонды.

Налоговая политика прежде всего должна быть нацелена на расширение налоговой базы. Именно расширение налоговой базы позволит реально увеличить поступление доходов в бюджет без усиления налогового бремени. Без решения этой проблемы невозможно обеспечить финансовой базы экономического роста. Реальным шагом в деле расширения налогооблагаемой базы является всемерное стимулирование развития малого бизнеса.

Использованная литература

1. Золотарева А., Ледерман Л., Луговой О., Энтов Р. Неплатежи в российской экономике и регионах. – М.: Российско-Канадский консорциум по вопросам прикладных экономических исследований, 2006.

2. Масинкевич Н., Шевцова В. Налоги – 2006: как оптимизировать финансовую стратегию // НЭГ. – 2005. – 3 октября. – С. 1,4.

УДК 311.4

Афлетунова Л.Э.
СОШ № 6, 8а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Черкасова Т.И.****, доцент ПГТУ*

СРАВНЕНИЕ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В РАЗНЫХ СТРАНАХ МИРА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНДЕКСА БИГ-МАКА

Для эффективной деятельности предприятия руководство должно стремиться совершать такие действия, которые будут мотивировать ра-

ботников для повышения качества своего труда. Одним из главных факторов мотивации труда является заработная плата.

Заработная плата – это вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы. Не секрет, что в каждой стране одна и та же профессия оплачивается по-разному, то есть за одну и ту же работу в разных странах мира люди получают разную заработную плату.

Для проведения данного исследования была выбрана профессия бухгалтера, имеющего стаж работы, а также 26 различных стран мира: Соединенные Штаты Америки, Турция, Норвегия, Швейцария, Австралия, Россия и другие. Главным условием отбора страны было наличие сети ресторанов быстрого питания McDonald's Corporation.

При исследовании заработной платы в каждой стране мира использовался неофициальный способ определения паритета покупательной способности – индекс Биг-Мака. Паритет покупательной способности – соотношение двух или нескольких денежных единиц, валют разных стран, устанавливаемое по их покупательной способности применительно к определённому набору товаров и услуг. Индекс Биг-Мака был впервые представлен журналом The Economist в сентябре 1986 года в статье Пама Вудалла в качестве полушутливого примера и с тех пор рассчитывается и публикуется этим изданием ежегодно.

В каждой стране данная «булочка» имеет различную цену, например, в США – 316 рублей, в Швейцарии – 488 рублей, в Чехии –237 рублей, в России – 179 рублей и так далее.

При расчете заработной платы бухгалтеров разных стран годовая заработная плата делилась на 1970 часов (в 2014 году по производственному календарю при 40-часовой рабочей неделе).

В таблице представлен рейтинг стран в порядке убывания по количеству времени, необходимого бухгалтерам национальных банков разных стран мира для того, чтобы заработать один Биг-Мак.

Из таблицы видно, что бухгалтеру национального банка Латвии требуется всего 5,85 минут для того, чтобы заработать на один Биг-Мак. В то же время сотруднику банка Норвегии требуется проработать 21,55 минуту, чтобы достичь того же результата. В России такое время составляет 6,47 минут и является по счету пятым из представленных в исследовании стран.

Количество времени на один Биг-Мак

№ п/п	Страна	Время работы для получения Биг-Мака (мин.)	№ п/п	Страна	Время работы для получения Биг-Мака (мин.)
1	Латвия	5,85	13	Турция	9,67
2	Китай	5,91	14	Австралия	9,86
3	Индия	6,10	15	Новая Зеландия	10,52
4	Япония	6,31	16	Дания	10,80
5	Россия	6,47	17	Франция	10,93
6	Перу	6,81	18	Швейцария	11,07
7	Мексика	6,88	19	Бразилия	11,35
8	Швеция	7,05	20	Эстония	11,89
9	Польша	7,27	21	Канада	12,31
10	Колумбия	8,75	22	Германия	12,45
11	США	8,91	23	Чили	12,50
12	Сингапур	9,35	24	Норвегия	21,55

Использованная литература

1. Липсиц И.В. Введение в экономику и бизнес (экономика для неэкономистов). – М., 2009.

2. Соколов Я.В. Бухгалтерский учет – веселая наука. – М.: 1С-Паблишинг, 2011.

УДК 336.71

Болдин Н.И.
Лицей № 28, 10б класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Казаринова А.В.****, преподаватель лицея №28*

НАСЕЛЕНИЕ И БАНКИ

Цель моей работы – анализ и сравнение популярности различных банков России и предоставляемых ими услуг населению.

В наше время нельзя отрицать значимость банков в жизни большинства населения мира. Они не только помогают сохранить, а зачастую и преумножить наш капитал, но и дают кредиты на различные нужды. Хотя сейчас деятельность большинства банков этим не ограничивается. Обмен валют, выпуск банковских карт, оплата услуг ЖКХ, всемирные денежные переводы – это лишь малая часть того, чем заняты современные банки.

История банковского дела насчитывает тысячелетия: от первых менял, чьей задачей был обмен валют различных стран и городов, до современных банков, которые предоставляют множество различных услуг как обычным гражданам, так и юридическим лицам, а иногда даже правительству. А с увеличением спроса на их деятельность, растёт и их количество: от самых простых, дающих микрозаймы, до мировых, которые контролируют мировую экономику. В этом великом множестве не составит труда найти банк на любой вкус и кошелёк.

В результате исследования было установлено следующее:

- большая часть опрошенных знакома с банками, т.е. прибегала к их услугам и в целом осталась довольна обслуживанием;
- самым популярным банком среди опрашиваемых является Сбербанк;
- большая часть опрошенных имеет банковскую карту;
- примерно половина опрошенных различает дебетовую и кредитную карты;
- самой популярной услугой является хранение средств.

По результатам можно сделать вывод, что население активно использует услуги банков и более-менее разбирается в них.

Использованная литература

1. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/

2. Банки и бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://biznesibank.okis.ru/

УДК 005.334.4

Бусыгин А.

Сурокская СОШ, 11а класс, пгт. Сурок, РМЭ

Научный руководитель ***Малькова Т.М.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

НАПРАВЛЕНИЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Кризис является необходимой ступенью экономического развития. Преодолевая кризис, организация поднимается тем самым на качественно новую ступень развития. Преодоление экономического кризиса предполагает фундаментальную реструктуризацию производственно-хозяйственной деятельности, начиная с процесса производства, организационно-управленческой структуры, подбора и расстановки кадров и

завершая маркетингом и стратегией научно-технического и социально-экономического развития.

Чтобы оставаться конкурентоспособной, организация должна быть в состоянии быстро реагировать на происходящие изменения. Отмечается, что у организаций есть возможность уменьшить потери и выйти на новый виток развития с помощью реструктуризации, под которой понимается то целенаправленное изменение структуры компании и входящих в неё элементов, которые формируют её бизнес, в связи с воздействиями, оказываемыми факторами внешней или внутренней среды. Реструктуризация обычно рассматривается как один из методов антикризисного управления, способ преодоления состояния, близкого к банкротству, способ финансового оздоровления и возможного развития предприятия. Все это определяет важность темы [2].

Основными направлениями реструктуризации предприятия являются: реструктуризация портфеля заказов; реструктуризация производственной структуры; реструктуризация организационной структуры; реструктуризация финансовой структуры.

Современная ситуация в экономике России, вызванная проведением кардинального реформирования почти всех сфер деятельности, привела к появлению жестких кризисных явлений, связанных с функционированием предприятий в новых экономических условиях с высоким уровнем нестабильности. Для многих предприятий первоочередной тактической задачей является выход из кризисной ситуации и недопущение банкротства. Подобный подход не позволяет добиться устойчивой работы в долгосрочной перспективе и значительного и устойчивого роста ВВП. Поэтому особое значение приобретает формирование эффективного механизма управления предприятиями, с учетом постановки целей деятельности, соответствующих рыночным условиям, и поиска путей их достижения.

В современной ситуации данный подход неразрывно связан с антикризисным управлением, поскольку только на его основе можно добиться эффективного пересмотра стратегии развития большинства промышленных предприятий, находящихся на разных этапах кризиса [1, 3].

Использованная литература

1. Антикризисное управление: учебник / под ред. проф. Э.М. Короткова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 620 с.

2. Захарченко Е.С. Реструктуризация предприятий как инструмент структурных преобразований российской экономики // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – № 28 (166). – С. 37-45.

3. Каймакова М.В. Антикризисное управление: текст лекций. – Ульяновск: УлГТУ, 2009. – 240 с.

УДК 336.74

Ведерникова С.С.
Гимназия №14, 5в класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Ведерникова Т.В.,***
канд. экон. наук, доцент ПГТУ

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ДЕНЕГ И ЭВОЛЮЦИЯ ДЕНЕЖНОГО ОБОРОТА

Мир наш огромен, и в каждой из стран деньги появились по-своему. Раньше, когда были только люди и природа, у наших предков все было намного проще. Но и в те далекие времена им необходимо было вести обмен товарами и торговлю. Товары стали выступать в качестве денег, это и был первоначальный этап появления денег, когда их функций выполнялись случайными товарами.

Первыми деньгами, с которыми познакомились народы Восточной Европы, были греческие. Они служили средством накопления и производства украшений. Привычные для современного человека бумажные деньги впервые в мире появились в Китае около VIII века н.э. Однако в Европе выпуск бумажных денег начал практиковаться лишь в XV веке, когда Иоганн Гуттенберг изобрел печатный станок. Золотые деньги не спешили сдавать свои позиции, и широкое распространение бумажные ассигнации получили только в XVII-XIX вв., когда к выпуску таких денежных знаков прибегли Франция, Англия, США и другие страны.

В России первые бумажные деньги (ассигнации) были выпущены в период царствования Екатерины II, в 1769 году. Это были скорее банковские обязательства – расписки на получение монеты. Бумага для ассигнаций изготовлялась на Красносельской мануфактуре (а позже на бумажной мануфактуре в Царском Селе) и имела водяные знаки.

Гражданская война затруднила, а во многих случаях полностью исключила возможность доставки денег из центра на окраины страны. В результате началось местное «деньготворчество» – выпуск различных денежных суррогатов местными властями.

В 1922 году была проведена денежная реформа, одним из этапов которой стал выпуск банковских билетов – червонцев, которым присваивалось золотое содержание. Один червонец приравнивался к 10-рублевой золотой монете дореволюционной чеканки. Билеты на 25 про-

центов обеспечивались золотом, а в остальной части – легкореализуемыми товарами и векселями. Денежное обращение получило твердую валюту – червонец.

Современные деньги похожи на денежные знаки Российской империи (особенно 50-рублевая купюра), в них возрождается имперская эстетика в отношении дизайна денег. При этом современные способы защиты денежных знаков включают в себя лучшие разработки отечественных специалистов за всю историю производства денег в нашей стране. Защищают денежные знаки с помощью нанесения водяных знаков, видимых только на просвет, используются различные рельефные изображения и специальные краски, которые меняют свой цвет при различных углах наклона купюры.

С изобретением микрочипов появились пластиковые карточки – своего рода электронные кошельки. Вместе с этим постепенно стали вытесняться из обращения бумажные деньги. Преимуществ у пластиковых карточек множество: удешевление обслуживания денежного оборота, практически полное отсутствие возможности подделки, еще большая компактность по сравнению с бумажными деньгами.

Изобретение компьютера и Интернета дало толчок появлению еще одной разновидности электронных денег – Интернет-денег. В конце 1990-х годов XX века появилось множество платежных систем, обслуживающих пользователей Интернета. Совершать платежи стало возможно, не выходя из дома.

Согласно современным представлениям, деньги – это всеобщий эквивалент, выражающий стоимость всех товаров и служащий посредником при их обмене друг на друга.

Таким образом, деньги – это и купюры, это и цифры в сберегательной книжке, и электронные коды кредитной карточки.

Использованная литература

1. История денежного обращения России: Деньги России с древнейших времен до наших дней. Альбом-каталог денежных знаков: в 2 т. – М.: ИНТЕРКРИМ-ПРЕСС, 2011.

2. Деньги. Кредит. Банки: учебник / под ред. Г. Н. Белоглазовой. – М.: Высшее образование, 2012. – 392 с.

3. Марышев В. Российские деньги – свидетели времени // Марийская правда. – 2014. – № 241. – С. 5.

УДК 336.01

Вохминцева В.А.
СОШ № 24, 7б класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Стрельникова Н.М.****,*
канд. экон. наук, доцент ПГТУ

ПРОИСХОЖДЕНИЕ ДЕНЕГ И ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ДЕНЕЖНОГО ОБРАЩЕНИЯ

Множество тысяч лет после появления на земле человечество обходилось без денег. В первобытном обществе, живя родом или общиной, люди брали все у природы: пищу, воду, одежду. Однако каждое занятие требовало определенных навыков у каждого, поэтому люди стали обмениваться продуктами своего труда. Постепенно при обмене находился такой товар, который становился *эквивалентом стоимости* всех остальных товаров [3].

Множество вещей служило таким эквивалентом, например, коровьи черепа на острове Борнео, бруски соли в Африке, металлические копии в Конго или человеческие черепа на Соломоновых островах. Одной из распространенных форм денег в древности до изобретения монет был скот.

Люди использовали множество эквивалентов деньгам, пока не перешли к наиболее удобному их виду – металлическому. Деньги были в виде слиточков или имели форму пластин и брусков.

В Египте и Вавилоне за 3-4 тыс. лет до н.э. использовались золотые и серебряные пластинки: когда человек хотел купить товар, то от такой пластинки отрезали маленьких кусочек. Такая форма денег сохранилась и до недавнего времени в Японии. Другой формой денег были бруски или слиточки: при покупке товара покупателем продавец отрубал часть бруска. Первоначально бруски возникли в Древнем Египте. В последующем на золотых слиточках выбивали рисунок [1].

Первые такие деньги были стандартными кусками металла с оттиском печати того, кто ее выпускал. Их называли по единице веса, которой они равнялись, например, шекель. Через 500 лет после появления таких денег их стали называть монетой, по имени богини Юноны Монеты, присвоенному храму, при котором в III в. до н.э. был первый монетный двор. Уже в Древнем Риме слово «монета» стали использовать в качестве общего названия денег. От имени этого эпитета богини про-

изошло и английское слово «деньги» – «money». К слову «монета» на Руси стали привыкать лишь со времени Петра I.

Великое изобретение человечества – бумажные деньги, заменившие монеты из металла, впервые появились в XI в. в Китае. Во время появления династии Юань (1271-1368) деньги печатались в больших количествах и были главным средством денежного обращения в Китае. Европейцы узнали о бумажных деньгах в XII в. от известного итальянского путешественника Марко Поло, прожившего в Китае 17 лет и подробно описавшего систему бумажно-денежного обращения. В Северной Америке и странах Западной Европы бумажные денежные знаки стали выпускаться значительно позже. В России бумажные деньги (ассигнации) появились в период царствования Екатерины II [2].

Непрерывный кругооборот денег имеет две основные формы: наличную и безналичную. *Наличный оборот* – это движение денежных знаков, осуществляемое непосредственно между участниками денежной операции. Он имеет место как в расчетах за товары, работы, услуги, так и в расчетах по всем видам оплаты труда. Участие в денежной операции посредников в лице специализированных организаций – банков, расчетных центров и др. предполагает *безналичный оборот*. Возникновение таких посредников означает, что денежными потоками начинают управлять специфические институты. Инструментами безналичного оборота выступают платежные поручения, чеки и др.

«Нет ничего святого, чего деньги не могли бы осквернить, ничего столь сильного, чего нельзя было бы осилить деньгами», – утверждал древний римский мыслитель Цицерон. Действительно, в современной жизни и для современного общества значение денег велико. Деньги являются важной частью экономической деятельности и неразрывно связаны с экономической наукой.

Использованная литература

1. Деньги, кредит, банки: учебник для студентов вузов по направлению 38.03.01 «Экономика», профиль «Банковское дело» / Е. А. Звонова [и др.]; под ред. Е. А. Звоновой; Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 590 с.

2. Деньги, кредит, банки: учебник для студентов по направлениям «Экономика» / О. И. Лаврушин [и др.]; ред. О. И. Лаврушин; Финансовый ун-т при Правительстве РФ. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Кнорус, 2013. – 448 с.

3. Деньги, кредит, банки: учеб. для студентов по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалт. учет, анализ и аудит» и «Мировая экономика» / А. Г. Куликов. – М.: Кнорус, 2009. – 655 с.

УДК 339.12

Галяутдинова Р.А., Яманаева К.Е.
Лицей № 28, 8б класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Казаринова А.В.****, преподаватель лицея №28*

ОСТОРОЖНО: СУПЕРМАРКЕТЫ!

Актуальность выбранной темы определяется цитатой Стаса Янковского: «Чтобы продать что-то ненужное, надо обмануть кого-то наивного». В работе рассмотрена проблема анализа рациональности нашего поведения в супермаркете: когда потребитель сталкивается с проблемой выбора, возникает сложность.

Целью работы является изучение способов, с помощью которых маркетологи побуждают покупателей совершать необдуманные покупки зачастую ненужных товаров.

В качестве задач исследования определены следующие:

1) выяснить, насколько легко покупатели поддаются уловкам супермаркетов;

2) какими способами продавцы побуждают покупателей совершать ненужные покупки;

3) знают ли покупатели, что их вводят в заблуждение уловки маркетологов.

В качестве метода исследования был выбран социологический опрос. Социологический опрос наиболее эффективен в данной ситуации, так как исследование проблемы общества подразумевает под собой контактирование с людьми.

По результатам социологического опроса оказалось, что большое число покупателей совершает целый ряд ошибок, посещая магазины. И даже составляя заранее четкий список товаров, которые покупатели хотят приобрести, люди часто совершают необдуманные покупки. Это происходит из-за того, что они сталкиваются с хитростью продавцов лицом к лицу. На основе этих фактов можно сделать вывод: стандартным ошибкам подвержены разные категории покупателей.

Мы узнали также, что существует множество уловок маркетологов и многие покупатели знают об этом, но не умеют правильно вести себя в таких ситуациях. Поэтому мы приведем несколько советов, которым стоит следовать, ходя в магазин за покупками.

Мы хотим, чтобы люди научились рационально тратить свои средства. Наша основная рекомендация: «Будьте аккуратнее, когда переступаете порог магазина!»

Использованная литература

1. Экономика. Основы потребительских знаний: учеб. для 9 класса общеобразовательных учреждений / П. Крючкова, Т. Кузнецова, М. Сонина и др.; под общ. ред. Е. Кузнецовой, Д. Сорк. – Издательство «ВИТА-ПРЕСС», 2014. – 224 с.

УДК 351.72

Камарова Л.Э., Горбунова Д.А., Шарнина Н.Н.
Гимназия № 14, 11б класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Цепелев В.Н.****, преподаватель гимназии №14*

ФЕДЕРАЛЬНАЯ РЕЗЕРВНАЯ СИСТЕМА США КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ МИРОВЫХ ФИНАНСОВЫХ КРИЗИСОВ

Современная кризисная ситуация в мировой экономике вызывает острейшие дискуссии. На первый взгляд, ситуация, которая вырисовывается в нашей стране, связана в большей степени с внешними факторами – санкциями, ценами на нефть и как следствие высокой нестабильностью рубля. Большинство исследователей, и особенно отечественных, отмечают, что современный кризис в России создан из-за рубежа. Исходя из этого, *целью* нашего исследования является анализ политики ФРС США, её роли и влияния на создание мировых кризисов, в том числе на последний кризис в России.

Задачи исследования:

- изучить историю ФРС;
- определить направления деятельности ФРС;
- проанализировать причины современных кризисов;
- установить вероятность участия ФРС в искусственном создании кризисных ситуаций в мире.

Сегодня Федеральная резервная система выполняет функции центрального банка Соединенных Штатов обеспечивает стабильность финансовой системы, предоставляет финансовые услуги депозитариям, в том числе правительству США и официальным международным учре-

ждениям, участвует в функционировании системы международных и внутренних платежей.

Часто среди экономистов, политологов, публицистов, аналитиков можно натолкнуться на обвинительные статьи в адрес ФРС, где говорится о различных версиях тайного участия федрезерва в искусственном создании кризисных ситуаций.

Основной и, возможно, единственной причиной мирового экономического кризиса считают перепроизводство основной мировой валюты – доллара США. И если реальная экономика зарабатывает на реализации продукции, то банки – на производстве долгов. По мере роста задолженности США растет и прибыль ФРС. Так, в 2006 г. ФРС получила чистый доход в 34,2 млрд долл., в 2010 г. – 81,7 млрд долл., а по итогам 2011 г. «обеднела» на 6% – до 77,4 млрд долл. То есть пока весь мир говорит о возможном крахе американской экономики, заработки федеральных банкиров на кризисе увеличились в 2,38 раза.

Многие страны понимают, что настало время бороться с американской гегемонией. Россия в содружестве со странами Евроазийского союза стремится перейти к резервной валюте. Но на сегодняшний день рано говорить о рубле как о резервной валюте. Во-первых, рубль должен зарекомендовать себя надежной валютой. Во-вторых, рубль должен зарекомендовать себя устойчивой валютой. Устойчивость рубля подразумевает прежде всего низкую инфляцию на уровне 2-3% годовых.

Вместе с тем рубль может претендовать на роль резервной валюты. Для этого необходимо решить два основных вопроса: провести глубокую модернизацию экономики и уйти от сырьевой зависимости, а также радикально снизить инфляцию.

Обе эти задачи трудновыполнимы за короткий промежуток времени, и соответственно не стоит рассчитывать на масштабное использование рубля в качестве резервной валюты в ближайшее время.

В заключение отметим, что за сто лет своего существования ФРС сыграла большую роль в становлении мировой экономики. Но сегодня все ее заслуги ушли на второй план из-за своей необдуманной политики, ради получения богатства любой ценой.

Использованная литература

1. Федеральная резервная система США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://forexaw.com/TERMs/Public_institutions/US_Government/l530. (дата обращения 7.02.2015).

2. Стариков Н. Хаос революции – оружие доллара. – СПб.: Питер, 2014. – 336 с.

УДК 330.564.262

Гребнева Д.А., Рыжов Д.Е.
Лицей № 28, 10б класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Казаринова А.В.****, преподаватель лицея № 28*

ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАРАБОТКА В ИНТЕРНЕТЕ

В связи с развитием технологий популярность набирает такой способ заработка, как заработок в интернете. Очень удобно, не так ли? Вы можете иметь основную работу, но при этом подрабатывать в интернете. Или же вы домохозяйка, и идеальным вариантом для вас является работа на дому за компьютером.

Тема, выбранная для исследования, не случайна. С появлением интернета перед человеком открылось великое множество уникальных возможностей. Способов заработка в интернете с каждым годом становится все больше и больше: каждый может реализоваться в интересной ему области. Эта работа доступна почти каждому: ведь для нее нужно иметь лишь компьютер и доступ в интернет. Необязательным является также и опыт работы.

Мы провели исследование, для того чтобы узнать, пробовали ли люди зарабатывать в интернете, и если да, то как? И какие способы заработка являются более актуальными и удобными?

В данной работе мы рассмотрим основные способы, а также сколько денег можно получить и что для этого нужно.

В ходе проведенного исследования удалось установить следующее:

- Многие считают заработок в интернете довольно заманчивой перспективой, но относятся к нему только лишь как к подработке.
- Большинство опрошенных были бы не против зарабатывать при помощи компьютера, но проблема в том, что они не знают как.
- Примерно треть опрошенных считают заработок в интернете надувательством либо думают, что так много не заработаешь.
- Самыми известными способами заработка опрошенные назвали: получение прибыли с помощью канала на Youtube, биржи, финансовые пирамиды и т.д.

Обобщая все вышесказанное, можно сделать вывод, что такой вид заработка в нашей стране только набирает свою популярность. В основном это отличная подработка для подростков, студентов, молодых мам и людей с ограниченными возможностями.

Использованная литература

1. Иванов С. И. Экономика. Основы экономической теории: в 2 кн. – М.: Вита-Пресс, 2011. – 320 с.

УДК 330.112

Долгоруков М.И.
Лицей им. М.В. Ломоносова, 4в класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Черкасова Т.И.,*** *доцент ПГТУ*

МОЯ БУДУЩАЯ ПРОФЕССИЯ – БУХГАЛТЕР

Профессия бухгалтера – одна из древнейших и одна из самых распространенных. Первые истоки ее уходят в глубь тысячелетий. 6000 лет назад люди стали целенаправленно регистрировать факты хозяйственной жизни, 500 лет назад после появления профильных книг началось осмысление учета, и, наконец, 100 лет назад появились первые теоретические конструкции в области бухгалтерского учета.

Слово «бухгалтер» произошло от немецкого слова еще во времена Петра Первого и обозначает «книговедение». Очевидно, в силу этого и по причинам переоценки значения учета и контроля, отношение государства к этой профессии было довольно прохладное. Однако сейчас дела обстоят иначе: от умения бухгалтера работать и знания различных законов зависит судьба целого предприятия. Раньше место бухгалтера было оснащено конторскими счетами и микрокалькуляторами, а труд был чисто ручным и малопроизводительным. Сейчас трудно представить себе бухгалтерию без высокопроизводительных компьютеров, ксероксов и другой техники.

В чистом виде такой профессии нет. На больших предприятиях бухгалтеры работают по направлениям: касса, основные средства, расчет зарплаты, склад. За ведение всей бухгалтерии отвечает главный бухгалтер. В небольшой фирме один бухгалтер может отвечать за все.

Поскольку вся финансовая деятельность предприятия фиксируется в документах, бухгалтер составляет, принимает от других организаций и контролирует первичную документацию и подготавливает ее к счетной обработке. Учитывая финансовую деятельность предприятия, бухгалтер контролирует все его важнейшие функции, проводит экономический анализ процессов и выявляет резервы, потери и расходы.

В последнее время часто можно услышать, что профессия бухгалтера не требует высокой квалификации. Но так ли это? Бум непрофессио-

налов уже прошел. Сейчас от работника требуется опыт в конкретной сфере деятельности, хорошее владение одной из бухгалтерских программ, значение законов и умение минимизировать налоговую базу предприятия.

Проводя постоянные подсчеты, бухгалтер должен контролировать самого себя, проверяя и по несколько раз перепроверяя некоторые из них. Он не должен ошибаться, поскольку его ошибки могут привести к очень серьезным последствиям и отразиться на всех сотрудниках предприятия. Бухгалтер чувствует на себе этот груз ответственности за правильность производимых им подсчетов, поэтому его работа связана с постоянным эмоциональным напряжением.

Бухгалтерское образование требуется в финансово-кредитных учреждениях, страховых компаниях, налоговых, бюджетных и государственных органах, на промышленных предприятиях, в совместных и торговых компаниях на должностях руководителей предприятий, главных бухгалтеров, финансовых директоров, бухгалтеров, менеджеров различных уровней управления, аудиторов, преподавателей учебных заведений. Общее требование одно – отличное знание бухучета.

Таким образом, к плюсам данной профессии можно отнести востребованность на рынке труда, преимущественно нормированный рабочий день, а также возможность иметь дополнительный заработок, помогая с ведением бухгалтерии мелким предпринимателям.

К минусам относятся частые изменения и противоречия в законах, необходимость частого общения с представителями государственных органов, то, что ошибки в работе недопустимы и приводят к штрафам. Кроме того, деятельность бухгалтера жестко регламентирована, почти не оставляет пространства для творчества. Еще порой приходится выполнять указания вышестоящего начальства, даже если они кажутся неверными в данной ситуации.

И все-таки это нужная и важная профессия!

Использованная литература

1. Маздоров В.А. История развития бухгалтерского учета в России. – М.: Финансы, 2012. – 246 с.

2. Соколов Я.В. Бухгалтерский учет – веселая наука. – М.: 1С-Паблишинг, 2011.

УДК 332.8:005

Егошина Д.А.
СОШ № 7, г. Йошкар-Ола
Научные руководители: ***Гущина И.В.****, преподаватель СОШ № 7;*
Ахмадеева М.М.*, д-р экон. наук, профессор ПГТУ*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДОСТУПНОСТЬ ЖИЛЬЯ НА ЕГО ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ

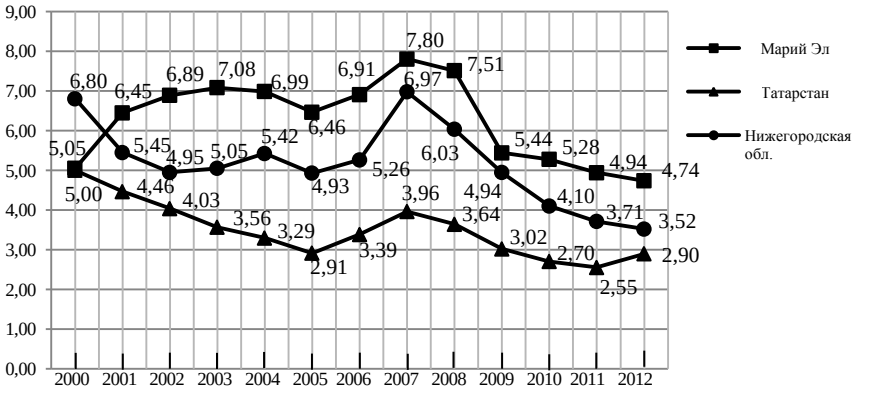
Цель работы – изучение методики определения экономической доступности жилья и ее факторов.

В декабре 2012 года Правительство РФ утвердило государственную программу по обеспечению граждан России доступным жильем на 2013-2020 годы. В документе обозначены конкретные ориентиры: уже к 2018 году средняя стоимость 1 м^2 жилья должна снизиться на 20%. Если до недавнего времени доля семей, способных приобрести жилье с помощью собственных или заемных средств, возрастала с 27 до 50% [1], то в настоящее время ситуация резко ухудшилась.

Доступность жилья – проблема, не теряющая своей остроты, несмотря на активное участие государства в решении жилищного вопроса и разнообразия предлагаемых населению ипотечных и кредитных программ. Наряду со всем этим для подавляющего большинства граждан отсутствие финансовых возможностей – главное препятствие для приобретения жилья.

В последнее время в анализе жилищного сектора все чаще используется показатель доступности жилья (индекс доступности жилья), который рассчитывается как отношение средней рыночной стоимости стандартной квартиры (общей площадью 54 м^2) к среднему годовому доходу семьи (3 человека). Он показывает время, за которое семья может накопить средства для приобретения квартиры, откладывая все свои доходы. Данный показатель не учитывает возможности приобретения жилья с помощью ипотечных кредитов и отражает лишь фактически сложившееся соотношение между средними ценами на жилье и средними доходами трех человек.

В Поволжском технологическом университете проведены исследования индекса доступности жилья по трем субъектам Приволжского федерального округа: Республике Марий Эл (РМЭ), Республике Татарстан (РТ), Нижегородской области (НО) [2]. Результаты этого исследования приведены на рисунке.



Динамика индекса доступности жилья в республиках Марий Эл, Татарстан и Нижегородской области

Сравнительный анализ графиков индексов доступности позволяет сделать вывод о том, что два графика (Татарстан и Нижегородской обл.) по всей продолжительности характеризуется одинаковыми тенденциями, с небольшими отклонениями в 2004 и в 2012 годах. На графиках можно выделить три характерных участка: снижение индекса, его рост и снова снижение. Для РМЭ отличие первого участка графика заключается в том, что индексы не снижаются, а напротив, возрастают до 2003 года, и только к 2005 году происходит их снижение. Отличие третьего участка графика заключается в резком снижении индекса к 2009 году, тогда как в РТ и НО снижение происходило плавно.

По приведенным выше графикам заметна устойчивая тенденция к снижению индекса доступности жилья в РМЭ за последние 5 лет, что свидетельствует о положительной динамике. Это можно объяснить снижением темпов удорожания жилья по сравнению с ростом среднедушевых денежных доходов.

Опыт прежних лет, как и предлагаемые правительством механизмы реализации новой программы, свидетельствует об одном: доступное для значительной части населения жилье может появиться в России, только если бюджеты возьмут на себя серьезные инвестиции или долгосрочные обязательства по обеспечению льготного кредитования.

Использованная литература

1. Информационно-правовой портал «Гарант» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: http://www.garant.ru/news/432930/.

2. Ахмадеева М.М., Андреева Д.Н. Оценка финансовой доступности жилья на его первичном рынке // Современные проблемы и перспективы социально-экономического развития предприятий, отраслей регионов: сборник статей (по материалам II Всероссийской научно-практической конференции). – Йошкар-Ола: ПГТУ – 2014. – С. 4–8.

УДК 330.43

Еклашева А.А.
СОШ № 30, 9б класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Еклашева О.В.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

ВЫЯВЛЕНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ЦЕНУ ПОДЕРЖАННОГО АВТОМОБИЛЯ (НА ПРИМЕРЕ г. НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ)

Объектом данного исследования является рынок подержанных автомобилей в городе Набережные Челны. *Цель* работы – выявление факторов, влияющих на цену подержанного автомобиля. Данные для исследования получены с сайта avito.ru [1]. Для анализа с сайта были рассмотрены 100 объявлений о продаже машин. В выборку вошли верхние 100 объявлений, в которых говорилось про небитые машины и имелась информация относительно цены, модели, марки, года выпуска, пробега, объема двигателя, типа кузова, коробки передач, цвета.

Предполагается, что наиболее сильно на цену машины влияют ее пробег и год выпуска (т.е. срок эксплуатации). Наиболее распространенными являются автомобили под маркой отечественного производителя «ВАЗ», их количество составляет 40 из 100 машин, на втором месте Ford (7) и Daewoo (6).

Наиболее востребованным типом кузова считается хэтчбэк (44%), на втором месте – седан (38%). Это объясняется тем, что данный тип кузова сочетает в себе преимущества универсала и седана. Выбрав хетчбек, вы получите: большое, удобное багажное отделение с высокими возможностями трансформации. Большая компактность по сравнению с седанами, отличный обзор и восприятие габаритов делают этот автомобиль оптимальным для комфортной езды в условиях города. Седан также является популярным в России, он универсален и хорошо подходит как для поездок по городу, так и для длительных поездок по трассе. Популярность автомобилей с данным типом кузова обусловлена наиболее представительским внешним видом. Багажное отделение седанов изо-

лировано от салона, что улучшает изоляцию от шумов и возможной пыли от багажа. Из недостатков данного вида кузова можно отметить уменьшенный объем багажного отделения, его ограничение по высоте и невозможность трансформации салона в некоторых случаях.

Интересна информация относительно года выпуска – наиболее представительным является 2010 год.

Цвет также служит значимым критерием при выборе машины. Самыми распространенными цветами являются черные (22%), серебряный металлик (16%) и серый металлик (23%).

На основе собранной информации с помощью инструмента анализа данных «Регрессия» было построено уравнение множественной линейной регрессии [2]. В результате получилось уравнение

$$y = 229264{,}01 - 6337{,}03 \times \text{срок эксплуатации} - 0{,}24597 \times \text{пробег} + 58281{,}18 \times \text{объем двигателя}.$$

Это означает, чем больше объем двигателя, тем дороже автомобиль. В среднем увеличение объема двигателя на 1 литр увеличивает цену на 58281,17 руб. Каждый год эксплуатации цена снижается на 6337,03 руб., каждый километр пробега снижает цену на 0,24597.

Такие факторы как цвет, коробка передач неожиданно оказались несущественными. Скорее всего, так получилось потому, что изменение цвета не сильно влияет на цену автомобиля, это просто дело вкуса, для того, чтобы покупатель мог сделать выбор. Наличие автоматической коробки передач для новых автомобилей увеличивает стоимость аналогичного автомобиля в среднем на 50 тыс. рублей. Однако анализ данной выборки подержанных автомобилей это не подтвердил. К тому же мы имеем дело с ценой, выставляемой продавцом автомобилей, а не реальной ценой совершения сделки. Скорее всего, реальная цена сделки окажется существенно ниже, и она будет зависеть не только от срока эксплуатации, пробега и мощности автомобиля.

Итак, при анализе рассмотренных 100 объявлений о продаже подержанных автомобилей в г. Набережные Челны установлено, что на цену наиболее существенно влияют срок эксплуатации, пробег и мощность автомобиля.

Использованная литература

1. Сайт бесплатных объявлений avito.ru

2. Эконометрика: учебник / И.И. Елисеева, С.В. Курышева, Т.В. Костеева и др.; под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2005.

УДК 338 (470:343)

Ефанова М.В.
Лицей-интернат МОШИ, 11 класс, г. Балашов
Научный руководитель ***Петрова Л. В.****,*
канд. физ.-мат. наук, доцент ПГТУ

ВОПРОСЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Вопросы управления благосостоянием населения Саратовской области: состоянием среднего уровня заработной платы трудящихся в зависимости от величины уровня прожиточного минимума – относятся к числу актуальных, касающихся социального развития экономики.

Областью исследования явились статистические данные указанных факторных признаков по 38 основным регионам Саратовской области.

Целью исследования явилось установление соответствия между значениями среднего уровня заработной платы и величиной прожиточного минимума; построение математических моделей для разработки управленческих решений, призванных изменить качество жизни населения республики. Использовался корреляционный анализ. Для указанных расчетов использовалось программное обеспечение (ПО) MS Excel, возможности статистических функций линейного и нелинейного моделирования (функции ЛИНЕЙН и ЛГРФПРИБЛ).

Полученные по обеим математическим моделям результаты позволяют определить экономический смысл полученного решения и сделать выводы о хорошем соответствии полученных моделей и необходимости продолжения дальнейших исследований с использованием корреляционно-дисперсионного анализа.

Предполагаем при этом, что в качестве дополнительного метода исследования в дальнейшем можно использовать социологический опрос населения, например, по репрезентативным выборкам. Возможно впоследствии использование и экспертных оценок.

Считаем, что дальнейшие исследования могут быть продолжены с использованием ПО Statistica и инструментария кластерного анализа.

Использованная литература

1. Петрова Л. В, Румянцева Е. Б. Практикум по эконометрике. – Йошкар-Ола: МарГТУ, 2010. – 115 с.

УДК 336.717:004

Жгулева А.Н., Куликов Д.А.
Лицей № 28, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Порядина О.В.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ

Появление электронных денег способствовало развитию электронных платежных систем (ЭПС), возможности которых постоянно расширяются и усложняются [1-5].

Целью работы явилось изучение электронных платежных систем, знакомство с их преимуществами и недостатками.

Электронная платежная система – это система расчетов между различными организациями и Интернет-пользователями при покупке или продаже какого-либо товара или услуги через Интернет.

В ходе работы были изучены виды электронных платежных средств, механизмы проведения электронных платежей, их преимущества и недостатки.

К п р е и м у щ е с т в а м ЭПС можно отнести [1]:

1) *объединяемость и делимость* – использование электронных денег позволяет обойтись без выдачи сдачи;

2) *высокий уровень портативности* – в отличие от наличных финансовых средств величина суммы электронных денег не связана с их весовыми или габаритными размерами;

3) *легкость в процессе расчетов* – пересчитывать электронные деньги не нужно, поскольку этот процесс автоматически осуществляется при помощи платежного инструмента.

Среди н е д о с т а т к о в ЭПС выделяют [1]:

1) *необходимость в использовании специальных инструментов* обращения и хранения;

2) *отсутствие узнаваемости* – сумму электронных денег невозможно определить без специальных технических средств;

3) *невысокий уровень безопасности* – при отсутствии необходимых мер защиты электронные деньги достаточно легко украсть непосредственно со счета владельца.

После знакомства с информацией, полученной в рамках данного исследования, можно сформулировать основной вывод: «При правильном использовании ЭПС проблемы и риски их использования сводятся к минимуму, а преимущества очевидны».

Использованная литература

1. WebMoney Transfer универсальная система расчетов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.webmoney.ru
2. Яндекс. Деньги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.money.yandex.ru
3. Информационный портал finansy.asia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.finansy.asia/elektronnie_dengi
4. Электронная платежная система RBK Money [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rbkmoney.com/ru
5. Assist – провайдер электронных платежей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.assist.ru

УДК 330.564.2

Журавлев А.И.
Лицей «Мегатех», г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Кудрявцев В.А.****, канд. экон. наук, доцент, ПГТУ*

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ

Проблема дифференциации доходов приобрела особую актуальность в условиях перехода к рынку не только с экономической, но и с социальной точки зрения.

Уровень доходов населения является одним из важнейших показателей, определяющих благосостояние, возможность материальной и духовной жизни человека: его отдых, получение образования, поддержание здоровья, удовлетворение насущных потребностей. Разрешение данной проблемой может в немалой степени повлиять как на личные качества человека, так и на различные сферы его жизнедеятельности.

В работе ставятся следующие *задачи*:

- раскрыть содержание дифференциации в доходах;
- проанализировать неравенство доходов в России;
- изложить методы решения проблемы неравенства доходов.

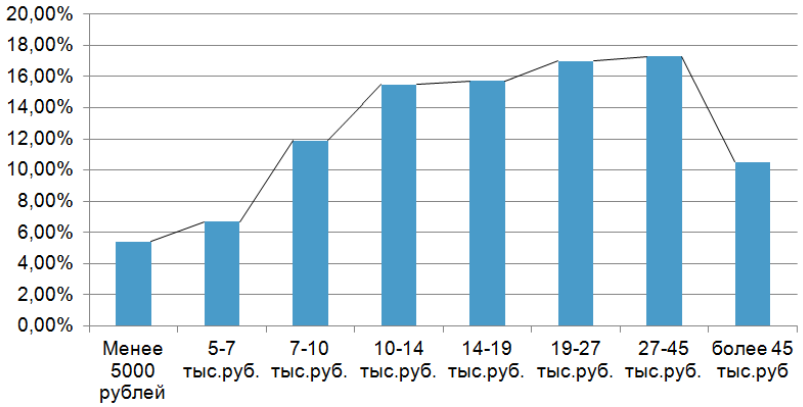
Наиболее острой социально-экономической проблемой, как показывают многочисленные социологические опросы, является ныне та пропасть, которая сложилась в доходах между небольшой группой предпринимателей и основной частью населения.

Дифференциация – это разделение целого на части, формы и ступени. Тогда социальная дифференциация – это разделение общества на

отдельные группы, неоднозначность людей из-за их неодинаковой включаемости в производство, распоряжение и владение средствами производства, распределение материальных благ.

Дифференциация доходов населения в 2013 году представлена на рисунке.

В 2013 году 200 богатейших бизнесменов России имели совокупное состояние более $488 млрд (для сравнения: федеральный бюджет России в 2014 году составил $314 млрд).



Дифференциация доходов населения

Как показали расчеты, доходы 14 миллиардеров равны размеру годовой заработной платы всех работников здравоохранения страны, вместе взятых. Доходы же 17 миллиардеров покрывают размер годовой заработной платы всех работников образования.

Очевидно, это является острейшей проблемой (как экономической, так и социальной), которая ждет своего решения.

Использованная литература

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gks.ru.

2. Курс экономической теории. Общие основы экономической теории, микроэкономика, макроэкономика, переходная экономика: учебное пособие / под ред. А.В. Сидоровича. – М.: МГУ, ДИС, 1997.

УДК 338.4

Захарова С.В., Князева А.С., Пакеева Т.В., Смоленцева К.А.
Лицей № 28, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Малькова Т.М.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

БИЗНЕС-ПРОЕКТ ПО СОЗДАНИЮ ИНТЕРНЕТ-КАФЕ «ВИ-ФИ»

Интернет является неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Поэтому реализация проекта по созданию интернет-кафе будет пользоваться повышенным спросом. В настоящее время средний возраст пользователя интернетом составляет 40 лет.

В нашей работе рассчитывается потребность в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источниках их получения, а также эффективность их использования. В связи с увеличением количества малых предприятий, проблема составления рационального бизнес-плана является чрезвычайно актуальной.

Цель проекта: предоставление услуг интернет-кафе и получение максимальной прибыли с его реализации.

Задачи проекта:

- рассчитать необходимые для создания кафе ресурсы,
- оценить эффективность проекта,
- спрогнозировать возможные проблемы и пути их решения.

В нашем проекте представлены описание предприятия и его специфических черт, основные этапы его развития, преимущества продукта фирмы, краткие сведения о квалификации персонала и его заработной плате и экономические показатели эффективности проекта. Эта работа может помочь начинающим предпринимателям при создании их собственного бизнес-плана организации, в этом и заключается практическое значение проекта.

Капитальные вложения составляют 550 тыс. руб. Изначально на данные средства мы закупим компьютеры и необходимое оборудование. Рассчитав все издержки по предоставлению данных услуг, получим прибыль 373,79 тыс. руб. после первого года реализации проекта. Срок окупаемости составит 1,5 года.

Таким образом, наш проект является эффективным и будет приносить прибыль. А растущий спрос на услуги интернета говорит о том, что наше заведение будет пользоваться популярностью [1, 2].

Использованная литература

1. Как составить бизнес-план [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dnevnyk-uspeha.com/rabota-i-karera/kak-sostavit-biznes-plan-10-poleznyih-sovetov.html – дата обращения: 04.02.2015.
2. Бизнес-инкубатор Республики Марий Эл [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bink12.ru– дата обращения: 04.02.2015.

УДК 338.4

Иванов Ю.С., Аламбаева К.В., Каретников П.О., Куликов Д.А., Ларионов М.А.
Лицей № 28, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Малькова Т.М.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

БИЗНЕС-ПЛАН ПО ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕКАРНИ «БУЛОЧНАЯ У ПАВЛА»

Данный проект направлен на создание и организацию деятельности пекарни «Булочная у Павла» в Республике Марий Эл (город Йошкар-Ола). *Целью* является разработка плана деятельности предприятия и подтверждение его эффективности специальными расчетами.

Предприятие специализируется на производстве хлебобулочных изделий, согласно проекту здесь предполагается заниматься также выпечкой кондитерских изделий. На нашем предприятии продукция свежая и качественная, используется только отборная мука и применяются современные технологии производства.

Сильные стороны нашей пекарни:

- улучшенное, модернизированное оборудование;
- высокая квалификация рабочих;
- проверенные посредники;
- работа с большими сетями супермаркетов.

У нас широкий диапазон производимых продуктов: торты на заказ для мероприятий, печенья с гороскопами и предсказаниями, хлеб необычной формы. Это является нашей инновацией, позволяющей получить дополнительный спрос и прибыль. Наше предприятие планирует остаться на уже освоенных сегментах рынка.

Среднесписочная численность работников 12 человек, предполагаемая выручка от реализации – 312,95 млн руб. Наши капитальные вложения будут составлять 1880,89 тыс. руб. Изначально на данные средства мы закупим печи и необходимое оборудование. Рассчитав все из-

держки по предоставлению данных услуг, мы получим прибыль 353 тыс. руб. после первого года реализации проекта. Срок окупаемости составит 0,5 года. Таким образом, в ходе разработки проекта мы выяснили, что наш бизнес-план эффективен [1, 2].

Использованная литература

1. Как составить бизнес-план [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dnevnyk-uspeha.com/rabota-i-karera/kak-sostavit-biznes-plan-10-poleznyih-sovetov.html – дата обращения: 04.02.2015.

2. Стрекалова Н. Д. Бизнес-планирование: учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2012. – С. 124.

УДК 378:304

Казанцев Д.В.
Школа № 30, 10в класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Красильникова Г.В.,***
канд. экон. наук, доцент ПГТУ

ИНФОРМАЦИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РЕСУРС

Общество, в котором главную ценность составляет информация, знания, материализующиеся в постоянно обновляющихся технологических достижениях, обладает огромным потенциалом развития.

В настоящее время изменяется роль информации и знания в современных экономических условиях. Она выражается прежде всего в беспрецедентном возрастании информационной насыщенности хозяйственной, управленческой и других сфер деятельности, в превращении информации и знания в важнейший ресурс социально-экономического развития. Информационная индустрия превращается в наиболее динамичную и выгодную сферу производства, также активно развивается рыночная инфраструктура потребления информации и информационных услуг.

Стремительное развитие и распространение новых информационно-коммуникационных технологий несет с собой кардинальные изменения в информационном сообществе, являясь одним из наиболее значимых факторов развития экономики, обеспечивающих функционирование рынков информации и знаний, капитала и труда. В этих условиях известная фраза «кто владеет информацией – владеет миром», обретает совершенно новый смысл и становится актуальной, как никогда раньше.

Развитие информационных технологий означает открытие огромного количества преимуществ и экономических возможностей, помогая многим компаниям наладить контакты с поставщиками и покупателями. Информационный этап развития общества означает также и открытость экономики, приток иностранных инвестиций благодаря доступности информационных связей между странами. Модернизация, компьютеризация производств стимулируют развитие экономики, повышают эффективность информационных коммуникаций и качество управления.

Развитие информационного сообщества в России позволит укрепить её экономическую мощь, избавиться от сырьевой зависимости и стать лидером на мировой арене. Системная модернизация России на основе широкого использования новых технологий создаст новые возможности для более эффективного использования самого важного вектора развития нашей страны – ее интеллектуального потенциала.

Использованная литература

1. Климов С. М. Интеллектуальные ресурсы общества. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2002. – 56 с.

2. Иноземцев В. Л. За десять лет. К концепции постэкономического общества. – М.: Academia, 1998. – 419 с.

3. Пильцнер П. Безграничное богатство. Новая постиндустриальная волна на Западе. – М.: Academia, 1999. – 415 с.

УДК 658.014.1.011.56

Каретников П.О.
Лицей № 28, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Царегородцев А.С.,***
канд. экон. наук, доцент ПГТУ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ

Современная экономика не может существовать без информации. Современный специалист должен быть образован и уметь решать множество проблем [2].

Цель работы – изучить понятие «информация» через призму ее влияния на мировое социально-экономическое пространство.

Информация – сведения об объектах и явлениях окружающей среды, их параметрах, свойствах и состоянии, которые уменьшают имеющуюся о них степень неопределенности, неполноты знаний.

Информация – новые сведения, позволяющие улучшить процессы, связанные с преобразованием вещества, энергии и самой информации.

Информация наряду с традиционными факторами производства определяет эффективность ведения бизнеса и функционирования социально-экономической системы в целом [1].

Компьютеры не только освобождают человека от множества процессов обработки данных в управлении, экономике или науке, на их основе формируется новая информационно-технологическая база принятия решений. Социальная информация предоставляет широкие возможности для компьютерного моделирования.

В экономике получили повсеместное распространение экономические автоматизированные информационные системы (АИС) – совокупность внутренних и внешних потоков прямой и обратной информационной связи экономического объекта, методов, средств, специалистов, участвующих в процессе обработки информации и выработке управленческих решений.

При разработке экономической АИС необходимо реализовать стандартные для любой АИС этапы ее создания:

- предпроектное обследование,
- проектирование (технический проект, рабочий проект),
- ввод системы в действие,
- доработка системы,
- промышленная эксплуатация.

Основные способы организации автоматизированных информационных систем – структурный и функциональный.

Развитие общества в наше время все в большей степени зависит от развития науки и технологии, поэтому эффективное функционирование социально-экономической системы также базируется на использовании и внедрении современных инновационных АИС.

Использованная литература

1. Мещихина Е. Д., Иванов О. Е. Информационные системы и технологии в экономике: учеб. пособие. – Йошкар-Ола: МарГТУ, 2012. – 180 с.

2. Уткин В. Б., Балдин К. В. Информационные системы и технологии в экономике: учеб. для студ. вузов по спец. 351400 «Прикладная информатика» и др. междисц. спец. / В. Б. Уткин. – М.: КолосС, 2003. – 334 с.

УДК 338.4

Кирсанова Т.А., Степанова А.А.
Лицей № 28, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научные руководители: ***Порядина О.В.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ;*
Малькова Т.М.*, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

БИЗНЕС-ПРОЕКТ ПО СОЗДАНИЮ МАГАЗИНА СЛАДОСТЕЙ «YOMI-YOMI»

Как бы ни были любимы ириски, конфеты «Три медведя», «Детям», «Алёнка», «Ромашка», «Птичье молоко» и многие другие сладости, вкус которых знаком нам с раннего детства, порой всё равно хочется чего-то новенького. Поэтому мы бы хотели представить проект создания магазина «Yоми-Yоми» со сладостями необычных вкусов, которых нет не только в нашей республике, но и в России.

Более 80% опрошенных людей хотели бы посетить наш магазин, а это – наши потенциальные покупатели.

На основе магазина планируется открытие mix-кафе, в котором можно хорошо отдохнуть, заняв уютное местечко за столиком с чашечкой чая и уникальной сладостью, или провести время с пользой, посетив небольшие выставки талантливых, но малоизвестных художников и фотографов нашего края, тематические вечера, мастер-классы или посмотрев фильм.

Для работы в нашем заведении мы будем привлекать молодое поколение, тем самым обеспечивая занятость молодежи. Деятельностью нашего магазина и mix-кафе постараемся приукрасить будни населения нашей республики.

Цель работы – ознакомить потенциальных покупателей с продукцией нашей фирмы.

Задачи проекта:

1) заслужить доверие потребителей;

2) обеспечить досуг и занятость подросткового населения;

3) получить прибыль от продажи нашей продукции.

В ходе исследования мы проводили различные опросы среди подростков и взрослых людей. Мы составили список необходимых документов для создания нашего магазина, рассчитали расходы и предполагаемую прибыль от продаж.

В таблице приведен финансовый план проекта:

Показатель	1-й год	2-й год
Годовая выручка	29 075 000	27 095 000
Годовые издержки:		
➢ Заработная плата	3 024 000	3 024 000
➢ Налоги на социальные нужды	907 200	907 200
➢ Аренда	750 000	1 500 000
➢ Издержки на мероприятия	158 000	158 000
➢ Издержки на приобретение продукции	17 200 000	18 480 000
Итого издержки	23 783 000	24 194 900
Годовая прибыль	291 300	2 900 100

Данная исследовательская работа может помочь начинающим предпринимателям при создании их собственного бизнес-плана организации, в этом и заключается практическое значение проекта.

Использованная литература

1. Бизнес-клуб [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http:// biznes-club.com/biznes-idei/otkryvaem-magazin-sladostej.html

2. Свободная энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/

УДК 658.014.1.011.56

Ларионов М.А.
Лицей № 28, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Царегородцев А.С.****,*
канд. экон. наук, доцент ПГТУ

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ (CRM-СИСТЕМА)

Актуальность внедрения современных CRM-систем обусловлена необходимостью формирования стабильного положительного отношения потребителей к компании. Компании работают на высоко конкурентном рынке, и испытывают постоянные трудности с привлечением новых клиентов и удержанием существующих.

Цель данной работы – изучение CRM-систем и основных сфер их использования. В качестве *задач* определены следующие:

- исследование понятия системы взаимоотношений с клиентами,

- знакомство с классификацией CRM-систем,
- определение возможностей применения CRM-систем и эффекта от внедрения подобных систем в практику работы организации.

CRM-система – это информационная система, назначением которой является автоматизация бизнес-процессов компании, обеспечивающих взаимодействие всех ее подразделений с клиентами на уровне, определяемом CRM-идеологией.

Основные инструменты, которые включает в себя технология управления отношения с клиентами [2]:

- сбор в единую клиентскую базу всей накопленной о клиентах информации;
- сбор истории взаимоотношений с клиентами, партнерами и поставщиками;
- обмен информацией между подразделениями и сотрудниками без «информационных провалов»;
- автоматизация последовательности работ (бизнес-процессов) и интеграция их в рабочую среду;
- получение аналитических отчетов;
- прогнозирование продаж;
- планирование и анализ эффективности маркетинговых мероприятий.

Существует множество классификаций CRM-систем. Одной из самых распространенных является разделение современных CRM-систем по уровням обработки информации и задачам, которые решаются компаниями в ходе использования CRM. Выделяют три ключевых уровня [4]:

- оперативный,
- аналитический,
- коллаборационный (уровень автоматизации контактов с клиентами по различным каналам связи).

Применение CRM возможно в сферах бизнеса: банки, крупные торговые компании, средние и малые торговые компании, туристические операторы, телекоммуникационные провайдеры, компании, предоставляющие бизнес-услуги, поставщики оборудования, страховые и фармацевтические компании, производство, СМИ, ИТ-компании [8].

Внедрение CRM-системы является одним из приоритетных направлений развития любой компании, поскольку сможет обеспечить повышение качества обслуживания клиентов, уменьшить трудозатраты на сопровождение и освободить сотрудников от рутинной работы.

CRM-системы автоматизируют процесс общения с клиентом и обработки его обращений, что положительно сказывается на реализации клиент-ориентированной стратегии компании [8].

CRM-системы сейчас очень важны и актуальны. Без них невозможно привлечь новых клиентов и удерживать существующих.

Использованная литература

1. Интернет-портал iTeam технологий корпоративного управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.iteam.ru

2. Интернет-энциклопедия ITPedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.itpedia.ru

3. Официальный сайт корпорации Microsoft [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.microsoft.com/

4. Официальный сайт компании РосБизнесСофт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rbs-crm.ru/

5. Официальный сайт компании SAP [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sap.com/

6. Независимый CRM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.crmonline.ru/

7. Официальный сайт фирмы 1С [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.1c.ru/

8. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.wikipedia.org

УДК 539.376

Логинова П.Г., Петрова Е.А.
Лицей № 28, г. Йошкар-Ола
Научные руководители: ***Малькова Т.М.,*** *канд. экон. наук, доцент ПГТУ;*
Долгова Л.Н., *канд. с.-х. наук, доцент ПГТУ*

СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ: «КАФЕ С СОВАМИ»

В настоящее время зоопарки нового формата начали пользоваться большой популярностью среди посетителей. К ним относят зоопарки с домашними животными, контактные зоопарки. Идея создания контактного кафе дает возможность дополнительного заработка для частных предпринимателей, а также решает социальные проблемы. Дети с удовольствием будут ходить в такое заведение. Наш проект является актуальным, так как в нашем городе нет подобных заведений. Единственными конкурентами являются Медведевский зоопарк и изредка приезжающие в Йошкар-Олу передвижные выставки животных [2].

Цель проекта – познакомить людей с совами, дать им возможность увидеть ближе этих красивых птиц. Люди могут покормить сов, потро-

гать и даже подержать в руках (разумеется, с соблюдением правил безопасности). В нашем кафе можно купить различные сувениры, связанные с совами, можно приобрести разнообразные футболки, кружки, толстовки, бижутерию и даже подушки.

Социологический опрос показал, что люди хотели бы посетить данное кафе. Среди них большинство потенциальных посетителей – это дети.

Изначально все средства уйдут на содержание сов, покупку товара, оборудования и на зарплату рабочим. Все затраты окупятся спустя 5 месяцев. Доходы будут превышать затраты. Мы не даем рекламу о нашем кафе, так как не нуждаемся в распространении. У нас есть официальные сайты, на которых представлена вся информация о нашем заведении и графике его работы. Особенностью нашего кафе является то, что для его посещения нужно записываться. Посетители принимаются в определенное время, так как у животных может быть стресс из-за большого количества людей [1].

Наш проект является социальным – посещение «Кафе с совами» вполне доступно по ценам. При средней цене билета 100-150 руб. доход составляет до 150 тыс. руб. в месяц. Поэтому имеются возможности для снижения стоимости билета, что делает посещение кафе еще более доступным.

Использованная литература

1. Как составить бизнес-план [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dnevnyk-uspeha.com/rabota-i-karera/kak-sostavit-biznes-plan-10-poleznyih-sovetov.html (дата обращения: 14.02.2015).

2. Медведевская центральная районная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bibmedved.wordpress.com/наше-медведево/достопримечательности/ (дата обращения: 14.02.2015).

УДК 657.622

Майкова Е.Г.
Высший колледж ПГТУ «Политехник», г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Караева М.С.****, ст. преподаватель ПГТУ*

АНАЛИЗ ЛИКВИДНОСТИ БАЛАНСА ООО «ГАРДИАН ДОЗ»

Потребность в анализе ликвидности баланса возникает в условиях рынка в связи с усилением финансовых ограничений и необходимости оценки кредитоспособности предприятия. Ликвидность баланса опреде-

ляется как степень покрытия обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в денежную форму соответствует сроку погашения обязательств.

Активы баланса предприятия разделяются на группы в зависимости от степени ликвидности, то есть скорости превращения в денежные средства. Пассивы баланса группируются по степени срочности их оплаты.

Сопоставление наиболее ликвидных средств и быстро реализуемых активов с наиболее срочными обязательствами и краткосрочными пассивами позволяет выяснить текущую ликвидность. В табл. 1, 2 представлены результаты анализа ликвидности баланса ООО «Гардиан ДОЗ» за 2012-2013 гг.

Таблица 1

Анализ ликвидности баланса ООО «Гардиан ДОЗ» за 2012 г., тыс. руб.

Актив	Значение	Пассив	Значение	Платежный недостаток /излишек
$А_1$	9369	$П_1$	25800	16431
$А_2$	16098	$П_2$	0	-16098
$А_3$	22676	$П_3$	0	-22676
$А_4$	667	$П_4$	23010	22343
Баланс	48810	Баланс	48810	

Баланс считается абсолютно ликвидным, если выполняются следующие условия:

$А_1 \geq П_1$ $А_3 \geq П_3$

$А_2 \geq П_2$ $А_4 \leq П_4$

Анализ баланса ООО «Гардиан ДОЗ» за 2012 год показал, что выполняется три условия из четырех. Наиболее срочные обязательства не покрываются наиболее ликвидными активами, что мешает признать баланс абсолютно ликвидным.

Таблица 2

Анализ ликвидности баланса ООО «Гардиан ДОЗ» за 2013 г., тыс. руб.

Актив	Значение	Пассив	Значение	Платежный недостаток /излишек
$А_1$	12619	$П_1$	30244	17625
$А_2$	6746	$П_2$	0	-6746
$А_3$	22663	$П_3$	0	-22663
$А_4$	3019	$П_4$	14803	11785
Баланс	45047	Баланс	45047	

Баланс ООО «Гардиан ДОЗ» за 2013 год также не является абсолютно ликвидным за счет невыполнения первого условия. Причем разрыв между суммой наиболее срочных обязательств и суммой наиболее ликвидных активов увеличился, что негативно сказывается на ликвидности баланса.

Далее рассчитаем текущую ликвидность, которая свидетельствует о платежеспособности или неплатежеспособности предприятия:

$ТЛ = (А_1 + А_2) - (П_1 + П_2)$

$ТЛ_{2012} = (9369 + 16098) – 25800 = -333$ тыс. руб.

$ТЛ_{2013} = (12619 + 6746) – 30244 = -10879$ тыс. руб.

Как видим, неплатежеспособность ООО «Гардиан ДОЗ» в 2013 году резко увеличилась.

Произведем прогноз платежеспособности предприятия с помощью показателя перспективной ликвидности:

$ПЛ = А_3 – П_3$

$ПЛ_{2013} = 22663 – 0 = 22663$ тыс. руб.

На основе проведенного анализа можно прогнозировать превышение поступлений над обязательствами.

Использованная литература

1. Абдукаримов И.Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2013. – 213 с.

2. Скамай Л.Г., Трубочкина М.И. Экономический анализ деятельности предприятия: учебник. – М: Инфра-М, 2013. – 378 с.

УДК 336.71

Матюков Н.Ю.
Лицей № 28, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Чернякевич Л.М.,***
д-р экон. наук, профессор ПГТУ

БАНКИ И БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА

В работе рассматриваются вопросы, связанные с функционированием банковской системы.

Целью работы является изучение строения банковской системы.

В качестве *задач* исследования можно выделить следующие:

- исследование классификации банков;

- знакомство с функциями Центрального банка РФ и его ролью в финансовой системе;
- изучение вопроса банковского кредитования;
- выделение основных видов кредитов.

В России главным регулирующим органом кредитной системы государства является Центральный банк Российской Федерации (ЦБ РФ). Центральный банк реализует следующие основные функции:

- проведение денежно-кредитной политики;
- проведение валютной политики;
- регулирование деятельности кредитных институтов;
- выступает в роли банка правительства.

В классификации банков выделяют различные их виды.

Коммерческий банк – негосударственное кредитное учреждение, осуществляющее банковские операции для юридических и физических лиц.

Универсальный банк – банк, осуществляющий все или большинство основных видов банковских операций.

Инвестиционный банк – финансовый институт, который организует для крупных компаний и правительств привлечение капитала на мировых финансовых рынках.

Сберегательный банк – кредитное учреждение, специализирующееся на привлечении денежных сбережений и временно свободных средств населения в виде сберегательных вкладов, по которым выплачиваются проценты.

Кредит – это предоставление банком или кредитной организации денег заемщику в размере и на условиях, предусмотренных кредитным договором, а заемщик обязуется возвратить полученную сумму и уплатить по ней проценты.

Принципы кредитования – это основополагающие условия, на которых выдается кредит заемщику.

Сегодня, в условиях развития товарного и становлении финансового рынка, резко меняется структура банковской системы. Появляются новые виды финансовых учреждений, новые кредитные инструменты и методы обслуживание клиентов. Идет поиск оптимальных форм устройства кредитной системы, эффективно работающего механизма на рынке капиталов, новых методов обслуживания коммерческих структур.

Использованная литература

1. Жарковская Е.П. Банковское дело: учеб. для студ. вузов по спец. «Финансы и кредит». – 6-е изд., испр. – М.: ОМЕГА-Л, 2008. – 476 с.

2. Экономическая теория: экспресс-курс: учеб. пос. для студ. вузов по спец. «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика» / под ред. А. Г. Грязновой, Н. Н. Думной, А. Ю. Юданова; Финансовая акад. при Правительстве РФ. – 4-е изд., стер. – М.: КноРус, 2008. – 601 с.

УДК 539.376

Нерсисян Э.Г., Белова Ю.А.
Звениговская СОШ № 3, 10 класс, г. Звенигово, РМЭ
Научный руководитель ***Бочкарева Н.Н.,***
преподаватель Звениговской СОШ № 3

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ

Цель работы – исследовать особенности использования современных электронных форм платежа.

Задачи:

- выяснить историю появления системы безналичных расчетов,
- определить степень распространенности электронных денег в г. Звенигово.

Актуальность данной темы заключается в том, что с постепенным проникновением информационных технологий во все сферы жизнедеятельности человека появились такие понятия, как «online магазины», «электронные деньги», «web-транзакции» и многие из нас оказались не готовыми шагать в ногу со временем. В современном обществе создаются оптимальные условия для создания комфортных условий для приобретения товара или заказа услуги с минимальными затратами. Попробуем разобраться, как происходит процесс совершения операций с использованием виртуальных (электронных) денег и как избежать связанных с этим потенциальных неприятностей.

Методы исследования:

1) *анализ документов* – систематическое исследование различных источников с целью получения наиболее полной и точной информации.

2) *анкетирование* – метод так называемого социологического опроса – «опрос – способ получения вербальной (устной или письменной) информации путем прямого или косвенного взаимодействия исследователя с опрашиваемыми респондентами в форме регистрации ответов на вопросы при помощи специальных документов», где респондент заполняет специальную анкету, отвечая на те или иные вопросы исследователя;

3) *интервью* – метод устного опроса, где исследование проходит в форме особой беседы (формализованной или неформализованной) исследователя с респондентом.

Электронные деньги полностью моделируют реальные деньги. Электронные деньги обычно разделяют на два типа:

- на базе смарт-карт (англ. card-based);
- на базе сетей (англ. network-based).

И первая, и вторая группы подразделяются на *анонимные* (*неперсонифицированные*) системы, в которых разрешается проводить операции без идентификации пользователя, и *не анонимные* (*персонифицированные*) системы, требующие обязательной идентификации пользователя. Следует различать электронные *фиатные* деньги и электронные *нефиатные* деньги.

В настоящее время практически повсеместное распространение получили пластиковые карточки. *Пластиковая карточка* – это персонифицированный платежный инструмент, предоставляющий владельцу возможность безналичной оплаты товаров и услуг, а также получения наличных средств в отделениях (филиалах) банков и банковских автоматах (банкоматах). Принимающие карточку предприятия торговли и сервиса, отделения банков образуют сеть точек обслуживания карточки (или приемную сеть).

Без проблем расплатиться кредиткой можно только в крупных супермаркетах, зато «наличностью» – повсеместно.

Тем не менее, в использовании «пластика» имеются и несомненные плюсы. Например, можно совершенно не бояться карманных краж. Даже если вы потеряете карту или у вас ее украдут, то вы без проблем сможете вернуть хранившиеся на ней деньги.

Таким образом, сегодня каждая вторая покупка в магазине совершается с использованием электронных средств оплаты. Наличные остаются главным средством оплаты в традиционных магазинах лишь для 33% покупателей.

Сфера наличных денежных расчетов неудержимо сужается. Возможно, уже вскоре можно будет вообще не держать в руках наличные деньги: все денежные операции начнут осуществляться в безналичной форме. Однако сущность денег как экономического явления не претерпела изменений. Деньги по-прежнему являются всеобщим эквивалентом товаров и услуг. Любое средство, отвечающее этим требованиям, в какой бы форме оно ни выступало, можно считать деньгами. Электронные деньги выгоднее наличных. За ними будущее!

Использованная литература

1. Россельхозбанк в Звенигово [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bank-advisor.ru/respublika_mariy_jel_zvenigovo/bank/rosselhozbank

2. Банкоматы Сбербанка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bankomaty-sberbanka.ru/marij-el-zvenigovo/

3. Электронные деньги и платежные системы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.grandars.ru/student/finansy/elektronnye-dengi.html

4. Универсальная электронная карта (ПРО100) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sberbank.ru/nizhnynovgorod/ru/person/bank_cards/debet/uek/pro100/

5. Кредитная карта с льготным периодом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rshb.ru/natural/loans/creditcard/

УДК 336.74

Петрова Т.А.
Лицей № 11 им. Т.И. Александровой, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Петрова А.Н.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

К ВОПРОСУ ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РОСТЕ

Одним из основных понятий рыночной экономики является рост. За этим стоит прежде всего число: рост означает прибавление всех наработанных товаров и услуг (общественного продукта) в определенный отрезок времени. Чаще всего это год, а прирост соответственно относится к истекшему году. Из этих данных экономисты вычитают уровень повышения цен с тем, чтобы получить истинный рост экономики.

На профессиональном языке увеличение общественного продукта называется количественным ростом, в расчет берется только произведенная масса. Но существует еще и качественный рост. Это понятие поясняет, каким путем было получено больше товаров и услуг. Следует отличать рост посредством открытий и технического прогресса. Вспомним и о росте, вызванном повышением профессионального уровня персонала. Наконец, говоря о качественном росте, имеют в виду то, что экономика стала меньше потреблять сырья или новые технологии производства щадят окружающую среду.

Росту способствует ряд производственных факторов. Объем общего результата труда в стране зависит от соотношения числа работающих к численности населения, их образования и профессионализма. Земля может хранить большое количество полезных ископаемых, или ископаемых мало. Многое зависит от того, как используется земля – под сель-

ское хозяйство или под производственные объекты. Капитал в понятии национальной экономики включает все машины и здания, необходимые для производства. Телекоммуникация поддерживает рост новыми техническими возможностями.

Существуют понятия «нулевой рост», «стагнация». Термин «стагнация» происходит от латинского слова stagno – «остановка». В общем случае он означает застой в каком-либо развитии – экономическом, социальном и т.д. Стагнация в экономике – это состояние экономического развития, которое характеризуется застоем производственных и торговых отношений, отмечающимся на протяжении длительного периода времени [1]. Это явление сопровождается ростом безработицы, падением заработной платы и снижением уровня жизни населения страны. Когда экономика находится в состоянии стагнации, отмечается нулевой или незначительный рост экономических показателей, отсталость в плане внедрения перспективных производственных технологий и т.д.

Существует несколько видов стагнации. Монополистическая стагнация связана с конкурентной борьбой, которую ведут монополистические объединения. Прежде всего, от этого страдает отрасль производства. В результате монополистической стагнации инвестиционные процессы замедляются, предприятия начинают испытывать дефицит в заказах, трудности со сбытом продукции и, как следствие, вынуждены сокращать рабочий персонал.

Другой вид стагнации называется «переходным». Он возникает в случае перехода экономики от административно-командной системы к рыночной. Основными причинами переходной стагнации являются ошибки руководства страны, допущенные на предыдущих этапах развития. Характерным примером переходной стагнации было падение производства, которое произошло в 90-е годы в странах бывшего СССР. В результате застоя производственные мощности оказались фактически разрушены, сильно пострадал интеллектуальный и научно-технический потенциал общества. Как следствие, возник кризис неплатежей, еще более подорвавший экономику страны. Наработанные связи между отраслями народного хозяйства оказались нарушены, а из-за низкой конкурентоспособности продукции многие предприятия не смогли интегрироваться в международный рынок.

Сейчас принято говорить о стагнации, когда объем валового внутреннего продукта снижается до 2-3 процентов. При этом следует отличать стагнацию и экономический кризис. В результате экономического кризиса экономика резко замедляет рост, а стагнация характеризуется отсутствием роста, но не сильным падением.

МВФ 30 апреля 2014 года сократил прогноз по экономическому росту России в 2014 году до 0,2% (с прежних 1,3%) и до 1% (с 2,3%) в следующем году. Прогноз ОЭСР на 2015 год снижен с 2,9 до 1,8%. При этом в краткосрочной перспективе явно присутствуют риски ухудшения прогноза [2].

Использованная литература

1. Большая книга по экономике / пер. с нем. В. Годфрида. – М.: ТЕРРА, 2011. – 736 с.

2. Сайт РБК. – URL: http://top.rbc.ru/economics/06/05/2014/922290.shtml (дата обращения 03.02.2015 года)

УДК 004.056

Плотников К.Д., Порфирьев А.И.
Лицей № 28, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Порядина О.В.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

КИБЕРПРЕСТУПНОСТЬ. ЗАЩИТА ИНФОРМАЦИИ

Сегодня «киберпреступность» и «кибертерроризм» – уже не просто слова. В наши дни они стали представлять реальную угрозу человечеству.

Целью данной работы является изучение вопросов киберпреступности и методов борьбы на основе защиты информации.

Основными *задачами* исследования являются:

- ознакомление с понятием информационной безопасности.
- изучение видов интернет-угроз и способов борьбы с ними;
- выявление путей проникновения вирусов в компьютеры и исследование методов защиты с применением антивирусных программ.

В настоящей работе предпринята попытка анализа проблемы, которая является относительно новой для международного сообщества – проблемы киберпреступности. Это явление, возникшее полвека назад, охватывает все новые сферы деятельности человека, растет быстрыми темпами и требует принятия адекватных и своевременных мер реагирования [2]. Одним из подходов к преодолению киберпреступности является обеспечение защиты информации.

Информационная безопасность – это защищенность информации и поддерживающей инфраструктуры от случайных или преднамеренных

воздействий естественного или искусственного характера, чреватых нанесением ущерба владельцам или пользователям информации.

Киберпреступность можно охарактеризовать как «преступность в виртуальном пространстве». Киберпреступностью является любое преступление, которое может совершаться с помощью компьютерной системы или сети [1].

Киберпреступности способствуют несанкционированный доступ к информации, а также совершение несанкционированных действий с ней. Зачастую это происходит из-за внедрения (проникновения) вирусов в информационную систему. Основными путями проникновения вирусов в компьютер являются съемные диски (гибкие и лазерные), а также компьютерные сети. Наиболее часто вирусом заражаются загрузочный сектор диска и исполняемые файлы, имеющие расширения EXE, COM, SYS, BAT [3].

Антивирус – это специализированная программа, предназначенная для сканирования и распознавания на компьютере пользователя программ или скриптов, макросов, которые могут причинить вред пользователю или существенно замедлить работу компьютера. Антивирусные программы обнаруживают и уничтожают вирусы (т.е. удаляют их коды из зараженных программ и восстанавливают их работоспособность (если возможно)), контролируют возможные пути распространения программ-вирусов и заражения компьютеров [3].

Эффективная борьба с киберпреступностью предполагает адекватное выяснение специфики причин ее разрастания. Проблема борьбы с киберпреступлениями и практика рассмотрения судами дел этой категории выдвигаются на одно из первых мест. Серьезную проблему представляет сбор доказательств совершения противоправных действий в телекоммуникационных сетях ввиду легкости уничтожения и изменения компьютерной информации.

Проблема киберпреступности в силу невозможности из-за своей глобальной природы быть ограниченной рамками одного государства требует серьезных и масштабных исследований, а также выработки единых международных стандартов – от понятийного аппарата до унифицированных правовых норм.

В качестве решения обозначенной в работе проблемы является разработка и внедрение высококачественных систем защиты. Не только государственные учреждения и частные компании должны иметь системы защиты информации, но и общие домашние пользователи должны поддерживать безопасность своих компьютеров. Повышение ком-

пьютерной грамотности населения и повышение информационной культуры в гражданском обществе являются залогом обеспечения надежной защиты от кибермошенничества.

Использованная литература

1. РАС ООН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tmun.utmn.ru/

2. Elcomrevue – основы электронной коммерции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elcomrevue.ru/

3. Николаенко Н.А. Урок 14. Компьютерные вирусы и антивирусные программы. Правовая охрана. Защита информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://informatika-dts.ucoz.ru/index/kompjuternye_virusy_i_antivirusnye_programmy_pravovaja_okhrana_zashhita_informacii/0-41

УДК 331.5

Помиркованная В.Е.
Лицей № 28, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Казаринова А.В****., преподаватель лицея № 28*

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ТРУДА ПОДРОСТКОВ В ГОРОДЕ ЙОШКАР-ОЛЕ

«Труд в наше время – это великое право и великая обязанность», – так говорил французский писатель Виктор Гюго. Способность трудиться даёт возможность каждому из нас быть независимым, получая в качестве вознаграждения за приложенные усилия заработную плату. Скорее всего, именно поэтому каждый подросток, поставив подпись в паспорте, желает найти работу.

Целью нашего проекта стало исследование рынка труда подростков в городе Йошкар-Оле.

Для достижения вышеуказанной цели были выделены следующие *задачи*:

1. Ознакомиться с нормами и требованиями трудоустройства несовершеннолетних в России;

2. Узнать предложение рабочей силы подростков и должности, которые они хотят получить;

3. Выяснить, какие варианты подработок готовы предоставить в ответ работодатели нашего города;

4. Сравнить полученные результаты и сделать выводы.

Для решения поставленных задач проведён социологический опрос среди лиц 14-18 лет, по результатам которого выявлено много интересных данных.

Во-первых, подростки очень желают попробовать себя в качестве работников: 67% респондентов уже трудоустраивались, а 70% ещё не работавших хотят получить работу.

Во-вторых, основным препятствием в трудоустройстве является то, что ребята не могут найти подходящую вакансию (50%), а те, кто уже работал, получали информацию от друзей (48%) и родителей (26%), лишь 5% обращались в Центр занятости населения.

В-третьих, выбор вакансий для несовершеннолетних не отличается большим разнообразием: 21% приходится на должность промоутера, затем предлагаются различные должности в кафе (14%), разнорабочие и подсобные рабочие (10%), продавцы (9%), работники в детских оздоровительных лагерях (5%), на автомобильных мойках (5%) и другие.

Таким образом, было выявлено, что рынок труда подростков в городе Йошкар-Оле развит недостаточно хорошо. Из-за ограниченной информативности наблюдается избыток предложения рабочей силы. Стоит задуматься, как можно исправить данную проблему, ведь возможность трудиться положительно сказывается на развитии молодого поколения. Работая, подросток значительно увеличивает полезность свободного от учёбы времени. Он становится более дисциплинированным и ответственным; зарабатывая деньги самостоятельно, начинает ценить их и учится грамотно распоряжаться своими доходами, чувствуя свою независимость. И наконец, всё меньше времени остаётся на хулиганство и неправильные поступки. Как говорил Максим Горький, «высота культуры всегда стоит в прямой зависимости от любви к труду».

Использованная литература

1. РИА новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ria.ru/society/20090612/173711415.html

2. job4teens (работа для подростков) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://job4teens.ru/page/zakon-i-trud-podrostkov

3. Молодёжное парламентское движение России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.newparlament.ru/tribune/view/549

4. ГКУРМЭ Центр занятости населения города Йошкар-Олы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.yolatrud.ru/for_applicants/podrostki/

УДК 338.24

Порфирьев А.И., Белкина А.В., Богомолов А.В.,
Плотников К.Д., Уколова Ю.В., Шлёнская В.М.
Лицей № 28, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Малькова Т.М.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

БИЗНЕС-ПРОЕКТ ПО ПРОДАЖЕ ХОЛОДИЛЬНИКОВ «KYUHELSHRANK»

Бизнес-план – краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективный желаемый результат и определить средства для его достижения. Бизнес-план является документом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля. Важно рассматривать бизнес-план как сам процесс планирования и инструмент внутрифирменного управления [1].

В нашей работе предлагается к реализации бизнес-проект по продаже элитных холодильников в городе Москве. *Цель работы*: импорт немецких холодильников, последующая продажа и получение максимальной прибыли с реализации данного проекта. Актуальность данной идеи определяется тем, что в настоящее время приветствуется индивидуальный подход к организации своего быта.

Задачами проекта являются определение возможных рисков в обозначенной сфере предпринимательства, увеличение спроса на данный продукт.

В работе представлены описание предприятия и нашего продукта, его импорт и реализация, основные этапы развития, преимущества продукта фирмы, экономические показатели эффективности проекта. Мы стараемся, чтобы наш продукт был уникальным, с использованием передовых технологий. Наша компания предлагает покупателям с высоким материальным положением модернизировать наш продукт согласно их предпочтениям. Уделяем внимание маркетинговым коммуникациям, стратегиям ценообразования. Компания заинтересована в оказании социального пакета своим сотрудникам.

Закупка и продажа будут осуществляться по франшизе. Поэтому качество предлагаемой продукции не вызывает сомнения. Таким образом, охарактеризовав предприятие, мы обратили внимание на его отличие от

других компаний, присутствующих на рынке данного продукта, и выявили, что наш проект является эффективным и будет приносить нам прибыль.

Для реализации проекта необходимо организовать 9 рабочих мест. Начальный капитал для нашей компании составит 2,3 млн рублей. Чтобы окупить начальные расходы, необходимо продать 50 холодильников на сумму 1,5 млн рублей. Срок окупаемости 1,5 месяца. Наша прибыль составляет 864 тыс. рублей за 1 месяц [2].

Использованная литература

1. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Бизнес-планирование (дата обращение: 04.02.2015).

2. Как составить бизнес-план [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://biznes-prost.ru/category/biznes-plan (дата обращения: 04.02.2015).

УДК 336.717:004

Родников С.А.
Лицей № 28, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Порядина О.В.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

ПЛАТЕЖНАЯ СИСТЕМА QIWI КОШЕЛЕК

Qiwi Кошелек – одна из лучших в использовании систем оплаты и перевода денежных средств, поэтому она является достаточно распространенной среди многих пользователей электронных кошельков.

Целью работы является ознакомление с платежной системой Qiwi Кошелек. В качестве *задач* исследования можно выделить следующие: ознакомление с историей создания системы Qiwi Кошелек; выявление плюсов и минусов при работе с данной системой по сравнению с другими платежными системами.

Qiwi Кошелек – это платежная система, которая позволяет осуществлять платежи за услуги и денежные переводы с мобильного телефона, работающего в стандарте GSM. Система позволяет оплачивать мобильный телефон, доступ в Интернет, платное телевидение и множество других услуг без процентов и комиссий в любом месте, где работают телефоны стандарта GSM [1].

У платежной системы Qiwi Кошелек достаточно много преимуществ. К ним можно отнести [1]:

- отсутствие комиссии за оплату услуг и внесение средств;

- одновременная возможность работы с системой через мобильный телефон, смартфон, КПК;
- отсутствие каких-либо жестких требований к телефону и программному обеспечению: наличие пяти способов регистрации в системе;
- высокий уровень безопасности переводов;
- уведомления о выставленных счетах в виде SMS-сообщения;
- возможность отключения от Интернета вручную после окончания операции;
- SMS-платежи (если GPRS-соединение недоступно);
- быстрое поступление средств и краткосрочный период перевода денежных средств.

Среди недостатков платежной системы QIWI Кошелек можно выделить [1]: сложности с настройками GPRS-Internet (часть сотовых телефонов не имеет необходимого встроенного приложения), а также весьма ограниченные возможности обналичивания денег из Qiwi Кошелька.

Выводы. С помощью платежной системы Qiwi Кошелек можно оплачивать коммунальные услуги, услуги связи, приобретать авиационные билеты и многое другое. Платежи можно производить с помощью платежных терминалов или специальных мобильный приложений, а также через интернет. Платежная система Qiwi Кошелек является очень удобным сервисом для оплаты различных услуг. Однако отметим, что с января 2015 года не на всех терминалах оплаты возможно пополнение данного кошелька.

Использованная литература

1. Организация приемов онлайн-платежей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.roboxchange.com/

УДК 323/324

Семенова К., Еклашева А.А.
СОШ № 30, 9б класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Еклашева О.В.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

ПРОБЛЕМЫ ВВЕДЕНИЯ ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ

Рассмотрим ситуацию введения энергосберегающих технологий например, в ЖКХ. Возможны две модели: текущая и желаемая. Текущая

ситуация такова: производитель продает свои продукты, покупатель покупает; чем больше товаров продаст производитель, тем больше его выручка и, соответственно, прибыль. При данной системе у производителя полностью отсутствует инициатива по внедрению энергосберегающих технологий.

Интересы покупателя в настоящее время полностью противоположны интересам производителя. Ведь платить на предоставленные товары приходится именно покупателю.

Причем в ЖКХ конкуренция отсутствует, покупатель вынужден взаимодействовать или с естественными монополиями – поставщиками электроэнергии и газа, или с унитарными городскими предприятиями – поставщиками воды или тепла.

Поскольку интересы покупателя полностью противоположны интересам продавца, т.е. выигрыш одного равен проигрышу другого, то ситуация напоминает войну. И единственным средством, которым покупатель может воздействовать на поставщика, является точный учет товара – установка счетчиков для точного измерения объема потраченной воды, электроэнергии и газа.

Основная составляющая содержания квартиры – оплата отопления. В данной ситуации покупатель лишен возможности как-то влиять на ситуацию. И в рамках модели противостояния (интересы продавца противоположны интересам производителя) ситуацию, очевидно, разрешить нельзя.

Однако можно переформулировать ситуацию и перейти от ситуации продажи товара к ситуации предоставления услуг. Например, поставщик предоставляет определенную услугу, например услугу поддержания определенной температуры. В этом случае становится выгодно устанавливать пластиковые окна, утеплять стены дома, совершенствовать систему вентиляции.

Таким образом, при введении продажи услуги вместо продажи товара можно добиться большего комфорта при меньшем расходовании ресурсов.

Использованная литература

1. Хокен П., Ловинс Э., Ловинс Х. Естественный капитализм: грядущая промышленная революция. – М.: Наука, 2002.

УДК 658.14/.17

Сергушова К.В.
Высший колледж ПГТУ «Политехник», г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Караева М.С.****, ст. преподаватель ПГТУ*

ИНТЕГРАЛЬНАЯ БАЛЛЬНАЯ ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ООО «ГАРДИАН ДОЗ»

Для анализа финансовой устойчивости организаций в мировой и отечественной практике разработано множество различных коэффициентов. Они характеризуются различием в уровне критических оценок и степенью отклонения фактических значений коэффициентов от этих оценок. В связи с этим возникают сложности в общей оценке финансовой устойчивости организаций. Поэтому многие аналитики рекомендуют проводить интегральную балльную оценку финансовой устойчивости.

Сущность методики интегральной балльной оценки финансовой устойчивости заключается в классификации организаций по уровню риска. В зависимости от суммы набранных баллов исходя из фактических значений показателей финансовой устойчивости организация может быть отнесена к одному из шести классов риска. Рассмотрим данную методику на примере ООО «Гардиан ДОЗ» (см. таблицу).

Результаты интегральной балльной оценки финансовой устойчивости ООО «Гардиан ДОЗ» за 2012-2013 гг.

Показатель	2012 г.		2013 г.	
	Значение	Балл	Значение	Балл
1. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,37	12	0,43	16
2. Коэффициент критической оценки	0,66	0	0,23	0
3. Коэффициент текущей ликвидности	1,90	15	1,40	7,5
4. Коэффициент автономии	0,47	6,6	0,33	0
5. Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования	0,46	12	0,28	6
6. Коэффициент финансовой независимости в части формирования запасов и затрат	1,01	13,5	0,65	4,5
Итого		59,1		34

Полученные в результате проведенной интегральной балльной оценки финансовой устойчивости данные показывают, что в 2012 году ООО «Гардиан ДОЗ» относилось к третьему классу риска, а в 2013 году – к четвертому.

Третий класс риска включает в себя проблемные предприятия, при взаимодействии с которыми вряд ли существует угроза потери средств, но полное получение процентов и выполнение обязательств представляется сомнительным.

Четвертый класс риска составляют предприятия при взаимодействии с которыми требуется особое внимание, так как можно столкнуться с проблемами финансового характера. Это предприятия, которые могут потерять средства и проценты даже после принятия мер к оздоровлению бизнеса.

Следовательно, можно сделать вывод, что в целом финансовая устойчивость ООО «Гардиан ДОЗ» за последнее время имеет тенденцию к ухудшению.

Использованная литература

1. Абдукаримов И.Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2013. – 213 с.

2. Скамай Л.Г., Трубочкина М.И. Экономический анализ деятельности предприятия: учебник. – М.: Инфра-М, 2013. – 378 с.

УДК 339.133

Смирнов С.Ю.
Мари-Турекская СОШ, 11б класс, п. Мари-Турек, РМЭ
Научный руководитель ***Стрельникова Н.М.****,*
канд. экон. наук, доцент ПГТУ

ОСОБЕННОСТИ СПРОСА НА ИНФОРМАЦИЮ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

Одним из важнейших видов ресурсов современного общества являются информационные ресурсы (ИР). Значимость ИР постоянно растет. Одним из свидетельств этого является то, что уже на нынешней фазе продвижения к информационному обществу ИР становятся товаром, совокупная стоимость которого на рынке сопоставима со стоимостью традиционных ресурсов. ИР общества в настоящее время рассматриваются как стратегические ресурсы [3].

Информационные ресурсы – отдельные документы и отдельные массивы документов в хранилищах данных информационных систем. ИР в широком смысле – совокупность данных, организованных для эффективного получения достоверной информации.

Приведем классификацию мировых информационных ресурсов:

– государственные ИР, полученные и оплаченные из федерального бюджета;

– ИР предприятий, созданные или накопленные на предприятиях и в организациях.

– персональные ИР, созданные и управляемые каким-либо человеком и содержащие данные, относящиеся к его личной деятельности [1].

Информационный рынок – сфера предложения, обмена и торговли информационными продуктами и услугами.

Участниками информационного рынка являются:

– владельцы информации:

- владельцы первичной информации (т.е. информации, не представленной в машиночитаемой форме и не предназначенной для автоматизированной обработки);
- владельцы баз данных – организации, осуществляющие сбор первичной информации и представляющие её в виде баз данных;

– вендоры – организации, формирующие банки данных, в которые включены базы данных, принадлежащие отдельным владельцам, и предоставляющие к ним доступ на коммерческой основе;

– провайдеры – организации, предоставляющие доступ к банкам данных вендоров по телекоммуникационным каналам;

– пользователи – организации и частные лица, использующие ИР:

- конечные пользователи (используют информацию непосредственно для решения своих задач);
- промежуточные пользователи-посредники;
- информационные брокеры – специалисты, занимающиеся информационным обслуживанием с использованием служб и сервисов, оплачиваемых клиентом.

Специфика информации как товара следующая:

– произведенная информация не только переходит к покупателю, но и остается у продавца;

– возможно использование одной и той же информации в течение неограниченного времени;

– у информации отсутствует свойство расходования;

– ценность информации субъективна и зависит от отдельного человека;

– в отличие от других товаров, цена информации не является выражением её стоимости, так как не отражает количество труда, затраченное на её производство и доведение до потребителя [2].

В современных рыночных условиях ни одно предприятие не может обойтись без услуг информации и информационных технологий.

Дальнейшее развитие сетевых средств приведет к созданию принципиально новой глобальной среды человеческого общения, ресурсы которой могут быть как средством, так и объектом маркетинга, то есть рынком для новых технологий, продукции и услуг.

Признание роли информации в современном экономическом и социальном развитии является важным шагом на пути становления информационного рынка и информационной экономики в целом.

Использованная литература

1. Иванов В.К. Мировые информационные ресурсы: конспект лекций. – Тверь: ТГТУ, 2006. – 32 с.

2. Мировые информационные ресурсы, 2010 [Электронный ресурс]. – URL: http://pie.lghost.ru/mir (дата обращения: 15.05.2013).

3. Информационная цивилизация. Информационные ресурсы общества в решении проблем. [Электронный ресурс]. – URL: http://festival.1september.ru/articles/626963/ (дата обращения: 4.06.2013).

УДК 346.26(470.342)

Смоленцев И.А.
СОШ с углубленным изучением отдельных предметов № 2 им. А. Жаркова, 7 класс, г. Яранск, Кировская область
Научные руководители: ***Богданова А.М.****, педагог дополнительного образования детского дома творчества Яранского района;*
Козлова Е.А.*, ст. преподаватель ПГТУ*

РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА В ИСТОРИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ

Цель работы – изучить роль предпринимательства в социально-экономическом развитии региона в историческом контексте.

Задачи: познакомиться с историей рода Булыгиных; изучить виды экономической деятельности торгового дома «Булыгин и сыновья»; рассмотреть вклад купцов Булыгиных в социально-экономическое развитие Яранского уезда Вятской губернии.

Объект исследования – предпринимательская деятельность русского купечества.

Предмет исследования – деятельность рода купцов Булыгиных на Яранской земле.

Методы исследования: изучение архивных данных и периодических источников, интервьюирование, поисковый метод, документирование, систематизация, сравнение, обобщение.

Исторические условия становления российской государственности и экономики обусловили особенности развития российских городов как центров ремесленного производства, постепенно превращающегося в систему современного предпринимательства. Конец XIX – начало XX века стали временем динамичного развития предпринимательства.

Большая роль в истории предпринимательства Вятской и Казанской губерний принадлежит купеческой династии Булыгиных, яркими представителями которой являются Федор Анисимович Булыгин, Василий Фёдорович Булыгин и Александр Васильевич Булыгин.

Старт предпринимательской деятельности Булыгиных – перепродажа шерсти, шкуры, льноволокна. В 40-50 годы XIX века Ф.А. Булыгин создает торговую фирму «Булыгин и сын» для проведения лесозаготовок [1], которая в 1880-х годах приобретает статус торгового дома «Булыгин и сын». В него входили 5 винокуренных заводов, лесопильный, маслобойный, пивоваренный заводы [3].

Приобретение Булыгиными винокуренного (1898 г.) и строительство спиртового заводов в г. Яранске положило начало развитию промышленности в городе. Кустарные предприятия имелись у многих купцов, но Ф.А. Булыгин поставил производство на промышленную основу. Так, пивоваренный завод в п. Санчурске Яранского уезда (1874 г.) производил пива в количестве 6500 ведер на сумму 4550 рублей, меда – 3000 ведер на сумму 3000 рублей [4]. Реконструкция завода в 1890 г. позволила увеличить производительность пива до 75 тыс. ведер и обеспечить работой 80 крестьян. Для сбыта товара в Яранском уезде стали открываться трактирные заведения, в соседних 10 городах построили пивные склады. Таким образом, развивалось производство, увеличивался торговый оборот, расширялись рынки сбыта (Вятка, Казань, Урал).

Особую роль в истории купеческой династии Булыгиных занимает благотворительная и меценатская деятельность, имевшая не только экономический, но и социально-нравственный смысл. Булыгины оказывали огромную помощь земскому образованию, в том чсиле и материальное содействие. Под их попечительством находились Яранская женская гимназия, Царевосанчурские городское училище и школа для слепых.

Федор Анисимович и Василий Фёдорович были в числе заведующих Царевосанчурской бесплатной читальней (1899-1904 гг.). Большую помощь в виде пожертвований купцы Булыгины оказывали храмам Яранского уезда.

Булыгины неоднократно избирались гласными Яранского уездного земского собрания. Выдвигавшиеся ими предложения были направлены на экономическое развитие края. В 1896 году А. В. Булыгиным на личные средства была организована пожарная дружина. За полезные дела для общества Булыгины многократно награждались орденами и медалями.

Династия Булыгиных внесла неоценимый вклад в социально-экономическое развитие Яранского края. Благодаря предпринимательству, в регионе решаются задачи экономического роста, эффективного использования ресурсов, внедрения инноваций, социальные задачи.

Использованная литература

1. Двинянинов А.В. Как крестьяне Булыгины помещиками стали. – Йошкар-Ола: Педагогическая инициатива, 2003. – 32 с.

2. Вятское предпринимательство: истории и персоналии. Библиографический указ. – Киров: Киров. обл. науч. библиотека им. А.И.Герцена, 2003. – 172 с.

3. История Марийского края в лицах. XIV – начало XX веков / под общ. ред. к.ф.н. Л.И. Маркелова. – Йошкар-Ола: МарНИИЯЛИ, 2012.

4. Мусихин В.Е. Вятские рабочие: от мануфактуры к фабрике // Энциклопедия земли Вятской. Т.4. История. – Киров, 1996.

5. Наумов Д. Булыгин и другие предприниматели // Санчурский вестник. – 1991. – № 6.

УДК 339.372.81

Стеблина А.О., Ушакова П.А.
Лицей № 28, 11в класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Казаринова А.В.****, преподаватель лицея № 28*

ПРОЕКТ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСТАВКИ КОРЗИНЫ ПРОДУКТОВ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Предложен проект организации доставки корзины продуктов для потребителей. *Цель* – получение прибыли за счет оказания услуг населению.

Чтобы приготовить блюда, людям приходится тратить много времени: ездить по магазинам, долго искать нужные ингредиенты, покупать

продуктов больше, чем надо для блюда, стоять в очередях, долго мыть и чистить продукты, продолжительное время стоять у плиты, готовя уже обыденные блюда.

Мы разработали сервис, через который можно заказывать ингредиенты для готовки. Наш сервис рассчитан на тех, кто любит готовить, но у кого не хватает времени на поиск новых продуктов и рецептов.

В таблице отражена структура затрат и прибыли проекта.

Структура затрат	Потоки прибыли
Размещение приложения в интернет-магазинах. Реклама приложения. Затраты на обновление оборудования. Затраты на зарплаты служащим. Затраты на доставку, приобретение продуктов и прочего.	Доход будет поступать от заказов клиентов, рекламы партнеров.

При разработке программы мы учитывали средний доход по Республике Марий Эл. Воспользоваться нашей услугой может каждый желающий, и это не оставит большого следа на семейном бюджете.

Использованная литература

1. Иванов С.И. Экономика. Основы экономической теории: в 2 кн. – М.: Вита-Пресс, 2011. – 320 с.

УДК 379.845(470.342)

Стяжкин В.А.
СОШ с углубленным изучением отдельных предметов, 4б класс,
г. Яранск, Кировская область
Научные руководители: ***Стяжкина Л.А.****, методист детского дома творчества Яранского района;*
Козлова Е.А.*, ст. преподаватель ПГТУ*

РОЛЬ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ

Цель работы – изучить роль сельского туризма в социально-экономическом развитии регионов.

Задачи: выявить вклад туристской отрасли в социально-экономическое развитие Яранского района; изучить составляющие сельского

туризма; раскрыть перспективность развития народных промыслов на примере народной глиняной игрушки в Яранском районе.

Методы исследования: изучение литературных и периодических источников; анкетирование; интервьюирование; поисковый метод; документирование; анализ и сравнение собранных материалов.

В настоящее время туризм является динамично развивающейся межотраслевой сферой экономики. Эффективное функционирование туристского комплекса оказывает положительное влияние на все стороны регионального развития, способствует совершенствованию социальной, рыночной инфраструктуры, укреплению межрегиональных связей.

Яранский район – уникальный уголок Кировской области, имеющий богатейший культурно-исторический потенциал для развития туризма.

Формирование конкурентоспособной туристской отрасли обеспечит существенный вклад в социально-экономическое развитие Яранского района, сохранение его культурно-исторического наследия, увеличение числа рабочих мест [1]. Развитие туризма на территории Яранского района осуществляется в рамках муниципальных целевых программ [1, 2]. Одной из задач развития туризма на 2014-2016 гг. является организация и поддержка народного творчества, в частности привлечение жителей сельских населённых пунктов к подготовке и участию в сельском туризме, развитию народных художественных промыслов [2].

В районе развивается более 10 видов народных промыслов, в числе которых глиняная игрушка. Яранская земля славится богатыми залежами глины (Катанурское, Нагорское, Яранское месторождения). На современном этапе в Яранском районе отмечается большое разнообразие глиняных игрушек, по сравнению с Кировской областью в целом.

В процессе работы нами была изучена история зарождения и современный вид глиняной игрушки в Яранском районе, обобщены данные о её мастерах, сделаны выводы об особенностях глиняной игрушки.

На Яранской земле насчитывается 10 умельцев глиняной игрушки. В районе выделяется два вида авторской керамической игрушки: «Дворянская игрушка», «Яранская игрушка-свистулька». Эти игрушки широко представлены на ярмарках, фестивалях, праздниках, проходящих в Яранском районе и за его пределами, удостоены наград регионального и международного уровня [3]. В стадии становления и развития находятся керамические игрушки «Глиняное кружево», «Солнечная», копии дымковской игрушки. Мастера и умельцы района применяют такие техники, как «ручная лепка», «шликерное литье», «резьба по глине». Себестоимость глиняных игрушек невысока – от 30 до 350 рублей.

Глиняная игрушка – прекрасный сувенир, уникальное и экологичное изделие. В целях продвижения продукции при участии муниципальных

органов выпущен каталог «Народные промыслы Яранского района», создаются торговые точки по продаже изделий народных промыслов.

Туристская отрасль на Яранской земле формируется на принципах муниципально-частного партнерства. В рамках муниципальных программ осуществляются поддержка развития малого и среднего предпринимательства в сфере туризма, информационная поддержка.

Вывод. Развитие туристского комплекса Яранского района выявляет: 1) экономический эффект – привлечение дополнительных инвестиций в район; 2) социальный эффект – укрепление единого культурного пространства района, приобщение населения к культурным ценностям, создание условий для отдыха; 3) бюджетный эффект – прирост налоговых и аналогичных доходов, инвестиционный доход.

Сельский туризм содействует росту доходов местного населения, созданию рабочих мест, поддержке традиций, народных промыслов и ремесел, развитию малого предпринимательства.

Использованная литература

1. Муниципальная целевая программа «Развитие туризма на территории муниципального образования Яранский муниципальный район на 2012-2014 гг.», утв. постановлением администрации Яранского района от 30.09.2011 № 961.

2. Муниципальная программа «Развитие культуры и туризма на 2014-2016 годы», утв. постановлением администрации Яранск. р-на от 07.11.2013 № 1527.

3. Десять имен в истории Яранска. Вып. 6. – Яранск: МКУК Яранская центральная районная библиотека им. Г.Ф. Боровикова, 2012.

4. Наш край: краеведческий сборник. – Яранск, 2001. – № 5.

5. Энциклопедия Земли Вятской. Том 7. Природа / сост. А.Н. Соловьёв. – Киров: Областная писательская организация, 1997.

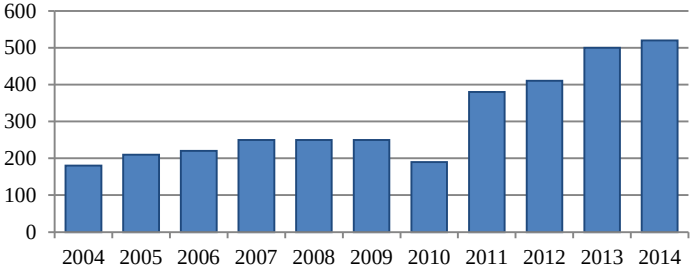
УДК 325.1

Томуров П.Д.
Лицей «Мегатех» г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Кудрявцев В.А.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МИГРАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИИ

Проблемы миграции населения являются актуальными, поскольку способствуют перераспределению рабочей силы между регионами страны и повышают эффективность её использования.

Передвижения внутри страны, связанные со сменой места жительства, в общем миграционном обороте в 2009 г. составляли 85%. На переселения из одного субъекта РФ в другой приходится 45% внутрироссийской миграции. В 2001-2008 гг. передвижения внутри страны были на уровне 1,9-2,0 млн человек. Однако в 2010 г. число внутренних мигрантов увеличилось на 11,9% по сравнению с 2009 г. (см. рисунок).



Миграция между субъектами РФ в 2004-2014 гг. (тыс. человек)

В 2010 г., как и в 1990-е гг., во внутренней миграции поток устойчиво ориентирован с севера и востока в центр и юго-восток. Дальний Восток терял население при обмене абсолютно со всеми округами. Сибирь теряла население при обмене со всеми западными округами и при этом возместила 12% этих потерь за счёт Дальнего Востока. Урал за счёт Поволжья, Сибири и Дальнего Востока возместил 94,5% потерь.

За 1991-2010 гг. в России общая численность эмигрантов по линии международной миграции составила 9488,8 тыс. человек, в том числе из стран СНГ – 8831 тыс. человек, стран дальнего зарубежья – 657,8 тыс. человек. Количество иммигрантов в 1991-2000 гг. по сравнению с 2001-2010 гг. было в 3,6 раза выше, из них из стран СНГ – в 3,6 раза, стран дальнего зарубежья – в 3,3 раза (см. таблицу).

Мигранты, учитываемые при регистрации по месту жительства, обеспечивают чуть более трети миграционного прироста (33,4% в 2011 году, 34,6% в 2012 году, 36,5% в 2013 году, а по данным за январь-июль 2014 года – 45,9%). В абсолютном выражении миграционный прирост за счет прибывших и выбывших, учтенных по месту жительства, составил 107 тысяч человек в 2011 году, 102 тысячи в 2012 году, 108 тысяч в 2013 году и 64 тысячи человек за январь-июль 2014 года. Миграционный прирост населения России в большей мере формируется за счет мигрантов, учитываемых по месту пребывания: в 2011 году – на две трети (217 тысяч человек, или 67,9%), в 2012 году – почти полностью (290 тысяч

человек, или 98,2%), а в 2013 году и январе-июле 2014 года он превышал общий миграционный прирост.

Международная миграция в России в 1995-2014 гг.

	1995-2004 гг.	2005-2014 гг.	1995-2014 гг.	1995-2004 гг. к 2005-2014 гг.
Прибыло, всего	4080,6	3380,2	7447,2	1,2
В том числе:				
из стран СНГ	3875,1	2912,9	6831,0	1,3
из стран дальнего зарубежья	205,5	467,3	616,2	0,4
Выбыло, всего	2682,1	450,2	4293,3	5,9
В том числе:				
из стран СНГ	1659,7	367,1	3026,8	4,5
из стран дальнего зарубежья	102,8	83,1	1266,5	1,2
Сальдо – всего (приток)	1398,5	2930,0	3153,9	0,4
В том числе:				
за счёт стран СНГ…	3258,4	1545,8	5804,2	2,1
за счёт стран дальнего зарубежья	-517,9	-157,8	-675,7	3,3

Использованная литература

1. Топилин А. Миграция и пространственное экономическое развитие страны // Экономист. – 2013. – С. 96.

УДК 314:338.2

Трапезникова Е.А.
Лицей «Мегатех», г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Кудрявцев В.А.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

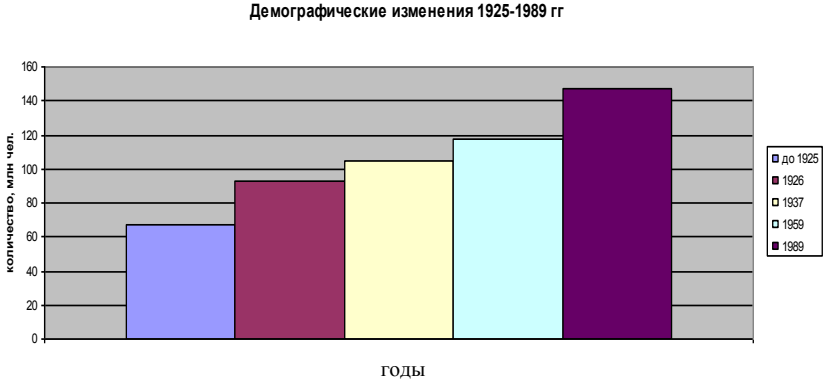
ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКТОР В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РОССИИ

Демографический фактор всегда играл важную роль в развитии и становлении российского государства.

Демография – это наука о закономерностях воспроизводства населения, зависящих от природных условий, миграции, изучающая численность, территориальное размещение и состав населения, их изменения,

причины и следствия этих изменений и дающая рекомендации по их улучшению.

Изменения в численности населения за последнее столетие можно отобразить на следующей диаграмме:



На данный момент происходит увеличение численности населения.

Перепись 2010 г. зафиксировала 142,9 млн россиян. А в настоящее время численность населения составляет около 146 млн человек.

Демографические процессы последнего двадцатилетия отразили политические и экономические условия развития страны.

К главным причинам можно отнести:

- политическую нестабильность: война с Чечней. Нависла угроза распада Российской Федерации;
- «галонирующую» инфляцию: не постепенно, а по-революционному были отпущены «на волю» цены, обесценивание;
- задержки с выплатой заработной платы;
- безработицу. К счастью этого не произошло благодаря личному подсобному хозяйству;
- заметный рост «пугающих» причин смертности: случайное отравление алкоголем, убийства, самоубийства;
- усиление дифференциации населения по уровню доходов, углубление пропасти между богатыми и всеми остальными.

Для России есть только один путь демографического развития: чем больше численность населения и выше его качество, тем лучше.

Исходя из демографических тенденций, на основе среднегодового прироста был получен демографический прогноз до 2020 года. Согласно

данному прогнозу, к 2020 году в нашей стране будет проживать 150 млн человек.

Обязанности государства:

- определять место демографического фактора при разработке стратегии социально-экономического развития страны;
- принять меры, чтобы предотвратить спад рождаемости по причине начавшегося вхождения в возраст деторождения женщин, родившихся в период, когда рождаемость резко снизилась;
- усилить свое влияние на кадровое обеспечение развития экономики и социальной сферы.

Ученым демографам нужно перейти от вскрытия «демографических язв», чем они усиленно занимались до самого последнего времени, к предложениям на тему: что надо делать, чтобы изменить ситуацию к лучшему. СМИ весьма преуспели в нагнетании демографического негатива. «Вклад» СМИ в демографическую ситуацию носит разрушительный характер. Они создают в стране атмосферу тревоги и неуверенности в завтрашнем дне.

Использованная литература

1. Костаков В.Г. Демографический фактор в социально-экономическом развитии // Экономист. – 2013. – С. 96.

УДК 339.137

Уколова Ю.В.
Лицей № 28, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Чернякевич Л.М.****,*
д-р экон. наук, профессор ПГТУ

КОНКУРЕНЦИЯ В ЭКОНОМИКЕ

В работе рассматриваются особенности борьбы между экономическими субъектами на потребительском рынке.

Целью проекта является изучение экономического феномена «конкуренция» между предприятиями. В качестве основного метода исследования использовался метод сбора и анализа информации из различных источников.

Конкуренция в экономике – это борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов про-

изводства. Говоря о деловой конкуренции, мы рассматриваем степень зависимости рыночных условий от поведения отдельных участников.

С экономической точки зрения, конкуренция может рассматриваться в трех основных аспектах:

1) как степень состязательности на рынке;

2) как саморегулирующий элемент рыночного механизма;

3) как критерий, по которому определяется тип отраслевого рынка.

В экономике выделяют два основных вида конкуренции. Совершенная конкуренция – это состояние рынка, на котором большое количество платежеспособных покупателей и продавцов (производителей), каждый из которых занимает относительно малую долю на рынке и не может диктовать условия продажи и покупки товаров. Несовершенная конкуренция – вид конкуренции, в условиях которой отдельные производители имеют возможность контролировать цены на продукцию, которую они производят.

Различают добросовестную и недобросовестную конкуренцию. Первая ведет к выигрышу потребителя (покупателя), вторая приносит выгоды только предприятию (продавцу). Совершенная конкуренция означает, что на рынке нет диктата продавца, и отдельный продавец на цену повлиять не может.

Противоположной конкуренции является ситуация, когда исключительное право на производство, покупку, продажу в силу разных обстоятельств может принадлежать одному лицу, определённой группе лиц или государству. Это случай монополии.

Возможен случай так называемой монополистической конкуренции, когда много продавцов конкурирует между собой, чтобы продать дифференцированный продукт на рынке, где возможно появление новых продавцов-конкурентов.

Характерные черты рынка с монополистической конкуренций:

1. Товар каждой фирмы, продающийся на рынке, является несовершенным заменителем товара, производимого другими фирмами;

2. На рынке существует относительно большое количество продавцов, каждый из которых удовлетворяет небольшую, но не мельчайшую долю рыночного спроса на общий тип товара, реализуемого фирмой и ее соперниками;

3. Продавцы не считаются с реакцией своих соперников, когда выбирают, какую цену установить на свои товары, или когда выбирают ориентиры по объему годовых продаж.

Таким образом, конкуренция – это механизм, благодаря которому рынок выполняет свои функции. Она позволяет наилучшим образом

удовлетворять нужды людей и обеспечивать эффективное использование ограниченных ресурсов.

Использованная литература

1. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki

УДК 343.535

Храмов И.А.
Лицей № 11 им. Т.И. Александровой, 5б класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Петрова А.Н.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА БАНКРОТСТВА

Русское слово «банкротство» заимствовано от немецкого «bankrott» или французского «banqueroute», а те, в свою очередь, происходят от итальянского «bancarotta». Банкротство – долговая несостоятельность, отказ предпринимателя платить по своим долговым обязательствам из-за отсутствия средств, финансовый крах, разорение. «Bancarotta» дословно переводится как «сломанная, разбитая скамья, прилавок, стол, контора», а возникновение такого понятия связывают с тем, что в средневековой Италии кредиторы крушили «рабочие места» оказавшихся не в состоянии выплачивать долги менял, банкиров или торговцев [1].

Институт банкротства возник из отношений должника и его кредиторов, основан на этих отношениях, но в процессе своего развития перерос этот уровень и не может в настоящее время рассматриваться только с экономической или правовой точки зрения, изолированно от социальных, политических, организационных, нравственных проблем.

Генезис института банкротства как части системы регулирования взаимоотношений должника и кредиторов представляется целесообразным показать на примере Древнего Рима, где она достигла позиций, использовавшихся и продолжающих в значительной степени использоваться до настоящего времени.

До 326 г. до н.э. обеспечение обязательств в Древнем Риме также носило личностный характер: в случае неуплаты долга в срок должник поступал в личное распоряжение кредитора, который мог держать его в течение 60 дней в заточении в своем доме, трижды за это время выводя на Форум, где объявлялась сумма долга, затем должник продавался в рабство за границу.

Законами XII таблиц устанавливалось, что должник, не вернувший долг сразу нескольким кредиторам, мог быть разрублен ими на части. С 326 до 17 г. до н.э. кредитор уже не имел права превращать должника в раба или убивать его. Сохранилась только одна форма личной расправы: увод должника домой, где кредитор мог наложить на него оковы или заставить работать на себя до отработки долга либо до его уплаты родственниками или друзьями. Однако основным способом принудительного исполнения обязательств в этот период стало обращение взыскания на имущество должника. Таким образом, на смену личной расправе приходит экспроприация имущества должника.

Становление рынка остро вызвало потребность устранять разрушительные для экономики того времени последствия несостоятельности тогдашних предпринимателей (торговцев, фермеров). И с первых же шагов развития данного института активную роль стало играть государство, которое регулировало отношения между кредиторами и должником посредством разного рода наказаний последнего. Но со временем расширение торговых связей и усложнение правового регулирования постепенно привели к более умеренному взгляду на банкротство в целом, которое постепенно становилось обычным фактом, неотъемлемой частью экономической жизни.

Вообще институт банкротства является относительно новым для отечественной системы правового регулирования, так как в послереволюционном законодательстве нормы о банкротстве отсутствовали, и лишь в 1992 году был принят соответствующий закон. Но процедуры банкротства несостоятельных должников были уже достаточно хорошо разработаны ранее, и российское законодательство в большинстве своем заимствовало данные нормы у других стран с более богатым опытом в этой области [2].

Институт банкротства – один из важнейших элементов рыночной экономики, который должен стимулировать менеджмент предприятия к эффективной работе, обеспечивать реализацию интересов кредиторов, собственников, государства, способствовать вытеснению неэффективных структур и повышению конкуренции.

Использованная литература

1. Большая книга по экономике / пер. с нем. В. Годфрида. – М.: ТЕРРА, 2011. – 736 с.

2. Гусев А.П. Банкротство: пособие для предпринимателя. – М.: Феникс, 2012. – 56 с.

УДК 631.1

Чернова А.К.
Лицей имени М.В. Ломоносова, 8а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Малькова Т.М.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

РОЛЬ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Сельское хозяйство России занимает относительно второстепенное положение в ее экономике в целом, если оценивать по объему создаваемой им добавленной стоимости и по его доле в общем объеме экспорта. Тем не менее этот сектор имеет большое значение для страны с точки зрения обеспечения занятости ее населения, доля которого в сельском хозяйстве составляет 9,7 %. Доля добавленной стоимости агросектора в общем объеме ВВП не превышает 4 процентов, а его прирост в 2000-2010 годы проходил довольно медленными темпами – в среднем на 1,3 % в год. Для действующей аграрной системы характерно наличие как крупных коммерческих производителей, так и мелких собственников, занятых выращиванием сельхозпродукции в основном для собственного потребления и для реализации излишков на неформальных рынках.

В 2012 году Россия произвела 11,2 % мирового урожая ячменя, 5,9 % пшеницы, 4 % молока и молочных продуктов и 3 % сахара и птицы. Хотя доля России в общемировом производстве масличных культур невелика (приблизительно 2 %), в 2010 году она произвела 20 % общего объема производства подсолнечного масла в мире. Производство бобов сои, хотя оно и продолжает оставаться на низком уровне по сравнению с другими странами, увеличилось почти в 4 раза – с 342 тыс. тонн в 2000 году до 1,22 млн тонн в 2010 году [1].

С 2000 года Россия выдвинулась в мировые лидеры экспортеров зерна. В настоящее время она занимает пятое место в мире по экспорту пшеницы после Соединенных Штатов Америки, Австралии, Канады и Европейского союза, обеспечивая 14 % мирового рынка пшеницы по состоянию на 2011 год. Кроме того, Россия является одним из ведущих экспортеров ячменя: в 2011 году экспорт ячменя достиг 16 с лишним процентов общемирового экспорта данного продукта. В 2012 году производство как пшеницы, так и ячменя в России значительно снизилось из-за постигшей страну в этом году засухи. Таким образом, доля продукции сельского хозяйства в экономике страны имеет тенденцию к снижению [2].

Использованная литература

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/economy/ (дата обращения: 04.01.2015).

2. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Сельское_хозяйство_России (дата обращения: 12.01.2015).

УДК 330.46

Швалева Д.В.
Лицей № 11 им. Т. И. Александровой, 10 класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Петрова Л.В.****, канд. физ.-мат. наук, доцент ПГТУ*

ВОПРОСЫ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ ПРИ ПОСТУПЛЕНИИ В ВУЗ

Вопросы принятия решения (ПР) абитуриентом при поступлении в вуз относятся к категории выбора определенного направления деятельности из нескольких возможных [1]. Вопросы ПР весьма актуальны как в случае частной задачи, так и при принятии управленческих решений в любой деятельности и имеют, в конечном счете, экономический смысл. Аналогично процесс управления любой организацией в экономике реализуется исключительно посредством формирования и принятия оптимальных управленческих решений. Рассматривается задача ПР в условиях выбора лицом, принимающим решение (ЛПР).

Целью настоящей работы является выбор и принятие оптимального решения абитуриентом при поступлении в вуз (один из трех медицинских вузов Поволжья: Казанский, Нижегородский, Самарский; выбирается лечебный факультет, специальность «Лечебное дело»).

При решении поставленной задачи предлагается использовать методологию системного анализа: в начале применить в основном неформальные методы, для того чтобы сформулировать проблему; выявить цель; сформулировать критерии оценки ПР. Если проблема осознана и идентифицирована количественными показателями или качественными признаками, то далее можно сформулировать цель.

На втором этапе формирования решений происходит поиск различных вариантов – ***альтернатив***. Варианты могут отыскиваться в различных формах и шкалах измерений. Варианты, как правило, задаются либо перечислением, если таковых не очень много, либо описанием их свойств.

На третьем этапе формирования решений, согласно сформулированным на втором этапе критериям выбора, происходят сопоставление, оценка и выбор решения. В случае нашей задачи оценка вариантов осуществляется в условиях неопределенности [2].

На следующем этапе решения поставленной задачи предлагается использовать метод анализа иерархии (МАИ), также имеющий непосредственное отношение к методологии системного анализа [3]. МАИ – систематическая процедура для иерархического представления элементов, определяющих суть любой проблемы. Метод состоит в декомпозиции проблемы на все более простые составляющие части и дальнейшей обработке последовательности суждений ЛПР, по парным сравнениям. В результате может быть выражена относительная степень (интенсивность) взаимодействия элементов в иерархии. Эти суждения затем выражаются численно. МАИ включает процедуры синтеза множественных суждений, получения приоритетности критериев и нахождения альтернативных решений. Следует отметить, что полученные таким образом значения являются оценками в шкале отношений и соответствуют так называемым жестким оценкам.

Решение проблемы – процесс поэтапного установления приоритетов. На первом этапе выявляются наиболее важные элементы проблемы, на втором – наилучший способ проверки наблюдений, испытания и оценки элементов. Следующим этапом может быть выработка способа применения решения и оценка его качества. Весь процесс подвергается проверке и переосмыслению до тех пор, пока не будет уверенности, что он охватил все важные характеристики, необходимые для представления и решения проблемы.

В качестве критериев нами были выбраны рейтинг вуза (в настоящий момент), возможность получения диплома государственного образца, наличие сертификата подготовки по ИСО - 9001:2008; возможность обеспечения общежитием, удаленность вуза от дома, возможность получения параллельного дополнительного образования, необходимость наличия результатов ЕГЭ по любимым предметам (химия и биология), востребованность выпускников на рынке труда. Эти критерии выбирались в соответствии с требованиями времени и были оценены абитуриентом (ЛПР) в баллах. Считаем, что в этом случае ЛПР может задавать «экспертные оценки» (пользуясь имеющейся информацией).

Работа выполнена с использованием программной среды Math CAD. В результате полученного решения из трех медицинских вузов Поволжья (выбран лечебный факультет; целевая функция (вершина иерархии

в МАИ) – поступление в вуз) абитуриент выбрал лечебный факультет Казанского мединститута (специальность «Лечебное дело»).

Использованная литература

1. Петрова Л.В., Абдулаев В.И. Теория систем и системный анализ: курс лекций. – Йошкар-Ола: МарГТУ, 2005. – 184 с.
2. Саати. Метод анализа иерархий // Советское радио. – 1993. – 102 с.

УДК 657.1:004

Шлёнская В.М.
Лицей № 28, 10а класса, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Порядина О.В.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

БУХГАЛТЕРСКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ

Целью работы является изучение бухгалтерских информационных систем (БИС), их влияния на эффективность работы персонала, занятого реализацией функций бухгалтерского учёта в организациях.

Задачами данной работы являются:

1) рассмотрение особенностей информационных систем в бухгалтерском учете;

2) рассмотрение требований к программному обеспечению;

3) общая характеристика программ автоматизации бухгалтерского учета.

Мы установили важность и необходимость использования бухгалтерских информационных систем. Введение бухгалтерских пакетов и программ дает возможность автоматизировать бухгалтерский учет в снабжении и реализации продукции, товаров, отслеживать договоры, быстрее рассчитывать заработную плату, своевременно сдавать отчетность.

Наиболее распространенными бухгалтерскими информационными системами являются «1С: Бухгалтерия», «Галактика», «Турбо-Бухгалтер», «БЭСТ-ПРО», «Бухгалтерский комплекс» [2, 3]. В ходе исследования изучены также принципы разработки бухгалтерских информационных систем, выявлены общие элементы и обозначены особенности конкретных БИС.

БИС очень важны в современной экономике, они незаменимы на предприятиях различного профиля, размера и рода деятельности.

Использованная литература

1. Самоучитель 1С [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.tepka.ru/1c_besplatno/
2. 1С [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.1c.ru/
3. Бухгалтерские программы. Обзор основных бухгалтерских программ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.financial-lawyer.ru/newsbox/document/165-528055.html

УДК 005.591.6: 378 (470.343)

Ямбых Е.С.
Школа № 14, 10в класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Милкова О.И.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

РОЛЬ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ

В современных условиях основой экономического роста России является ориентация на инновационный путь развития, предусматривающий развитие научно-технического потенциала, ускоренный переход к новым технологиям, повышение доли наукоемкой продукции в общем объеме выпуска. Эти приоритеты обозначены в документах общероссийского и регионального уровня, в том числе Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на 2008-2020 гг., Стратегии долгосрочного социально-экономического развития РМЭ на 2008-2025 гг., а также положены в основу региональной целевой программы «Развитие инновационной деятельности в РМЭ на 2013-2020 гг.». В условиях становления и развития инновационной экономики особую актуальность приобретает изучение научного потенциала и перспектив его использования.

Целью данного исследования является изучение состояния и тенденций развития научной деятельности высших учебных заведений в Республике Марий Эл. В научной работе применены экономико-статистические методы анализа показателей.

Развитие инновационного процесса невозможно без активного участия вузов, которые не только являются источником формирования кадрового потенциала инновационной экономики, но и выступают в роли проводников научных идей и открытий, а также становятся местом их воплощения и внедрения в хозяйственный оборот за счет создания малых инновационных предприятий.

В настоящее время три вуза Республики Марий Эл задействованы в инновационном процессе, для этого у них имеется соответствующая инфраструктура [1]. За последние годы создано более 20 инновационных предприятий в области машиностроения, приборостроения, радиоэлектроники и т.д.

Подготовка научных кадров для инновационной экономики осуществляется в аспирантуре и докторантуре. Анализ показателей эффективности аспирантуры и докторантуры за 2002-2013 гг. позволил выявить следующие тенденции:

- численность аспирантов ежегодно увеличивалась, достигнув 439 чел. в 2011 г., затем несколько снизилась (до 370 чел. в 2013 г.). При этом сохраняется разрыв между приемом и выпуском. Кроме того, далеко не все выпускники завершают обучение защитой диссертации – показатель результативности аспирантуры за 2007-2013 гг. не превысил 32% (в среднем за 7 лет – 29%);
- структура численности аспирантов по отраслям науки претерпела существенные изменения: в 2002 г. наибольший удельный вес приходился на экономические и технические науки: 22% и 17% соответственно; в 2013 г. уже 38,4% аспирантов выбрали технические науки в качестве области своих исследований, 24,9% – экономические, увеличилась доля аспирантов в юридической сфере (с 1,8% в 2002 г. до 5,9% в 2013 г.);
- численность докторантов в 2013 г. сократилась более чем на 60% в сравнении с показателем 2002 г., показатель результативности докторантуры за 2002-2013 гг. не превысил 45 %, колеблясь в разные годы от 0 до 43%.

В целом, обобщая полученные результаты анализа, можно сделать следующий вывод: снижение численности научных кадров, резкое сокращение финансирования, а также низкая эффективность аспирантуры и докторантуры создают угрозу для успешной реализации инновационного сценария развития региона. Однако тенденция роста численности аспирантов, освоение ими разных сфер научной деятельности, а также активизация внедрения инноваций в производство позволяет говорить об имеющемся потенциале для дальнейшего развития инновационной деятельности в Республике Марий Эл.

Использованная литература

1. О республиканской целевой программе «Развитие инновационной деятельности в Республике Марий Эл на 2013-2020 годы»: постановление Правительства Республики Марий Эл от 06.07.2012 № 246.

2. Статистический ежегодник «Республика Марий Эл 2014» / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Марий Эл. – Йошкар-Ола, 2014. – 512 с.

УДК 656:352

Андрианов Д.Ю.
Лицей № 11 им. Т.И. Александровой, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Шабалин А.В.****, нач. отдела промышленности, транспорта и предпринимательства администрации г. Йошкар-Олы*

ЭВОЛЮЦИЯ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА ПАССАЖИРСКИМИ АВТОМОБИЛЬНЫМИ ПЕРЕВОЗКАМИ

Власть в лице органов местного самоуправления является важным регулятором организации такой работы как обеспечение население городов и других территорий транспортным обслуживанием. Транспортное обеспечение является одним из показателей качества жизни населения на данной территории. К этому процессу на ряду с муниципальными унитарными предприятиями органы местного самоуправления активно привлекают и бизнес структуры.

На территории городского округа «Город Йошкар-Ола» перевозку пассажиров осуществляют ООО «Пассажирские перевозки – город», МП «Троллейбусный транспорт» и 8 индивидуальных предпринимателей. В городе действует 10 троллейбусных маршрутов, 7 социальных автобусных маршрутов и 10 коммерческих автобусных маршрутов. Изменение технологии, повышение требований общества и обеспечение конкуретности данных услуг приводит к совершенствованию и техническому развитию всех задействованных факторов данного процесса. Прежде всего нами исследована целая группа факторов влияющих на процесс организации пассажирских перевозок автомобильным транспортом на примере города Йошкар-Ола (табл. 1).

Особое значение в организации обслуживания населения имеют:

- комфорт транспортных средств (удобство для передвижения, экология, комфорт салона, условие посадки и высадки пассажиров).
- удобство в организации продажи проездных билетов и провоза багажа.
- наличие обустроенных остановок отвечающих климатическим требованием, качество дорог (покрытие улиц).

Таблица 1

Факторы, влияющие на организацию пассажирских перевозок автомобильным транспортом

Факторы	1995 г.	2005 г.	2015 г.
Площадь города (га.)	7952	9451	10039
Протяженность улиц (км.)	206	217.4	224.3
Количество остановок общественного транспорта (ед.)	271	315	336
Количество пассажирских маршрутов (ед.)	21	28	32
Количество транспортных средств (ед.)	314	382	434
Численность населения (тыс. чел.)	248	256	260

Организация автомобильных пассажирских перевозок с участием предприятий частной формы собственности в последнее время в городе Йошкар-Оле позволила увеличить количество подвижного состава, сократить интервалы движения транспортных средств, расширить территорию обслуживания, которые были не обеспеченными транспортными маршрутами. Проведенные нами исследования показали, что 23.1 % отчасти удовлетворены, а 10,3 % не удовлетворены качеством обслуживания пассажирским перевозками маршрутных такси. Одними из негативных характеристик являются недовольство регулярностью движения, нарушением скоростного режима, неудовлетворенность исправностью и техническим состоянием транспортного средства, а также удобствами салона. Это несколько ниже чем показатели 2013 года которые составляли соответственно 27,4 % и 15,2 %. В 2014 году перевезено пассажиров 31 790 100 человек, из них большая часть приходится на МП «Троллейбусный транспорт» - 26 611 100 (83,7%).

Проведение регулярного контроля и мониторинга за организацией автомобильных пассажирских перевозок, при этом обращая внимания на оценку со стороны населения позволит существенно решить возникающие противоречия между пассажиром и перевозчикам. Внесение в конкурсную документацию требований основанных на мнении населения обеспечит повышенную ответственность перевозчиков. Эволюция в этом направлении продолжается предлагаемые нами меры позволят решить многие проблемы в данном направлении.

Использованная литература

1. Андрианов Ю.С. Концептуальные и методические основы организации транспортного обслуживания населения муниципальных образований / Ю.С. Андрианов. Научное издание. Йошкар-Ола: МарГТУ, 2010. 336 с.

2. Спирин И.В. Организация и управление пассажирскими автомобильными перевозками: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / И.В. Спирин. 7-е изд. стер. – М.: Издательский центр «Академия» 2012. – 400 с.

УДК 331.91

Бояринцев Н.Е.
Музыкальное училище им. И.С. Палантая, 1 курс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Загайнова Н.Л.****, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

ПРОБЛЕМЫ МИГРАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Значение последствий миграционных движений для экономической, социальной, культурной и политической сфер государств неуклонно растет, поэтому выбранная тема исследования является актуальной. Целью работы является выявление проблем миграции населения в России. Задачи исследования: выявить проблемы миграции в России и предложить пути их решения. Само понятие «миграция» (от лат. Migratio – переселение) – это перемещение людей по различным причинам через границы тех или иных территориальных образований в целях постоянного или временного изменения места жительства [1].

В России современные направления миграционных процессов значительно отличаются от потоков миграции первой половины 1990-х гг. Например, в начале 1990-х гг. определяющим моментом, оказывающим влияние на миграционные процессы в России стало упорядочение правовой системы данного направления. Вторая половина 1990-х гг. характеризуется в основном практически полным прекращением массовой вынужденной миграции. Рост ВВП России, благоприятная социально-экономическая конъюнктура сыграли значимую роль во всплеске трудовой иммиграции в нашу страну. В минувшее десятилетие на миграционные процессы в России оказали влияние: с одной стороны - распад бывшего СССР, проявления национализма, терроризм, незащищенность отдельных участков государственной границы страны, ухудшение качества жизни людей и состояния окружающей среды, экономическая нестабильность и социальные конфликты, с другой – развитие рыночных отношений, свобода передвижения, демократизация общественно-политической жизни.

Современные проблемы миграции в Российской Федерации характеризуются увеличением потоков транзитной миграции, при которой

граждане иностранных государств используют Россию в качестве «стартовой площадки» для последующего перемещения в страны Европы, США, а также значительна иммиграция в Россию из стран со сложной общественно-политической, экономической и санитарно-эпидемиологической обстановкой. Кроме этого, существуют частные вопросы исследуемой сферы. Проблемы многих вынужденных мигрантов, которые решили остаться в Российской Федерации, часто решаются не достаточно оперативно. Нередко они сталкиваются с проблемами в сфере социальной защиты. Не уделяется должного внимания решению таких задач, как социально-экономическая адаптация мигрантов, не имеющих статуса вынужденных переселенцев или беженцев, организация расселения вынужденных мигрантов.

Увеличиваются масштабы внешней трудовой миграции – это привлечение и использование труда иностранных граждан, выезд российских граждан за границу для работы по найму. При этом остается значительной доля тех, кто нелегально осуществляет трудовую деятельность, из-за чего нередко ущемляются их трудовые и социальные права. Это благоприятно воздействует на развитие теневой экономики. В то же время увеличиваются темпы роста народонаселения стран Азии, являющихся основными поставщиками нелегальной рабочей силы в Россию. Государственная граница Российской Федерации на азиатском направлении полностью не устроена, это способствует беспрепятственному перемещению нелегальных иммигрантов, для которых наша страна становится все более экономически привлекательной. Активно проникают и закрепляются иммигранты в обладающих стратегическими запасами лесных и биологических ресурсов приграничных регионах на фоне неуклонно снижающегося уровня коренного населения. Сокращается позитивная миграция населения внутри страны, которая необходима для развития ее экономики. В последнее время перераспределение населения по территории страны в результате миграции не в силах обеспечить баланс между спросом и предложением на рынке труда. Для решения проблемы миграции населения Российской Федерации, необходим эффективный государственный контроль над этими процессами. При определении миграционной политики, необходимы гибкие, внятные и комплексные меры управления миграцией, направленные на реализацию максимальных выгод от миграции.

Использованная литература

1. Бреева, Е. Б. Основы демографии [Текст]: уч. пособие / Е. Б. Бреева. – М.: Дашков и К°, 2004. – с. 132.

УДК 338.001.36

Виноградова Е.В.
Красногорская СОШ № 2, РМЭ
Научный руководитель ***Виноградова С.В.****, ст. 4 курса ФУП ПГТУ*

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА УЧЕНИЧЕСКОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КОРЗИНЫ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В СТРАНЕ

Ухудшение экономической обстановки в России, вызванное стремительным снижением цен на энергоресурсы, продажа которых составляет значительную часть в доходах бюджета России, а также введение экономических санкций в отношении России из-за крымского кризиса привело к значительному повышению цен на товары и продукты. Повышение цен очень повлияло на семьи, в которых есть учащиеся, так как наравне с повышением цен на товары, повысились цены и на школьные принадлежности, которые и до этого события стоили не мало. Так в 2013 году, до финансового кризиса в стране, родители, чтобы собрать первоклассника в школу должны были потратить от 8700 до 20970 рублей, что в отношении к средней заработной плате 29453 рублей на конец августа перед сентябрьской суматохой составляло от 29,5% до 71,2%

Произведем сравнение стоимости потребительской корзины ученика по данным на 2013 и 2014 год. Представим сравнение в таблице [2].

Сравнение стоимости потребительской корзины ученика

№	Наименование товара	Количество	Данные 2013 г.		Данные 2014 г.	
			Цена (min) в руб.	Цена (max) в руб.	Цена (min) в руб.	Цена (max) в руб.
1	Школьная форма	комплект	2500	4000	3700	5500
2	Учебники и рабочие тетради	комплект	1500	3000	2800	4000
3	Сменная обувь	1 пара	700	1500	1500	2500
4	Сумка для сменной обуви	1шт	150	500	300	700
5	Физкультурная форма	комплект	1500	3000	2000	3500
6	Обувь для физкультуры	1 пара	700	1500	1000	1700
7	Портфель	1 шт.	100	2500	1500	3700
8	Тетради(тонкие)	10 шт.	70	200	70	200
9	Обложки для тетрадей	10 шт.	150	700	150	700
10	Папка для тетрадей	1 шт.	50	150	70	300

Окончание таблицы

№	Наименование товара	Количество	Данные 2013 г.		Данные 2014 г.	
			Цена (min) в руб.	Цена (max) в руб.	Цена (min) в руб.	Цена (max) в руб.
11	Пенал	1 шт.	50	500	150	500
12	Ручки (синие и цветные)	5 шт.	100	250	100	250
13	Простые карандаши (ТМ, М, М2), точилка, ластик, цветные карандаши (24 цвета)	Набор	300	1000	300	1000
14	Деревянная линейка (20 см с одной шкалой без рис.)	1 шт.	15	50	20	50
15	Счетные палочки	Набор	15	70	30	150
16	Касса цифр для счета (или веер цифр)	Набор	50	250	150	350
17	Касса букв и слогов (или веер букв)	Набор	50	150	150	350
18	Клей-карандаш, клей ПВА (маленький тюбик), кисточки для клея	Набор	50	150	50	120
19	Набор цветной бумаги, картон, ножницы	Набор	100	250	150	300
20	Пластилин (от 6 до 12 цветов), доска для лепки	набор	100	300	100	300
21	Акварель и кисточки для рисования	Набор	150	300	150	300
22	Альбом для рисования (или набор акварельной бумаги)	2 шт.	100	300	100	300
23	Папка для уроков труда	1 шт.	150	200	200	350
24	Дневник	1 шт.	50	150	50	150
ИТОГО			**8700**	**20970**	**14790**	**27270**

Таким образом, средняя сумма, которую придется потратить родителям школьника в 2014 году от 14790-27270 рублей, то есть от 49,3% до 90,9% от размера средней заработной платы, которая в России по данным на 2014 год составила 30000 руб. [3].

Использованная литература

1. Статья «Чем падение рубля обернулось для россиян»[электронный ресурс]-Режим доступа.- http://www.dni.ru (дата обращения: 12.02.2015 г.)

2. Статья «Сколько стоит собрать первоклассника в школу в 2013 и 2014 годах» [электронный ресурс]-Режим доступа.- https://deti.mail.ru (дата обращения: 12.02.2015 г.)

3. Статья «Средняя заработная плата в России и других странах мира в 2014 году» [электронный ресурс]-Режим доступа.- http://bs-life.ru (дата обращения: 12.02.2015 г.)

УДК 316.464

Гаврилова Е.В., Хасанов М.Р.
Дворец творчества детей и молодежи, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Ветлужских Е.А.,***
Дворец творчества детей и молодежи

ЛИДЕР И ФОРМАЛЬНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ: СХОДСТВА И ОТЛИЧИЯ

Почти всё, что существует в нашей жизни создано руками людей и под руководством других людей, способных собрать силы, организовать команду и дело, сподвигнуть к достижению поставленной цели. Таких людей называют или руководителями, или лидерами. Причем часто эти понятия путают, стирая грань различий. Поэтому целью исследования явился анализ сходств и отличий между лидером и руководителем. Для достижения цели были поставлены задачи: изучение тематических источников; выявление общих черт лидера и формального руководителя и их принципиальных различий; формулирование вывода.

Областью исследования стало явление лидерства, а предметом исследования – взаимоотношения понятий «лидер» и «формальный руководитель». В ходе работы были использованы следующие методы: анализ литературы, группировка и систематизация информации, сравнение, обобщение.

Для проведения исследования были изучены понятия «лидер» и «формальный руководитель». Лидер – это «личность, за которой члены группы признают право брать на себя ответственные решения, затрагивающие интересы и определяющие направление и характер деятельности группы» [1]. Формальный руководитель – «лицо, обладающее формальным статусом, уполномоченное управлять определённой общностью людей. Это может быть директор фирмы, начальник отдела, президент, председатель правления. Его главное отличие – легитимность, то есть обладание нормативно закреплённой властью и определённым кругом полномочий» [2].

Дальнейшие исследования показали, что у этих понятий много общего: лидер и руководитель управляют определенной группой людей, решают общие проблемы, достигают вместе со своей группой целей,

ищут средства достижения этих самых целей. Однако все эти сходства достигаются по-разному, в первую очередь из-за разных интересов. Обладая разными целями, лидер и формальный руководитель по-разному организуют работу (дело), выстраивают разные отношения с людьми, по-разному видят свою роль [3].

Различия формального руководителя и лидера

Различия по отношению:	Формальный руководитель	Лидер
к цели	Ориентируется на установленные цели свыше	Имеет образ успеха и видит этапы достижения целей
к работе	Делает акцент на старый опыт, до минимума сводит поиск новых путей	Находится в постоянной разработке новых неоднозначных решений
к людям	• Подчинённые – это работники, выполняющие свои обязанности • Во имя достижения целей использует свой статус	• Люди – коллеги, а доверие – основа совместной работы • Требует от каждого максимального вклада • Вдохновляет личным примером
к собственной роли	• Ожидает и принимает уважение • Действует в рамках регламента • Компания – «пирамида», я в ней архитектор	• Заслуживает уважения сам • Постоянно анализирует свои действия • Коллектив – «пирамида», я в ней стержень

Лидерство и руководство присутствуют везде, где есть власть и организация. Сегодня мало быть только формальным руководителем. Требования дня – быть лидером коллектива. А поэтому необходимо совмещать в себе эти две стороны для эффективного руководства командой. Ведь управление является в некоторой степени тонким искусством познания «человеческой инженерии».

Полученные результаты могут быть полезны тем, кто интересуется проблемами управления людьми.

Использованная литература

1. Хохрякова П.М. Что такое лидер и лидерство? [Электронный ресурс] / П.М. Хохрякова. – URL: http://vashpsixolog.ru/documentation-school-psychologist/107-lecture-work-in-school/1118-lekcziya-qchto-takoe-lider-i-liderstvoq (дата обращения: 12.02.2015г.).

2. Чем отличается лидер от руководителя? [Электронный ресурс]. – URL: http://thedifference.ru/chem-otlichaetsya-lider-ot-rukovoditelya/ (дата обращения: 05.02.2015г.).

3. Фурсова С. Руководитель и лидер. Какая между ними разница? [Электронный ресурс] / С. Фурсова. – URL: http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-33625/ (дата обращения: 05.02.2015г.).

УДК 338.22-053.6 (470.343)

Галимьянова А.А.
Школа № 30, 6б класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Краснова С.В.,*** *ст. преподаватель ПГТУ*

ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

Сегодня будущее нашей страны напрямую зависит от молодёжи. Молодежное предпринимательство – это сложный сектор, который требует серьезного внимания со стороны государства. Его правильная поддержка обеспечит развитие малого предпринимательства в регионе, и это приведет к росту экономики в нашей республике. Однако молодежь сталкивается с большими трудностями на пути создания молодежного бизнеса. Эти проблемы связаны как с финансовыми трудностями, так и с недостаточной образованностью молодых людей. Осложняет ситуацию и то, что молодежное предпринимательство не закреплено законом.

Что же такое молодежное предпринимательство? Это осуществление гражданами в возрасте до 30 лет предпринимательской деятельности.

Основная цель исследования – изучение проблем, связанных с развитием молодежного предпринимательства в Республике Марий Эл. Изучение этих проблем актуально не только для нашей республики, но и для России в целом.

Проблемы развития молодежного предпринимательства в Республике Марий Эл представлены в таблице.

Многие ребята хотели бы организовать «своё дело». Но многие не знают, с чего нужно начинать делать первые шаги в бизнесе.

Для решения проблем необходимо менять представление современной молодежи о создании своего дела, проводить разъяснительную работу, организовывать обучение еще в школе.

Таблица

Вид проблем	Описание
Финансовые проблемы	- молодежь покидает пределы республики в интересах другой работы и большего заработка; - отсутствие стартового капитала; - отсутствие дополнительных рабочих мест в республике
Проблемы, связанные с отсутствием знаний	- незнание молодежью законов и программ по поддержке предпринимательства; - бизнесмены в понимании молодежи – люди, которым всегда приходится преодолевать трудности; - стереотипы молодежи о сложности бизнеса; - ограниченность навыков предпринимательства; - отсутствие в молодежной среде духа предпринимательства

Каждому современному школьнику необходимо предоставить возможность получения наиболее полных предпринимательских знаний.

Для этого нужно:

- организовать специальные курсы, бизнес-классы с основами предпринимательской деятельности, где должны изучаться основы экономики, маркетинга, менеджмента, основы бизнес-планирования;

- организовывать встречи старшеклассников с предпринимателями на темы «Мои первые шаги в бизнесе»;

- проводить деловые игры, конкурсы и тренинги «Я – начинающий руководитель фирмы»;

- проводить олимпиады и презентации личных бизнес-проектов школьников.

Все проведенные мероприятия заложат надежную основу знаний по управлению, школьники смогут получить первый опыт функционирования в бизнесе.

Благодаря этому возможно успешнее решать задачу профессионального самоопределения молодёжи, повышая её социальную активность.

Таким образом, предложенные мероприятия будут способствовать решению проблем развития молодежного предпринимательства в Республике Марий Эл.

УДК 336.711

Галяутдинов М.Р.
Лицей имени М. В. Ломоносова, 11б класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Фурин А. Г.,*** *канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ситуация в экономике и на финансовом рынке в России ставит перед денежно-кредитной политикой новые задачи. Изучение вопросов, связанных с повышением эффективности использования инструментов денежно-кредитной политики, является не просто актуальным, а становится приоритетным направлением социально-экономических исследований.

Целью исследования является определение особенностей применения инструментов денежно-кредитной политики в России.

Для достижения намеченной цели в работе сформулированы следующие задачи: определить основные инструменты и методы денежно-кредитной политики Банка России; выявить особенности реализации денежно-кредитной политики посредством механизма управления процентными ставками.

В процессе исследования применены общенаучные и специальные методы: источниковедческий, логический, сравнительного и статистического анализа.

Главной целью единой государственной денежно-кредитной политики является обеспечение ценовой стабильности, что означает достижение и поддержание устойчивой низкой инфляции. Согласно статье 35 Федерального закона «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», основными инструментами и методами денежно-кредитной политики Банка России являются: процентные ставки по операциям Банка России; обязательные резервные требования; операции на открытом рынке; валютные интервенции; установление ориентиров роста денежной массы; прямые количественные ограничения; эмиссия облигаций от своего имени; другие инструменты, определенные Банком России [1].

Денежно-кредитная политика влияет на инфляцию прежде всего через процентные ставки, поэтому важнейшим инструментом регулирования является механизм изменения ключевой ставки (процентная ставка по основным операциям Банка России по регулированию ликвидности

банковского сектора). Для достижения цели по инфляции Банк России устанавливает уровень ключевой ставки, который отражает направленность денежно-кредитной политики. Задачей денежно-кредитной политики является сближение ставок банковского сектора с ключевой ставкой, что влияет на поведение экономических агентов относительно потребления, сбережения и инвестиций и в, конечном итоге, вносит вклад в формирование темпов роста цен (инфляцию).

Ключевая ставка была введена Банком России 13 сентября 2013 года. В таблице представлены основные изменения ставки за двухлетний период.

Таблица

Год	2013	2014						2015
Период времени	13.09	03.03	28.04	28.07	5.11	12.12	16.12	02.02
Размер (%)	5,5	7	7,5	8	9,5	10,5	17	15

В «Основных направлениях единой государственной денежно-кредитной политики на 2014 год и период 2015 и 2016 годов» были установлены цели по инфляции 5% в 2014 году, 4,5% в 2015 году и 4% в 2016 году. Однако ухудшение внешнеэкономической ситуации привело к более низким темпам роста ВВП, ослаблению рубля, ускорению роста потребительских цен. Изменение ключевой ставки не привело к существенным изменениям, поскольку темпы инфляции продолжают расти. В годовом выражении инфляция в январе выросла до 15% с 11,4% в декабре. Это максимальное значение с сентября 2008 года. В январе 2014 года инфляция в РФ составила 0,6%, то есть темпы роста цен были в 6,5 раза ниже чем в 2015 году [2].

Таким образом, механизм изменения ключевой ставки является недостаточным в сложившихся условиях, что предполагает комплексное применение всех инструментов денежно-кредитной политики для стабилизации экономики.

Использованная литература

1. Федеральный закон от 10.07.2002 года № 86-ФЗ (ред. от 29.12.2014 года) «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» [Электронный ресурс] // Собрание законодательства РФ. - 15.07.2002. - № 28. - ст. 2790. – Режим доступа: [Консультант Плюс].

2. «Инфляция в России». [Электронный ресурс]. – URL: http://www.interfax.ru/business/422236 (дата обращения - 10.02.2015).

УДК 65.012.27

Данилова А.О., Акелдова Е.В.
Дворец творчества детей и молодежи, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Мелентьева О.В.,***
Дворец творчества детей и молодежи

SWOT-АНАЛИЗ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ЛИДЕРА

В наше время тема эффективного лидерства очень распространена. Лидер – это тот, кому важно и нужно уметь не только показать себя и быть в центре внимания; ему необходимо регулярно выявлять позитивные и негативные последствия своих действий и принимать решения. И здесь на помощь лидеру может прийти эффективный инструмент – SWOT-анализ. Таким образом, областью исследования является процесс планирования, предметом исследования – SWOT-анализ.

Цель исследования – изучение возможностей SWOT-анализа в деятельности лидера.

Для реализации цели были поставлены задачи: изучение истории метода, принципа его действия, выявление достоинств и недостатков SWOT-анализа относительно деятельности лидера, рекомендации эффективного использования этого инструмента.

В ходе работы использовались следующие методы исследования: анализ первоисточников, уточнение определения, абстрагирование и конкретизация, аналогия, наблюдение и описание.

Акроним SWOT (от Strengths – Сила, Weaknesses – Слабость, Opportunities – Возможности, Threats – Угрозы) был впервые введён в 1963 году в Гарварде на конференции по проблемам бизнес-политики профессором Кеннетом Эндрюсом. На сегодняшний день SWOT-анализ остается методикой, нашедшей наиболее широкое применение в сфере бизнеса. Однако многие практики сводятся к мысли, что SWOT-анализ является универсальным методом, его можно применять в самых различных областях деятельности.

SWOT-анализ – это действенный метод анализа, помогающий выявить сильные и слабые стороны любой системы (человека, коллектива, организации), как существующие в настоящее время (силы и слабости), так и те, которые могут возникнуть в будущем (возможности и угрозы). Комбинации элементов SWOT-анализа могут способствовать выработке новых перспективных решений – стратегий [1] и быть оформлены в виде матрицы SWOT-анализа:

		Внутренняя среда	
		Strengths (сильные стороны)	**Weaknesses (слабые стороны)**
Внешняя среда	**Opportunities (возможности)**	Стратегия использования сильных сторон для максимальной отдачи от возможностей	Стратегия минимизация слабых сторон через использование возможностей
	Threats (угрозы)	Стратегия использования сильных сторон для минимизации угроз	Стратегия минимизации слабых сторон и угроз

Исследование показало, что методика SWOT-анализа универсальна, может использоваться как инструмент лидера, хотя имеет свои преимущества и недостатки. С одной стороны, SWOT-анализ эффективен и прост в применении; помогает установить связь между потенциалом и проблемами, между сильными и слабыми сторонами и определить перспективы развития; предупреждает возникновение возможных проблем. С другой стороны, он зависит от субъективного мнения человека, не дает ясных и четко сформулированных рекомендаций, а лишь помогает наглядно представить основные факторы, зависит от полноты и качества исходной информации.

Для того чтобы на практике максимально воспользоваться преимуществами метода, избегая возможных ошибок, при составлении SWOT-анализа необходимо соблюдать несколько правил [2]: максимально конкретизировать сферу проведения SWOT-анализа, соблюдать корректность при отнесении того или иного фактора к силам и слабостям или возможностям и угрозам, опираться не на внутреннее восприятие, а на реальное положение дел, стремиться использовать максимально разностороннюю информацию, привлекать к анализу несколько экспертов по исследуемому вопросу, избегать пространных и двусмысленных формулировок.

Применение SWOT-анализа может дать возможность лидеру систематизировать имеющуюся информацию, принимать взвешенные решения для эффективного простраивания деятельности команды, ее развития и воплощения новаторских идей в жизнь.

Использованная литература

1. Шамаев И. Как выполняется SWOT-анализ. – 2013. – 11.01. – [Электронный ресурс] / И. Шамаев . – URL: http://ivan-shamaev.ru/doing-swot-analysis/ (дата обращения: 04.02.2015).

2. Полиенко М. SWOT-анализ. – 2011. – 23 июня. – [Электронный ресурс] / М. Полиенко.– URL: http://marketopedia.ru/47-swot-analiz.html (дата обращения: 07.02.2015).

УДК 65.01

Данилова О.О., Носальский И.А.
Дворец творчества детей и молодежи, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Мишина О.Ю.,***
Дворец творчества детей и молодежи

ПРИНЦИП ПАРЕТО В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛИДЕРА

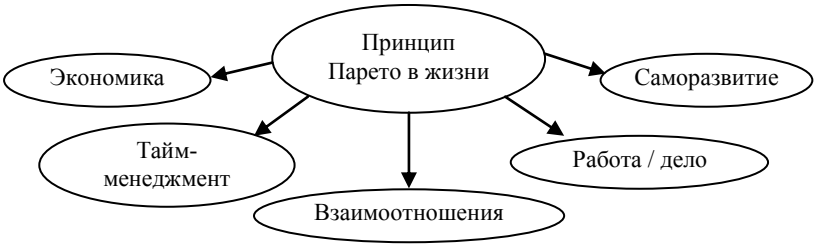
В современном мире всё чаще человек сталкивается с проблемой выбора, ведь далеко не всегда принятое решение приводит к успеху и удовлетворению. В такой ситуации расставить приоритеты и стать более успешным может помочь метод, оказавший огромное влияние на многих преуспевающих людей. Его применение особенно важно для тех, кто хочет многого добиться в жизни и кто стремится эту жизнь строить сам – людей, желающих стать лидерами. Название этого метода – принцип Парето. Таким образом, область исследования – теория организации. Предметом исследования является принцип Парето. Изучение использования принципа Парето в деятельности лидера – цель данной работы. Задачи: изучение источников литературы, выявление сфер жизни, в которых принцип может быть использован, применение принципа относительно деятельности лидера. Для исследования были использованы следующие методы: анализ литературы, описание, систематизация данных, наблюдение, обобщение.

Принцип Парето – эмпирическое правило, которое в наиболее общем виде формулируется как «20% усилий дают 80% результата, а остальные 80% усилий – лишь 20% результата». Его называют поразному, в том числе принципом Парето, законом Парето, правилом 80/20. Правильно выбрав минимум самых важных действий, можно получить значительную часть от планируемого полного результата, при этом дальнейшие действия будут менее эффективны и могут быть неоправданны.

Проведённые исследования показали, что принцип был открыт итальянским экономистом и социологом Вильфредо Парето в 1897 году. Он выявил конкретную структуру распределения доходов среди итальянских домохозяйств, которой и было свойственно сосредоточение 80% доходов у 20% семей. Сам Парето, хотя и осознавал важность своего открытия, но не преуспел в его объяснении. Лишь после второй мировой войны англичанин Ричард Кох распространил результат наблюдения Парето на все экономические и социологические явления, а также вывел ряд следствий принципа, которые сейчас нередко упо-

требляются как самостоятельные эмпирические правила (следствия закона Парето) [1].

Принцип 80/20 имеет огромную важность по той причине, что он противоречит тому, что люди привыкли считать логичным. При этом он действует во всех сферах жизни общества, поэтому применять его можно повсеместно, например в следующих сферах жизни:



Принцип Парето накладывает отпечаток на жизнь и на мир, в котором мы живем. Тот, кто сумеет начать применять его в жизни, сможет добиться хороших результатов и будет развивать в себе лидерские качества, ведь пример успешного человека увлекает за собой многих. Однако именно лидеру особенно важно уметь рационально распределять ресурсы, человеческие силы и время. В связи с этим в непосредственной деятельности лидера также можно найти массу возможностей для применения принципа Парето – в управлении временем, развитии своих сильных сторон, рождении идей, при принятии решений, планировании, взаимодействии с людьми, распределении задач и др.

Таким образом, применение принципа Парето в деятельности лидера – это развитие идеи принципа Парето, которое может помочь каждому простроить своё время более грамотно, выделить наиболее важное и добиться высоких результатов при наименьших затратах сил и ресурсов. Однако не стоит считать, что данный принцип сводит все к тому, что нужно делать 20% от требуемого объема и ждать результата. Правило Парето побуждает акцентировать внимание лишь на главном, отбрасывая все второстепенное.

Использованная литература

1. Закон Парето или Принцип 80/20. – [Электронный ресурс]. – URL: http://www.arbuz.uz/t_pareto.html (дата обращения: 10.02.2015).

2. Правило 80/20. – [Электронный ресурс]. – URL: http://blogvestor.ru/knigi-dlya-samorazvitiya/pravilo-pareto.html (дата обращения: 10.02.2015).

УДК 65.015

Денисова А.М., Декина Е.А.
Дворец творчества детей и молодежи, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Герасимова И.Л.,***
Дворец творчества детей и молодежи

ЭФФЕКТИВНОЕ ДЕЛЕГИРОВАНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ И ПОЛНОМОЧИЙ

В современном мире каждый из нас является частью какого-либо коллектива: организации, сообщества, страны и т.п. В каждой команде есть свой лидер, от которого зависит продвижение коллектива. От того, как лидер будет проявлять себя, вдохновлять и увлекать в деятельность всю команду, зависит её успех. Одним из важнейших качеств любого лидера является умение делегировать ответственность и полномочия. Это оценивается как способность максимально эффективно использовать потенциальные возможности всех членов команды. Таким образом, область исследования – процесс управления коллективом, предмет исследования – делегирование полномочий. Перед исследованием была поставлена цель: выявить возможные факторы повышения эффективности процесса делегирования. Задачи исследования: определить понятие «делегирование полномочий», выявить основные организационно-психологические барьеры и преимущества этого процесса, раскрыть уровни готовности коллектива к ответственности, обозначить принципы эффективного делегирования.

Для достижения цели и задач исследования использовались следующие методы: анализ источников, группировка, сравнительный анализ, обобщение, описание.

Результаты исследования показали, что делегирование полномочий – это передача лидером некоторых задач членам своей команды, при этом команда в состоянии выполнить эти задачи качественно, исходя из своих возможностей [1]. Однако в ходе передачи полномочий возникают определенные организационно-психологические барьеры: нежелание делиться с командой властью, боязнь упущения из-под личного контроля некоторых событий, привычка лично решать все вопросы, опасения, что на стадии контроля будет много переделок и т.д. Однако лидеру важно преодолеть подобные препятствия, поскольку преимущества от делегирования могут быть значительны: появляется время для пере-

ключения на другие более важные дела, расширяется круг обязанностей членов команды в проявлении их инициативы, появляется возможность управления по достижениям коллектива, получив самостоятельность, команда будет работать с полной отдачей и т.д.

Еще одним фактором повышения эффективности процесса делегирования является степень готовности команды к выполнению задач, состоящая из 5 основных уровней: от выдачи конкретных указаний до передачи полной свободы действий, ограничивающейся плановым контролем со стороны лидера [2].

Независимо от уровня делегирования важно учитывать общие принципы его эффективности: обозначения целей, временных рамок, границ ответственности, сотрудничества, оценки риска, дозирования передачи полномочий, регулярного консультирования. Успешная реализация перечисленного поможет снизить возможные ошибки.

Помимо того, в ходе исследования были выявлены те полномочия, которые находятся в приоритетной зоне внимания и ответственности лидера, а потому их передача практически не возможна или может быть доверена только наиболее подготовленным членам команды: генеральное планирование; решения о составе коллектива; объявление благодарности членом команды от лица коллектива; конфиденциальные и особо важные дела.

Эффективное делегирование полномочий в управлении основывается на всех вышеперечисленных постулатах. Передача ответственности не является способом снятия с себя ответственности или избавления от «грязной» работы. Делегирование полномочий означает адекватное распределение задач между членами коллектива с целью повышения эффективности команды в целом. Этот инструмент позволяет лидеру сосредоточиться на работе, которая является стратегически важной для развития команды, не рассеивая внимание на второстепенные задачи. В итоге, эффективно делегируя полномочия, лидер сможет привести команду к успеху и достичь поставленных целей.

Использованная литература

1. Эффективное делегирование ответственности и полномочий. – [Электронный ресурс]. – URL: http://delovoymir.biz/2013/04/10/effektivnoe-delegirovanie-otvetstvennosti-i-polnomochiy.html (дата обращения: 02.02.15).

2. Делегирование полномочий. – [Электронный ресурс]. – URL: http://www.tltonline.ru/work/all_about_work/delegirovanie_polnomochii/ (дата обращения: 06.02.15).

УДК 336.221

Ерина А.С.
СОШ № 10, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Шалаев А.В.,*** *СОШ №10*

ВЛИЯНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА НА РАЗВИТИЕ РОССИИ. ПРОБЛЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Рост экономики не бывает постоянным и устойчивым. В отдельные периоды производство может увеличиваться высокими темпами, в другие темп роста экономики может снижаться. Для того чтобы эффективно развивалась экономика страны, необходимо активное вмешательство государства. Для обеспечения экономического роста государство может воздействовать на «малый бизнес». Именно влияние малого бизнеса является как никогда актуальным в наше время, поскольку это может поднять рост любой сферы экономики, как на региональном уровне, так и государственным.

Сложность данной проблемы является в следующих процессах - это обилие административных барьеров, налогообложение, которые существенно задерживают развитие компаний. Также к трудностям бизнеса относят отсутствие «предпринимательской жилки», что существенно снижает рост экономики и малого бизнеса.

В своей работе я ставлю цели, такие как: исследовать влияние малого бизнеса на экономический рост ВВП государства, проанализировать динамику создания малого бизнеса за последние года, показать проблемы и пути их решения. При этом я буду использовать статистический метод, сравнительный метод и метод аналитического анализа. Все это поможет мне выявить наилучший способ решения данной проблемы, ведь интерес возник у меня именно в результате получения информации из СМИ, интернета и различной научной литературы.

Во многих странах малый бизнес обеспечивает рост занятости и увеличение ВВП. Он производит более половины ВВП. В настоящие время вклад малого бизнеса ВВП, таких стран, как США, Япония, Германия составляет около 50%, а в Китае все 60%, в России доля малого бизнеса в ВВП порядка 21-22%. Как видно, Россия имеет ряд проблем по развитию малого бизнеса. Основной и самой существенной проблемой, на мой взгляд, является финансирование, а именно отсутствие до-

ступа к банковским кредитным услугам, оборотных средств, свободного доступа к займам государственных фондов. Но на этом проблемы не заканчиваются. Существуют ещё ряд проблем, таких как налогообложение, низкое инвестиционная деятельность, конкурентноспособность, низкая нормативно - правовая база.

Для решения данных проблем, я хочу предложить меры, которые бы смогли поднять малый бизнес на новый уровень. Конечно, это увеличение финансовой поддержки со стороны государства, создание налоговых льгот, установление упрощенного порядка регистрации субъектов малого предпринимательства.

Таким образом, если государство особо обратит внимание на роль малого бизнеса, то оно одновременно будет и решать ряд других важных проблем, таких как рост валового внутреннего продукта (ВВП), создаваемого в малом бизнесе, снижение уровня безработицы, улучшение качества обслуживания.

На основании этого исследования я пришла к выводу, что развитие малого бизнеса остается одной из важных проблем нашей страны. В настоящее время роль и значение предпринимательства мы должны рассматривать с различных сторон общественной жизни : экономической, политической, социальной, ведь только предпринимательская деятельность будет иметь будущее в России и прочно утвердиться при условии учета её прямых и обратных связей с общественностью.

Использованная литература

1. «Wikipedia», свободная общедоступная многоязычная универсальная интернет-энциклопедия.

2. Голубев Ю.Н. и др. Предпринимательство: истоки, проблемы, перспективы. – М., 1997.

3. Экономика предприятия: Учебник. Под ред. Проф. Н.А.Сафронова.: Юрист – М., 2005.

4. Аборнева О. Государственное регулирование и поддержка малого предпринимательства

5. Блинов А. Направления финансовой поддержки малого и среднего бизнеса.

6. Ровенский Ю.А. Концепция развития малого бизнеса в России // Социально-политический журн. - 2006.

7. Ноздрачев А.Ф. Применение законодательства о малом предпринимательстве.

УДК 65.011

Кадыров Д.Д.
Лицей № 28, г. Йошкар-Ола
Научные руководители: ***Казаринова А.В.,*** *лицей № 28,*
Сбоева И.А.*, канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В РАЗНЫХ СТРАНАХ МИРА

Цель исследования: проанализировать, как реклама связана с национальными традициями народов разных стран. В соответствии с целью были выдвинуты следующие задачи:

1) рассмотреть функции и задачи международной рекламы;

2) выявить особенности рекламы в различных странах;

3) рассмотреть примеры зарубежной рекламы.

Современную рекламу можно рассматривать как один из видов передачи информации в торговле. Реклама должна информировать потребителя о наличии товара, его цене, важнейших характеристиках. В то же время реклама должна побуждать к покупке, так как в этом состоит ее основная функция, ее главное предназначение.

Международная реклама возникла благодаря глобальным процессам интеграции и специализации, происходящим в мировой экономике. Культурные ценности страны и особенности характера ее жителей отражаются в рекламных роликах.

Реклама в Японии оказывает меньшее давление на потребителя, чем в других станах. Она гораздо больше заполнена символами, менее насыщена информацией, более эмоциональна, ориентирована на положение потребителя в обществе, на создание образа компании-производителя и менее сравнительна, чем в США.

Телевизионная реклама в Великобритании менее навязчива и более развлекательна, чем в других станах. Англичане относятся к рекламе спокойнее, она меньше их раздражает, чем россиян.

Рекламные объявления в Германии более информационны, чем в других странах, достаточно прямолинейны и реальны по смыслу.

Реклама в США не столь информативна как в Европе. По сравнению с Россией в большей мере склонна к сверхобещаниям относительно преимуществ, которые способен обеспечить товар.

Французы даже в рекламе - истинные художники. В рекламе обычно немного текста, особое внимание уделяется изысканным выразительным образам и привнесению «изюминки», загадки.

Латинская Америка - это яркость, динамизм и экспрессия в рекламе. В глаза бросаются сочные, солнечные тона и общая жизнерадостная атмосфера. Большое внимание в рекламе уделяется людям, отношениям, эмоциям.

Таиланд - лидер в области «сумасшедшей» рекламы, которая отличается яркими, простыми и смешными роликами с невероятно высокой долей абсурда.

Например, компактный внедорожник Nissan рекламируется в разных странах мира с совершенно непохожими креативными концепциями. В Европе и России внедорожник Nissan продвигается как Qashqai, а на родном японском и соседнем австралийском рынках как Dualis. В Европе и России Qashqai создал себе имидж средства передвижения городского экстремальщика через тему безбашенного автоскейтинга (ролик «Urban Proof»). В Японии лонч Nissan Dualis был предварен целой серией полувирусных роликов с резвящимися в мегаполисе роботами-трансформерами. В Австралии же решили подчеркнуть двойственную природу Nissan Dualis и обозначить эту раздвоенность роликом, не уступающим своей креативной атмосферой рекламе PSP. В рекламе звучит ряд вопросов: «Кентавр — человек или лошадь? Dualis – хетч или внедорожник? Вот вечные вопросы, в поисках ответов на которые можно сойти с ума». Довольно неожиданный для автомобиля ход, так как дорога и пограничное состояние сознания – вещи малосовместимые для безопасности жизнедеятельности. Но потребители что-то в этом находят.

Каждая страна имеет свой отличительный рекламный почерк. География, особенности восприятия и мышления, технические возможности накладывают свой отпечаток практически на любую рекламную кампанию. По мнению специалистов, будущее рекламы – это глобальные рекламные кампании, свободные от культурных противоречий и национальных предубеждений, рассчитанные на потребителей всего мира и доходящие до них в считанные секунды.

Использованная литература

Особенности национальной рекламы в разных странах / BizHint - богатство, личностный рост: [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://bizhint.net/biznes/resheniya-dlya-biznesa/reklama/osobennosti-naczionalnoj-reklamyi-v-raznyix-stranax.html - 12.02.2015

УДК 65.011

Калаева Д.А
Политехнический лицей-интернат ,9б класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Абрамова Е.Д.,*** *доцент ПГТУ*

ВОЗМОЖНОСТИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ

Вопрос импортозамещения в настоящее время является одним из условий выхода России из экономического кризиса. Данное исследование охватывает область производства и предпринимательства. Предметом исследования является крупный, средний и мелкий бизнес.

Целью и задачами данной работы является анализ сложившейся ситуации в экономике в результате введения антироссийских санкций и ответных мер на них со стороны России и реакция на эти события со стороны крупного, среднего и мелкого бизнеса.

В работе использовались методы сравнительного анализа и социального опроса.

Антироссийские санкции и ответные защитные меры с российской стороны остро поставили проблему высокой зависимости российской экономики от импорта товаров и технологий. Вместе с тем, они создали российским производителям крайне благоприятные условия для более активного и обширного импортозамещения. Российская экономика оказалась перед необходимостью за очень короткий срок совершить рывок в повышении конкурентоспособности своей продукции и импортозамещения , на который ранее потребовались бы многие годы.

В ходе ноябрьского раунда опроса «Индекс деловой среды РСПП» участникам были заданы вопросы на тему последствий введений санкций для российского бизнеса. В анкетировании по данной теме приняли участие 55 компаний. 70,4% респондентов указали в качестве основного вида экономической деятельности «промышленность». Порядка 11% компаний принадлежат энергетическому сектору. Компании строительного сектора составили долю 9,3%, а компании сектора «транспорт и связь» – 7,4%. Большая часть респондентов (83,3%) относятся к категории «крупный бизнес», представители средних предприятий составили 7,5%, а субъекты малого предпринимательства – 9,2%. На вопрос, какие именно санкции влияют на деятельность организаций. Треть респондентов выбрали ответ «как санкции со стороны западных стран, так и ответные санкции со стороны России оказывают влияние на деятельность компаний», и две трети участников опроса

уверены, что речь может идти о влиянии только санкций со стороны США, стран Европы и ЕС.

Введение санкций сказалось на экономических условиях ведения бизнеса по различным направлениям.

На вопрос существуют ли возможности импортозамещения в отрасли, где работают или планируют работать компании-участницы опроса 60% ответили положительно, соответственно, 40% выбрали отрицательный ответ.

По мнению более половины респондентов, указавших, что импортозамещение в их отрасли в принципе возможно, введённые санкции расширяют возможности для импортозамещения. 18,2% компаний уверены в обратном. 15,2% участников опроса не видят связи между процессом импортозамещения и введением санкций. Ту же долю составили компании, затруднившиеся с ответом на данный вопрос.

Ключевым направлением по оказанию государственной поддержки, по мнению респондентов, являются программы по субсидированию инвестиционных проектов, модернизации и реконструкции производства (доля ответов 75%).

Программы компенсации процентных ставок по инвестиционным кредитам, льготное кредитование привлекают 62,5% организаций, принявших участие в опросе. Более половины участников опроса (55%) указали в качестве наиболее востребованного вида поддержки со стороны государства снижение фискальной нагрузки, приостановку налоговых инициатив, связанных с введением налога с продаж, изменением порядка начисления социальных выплат в Пенсионный фонд и другие. Половина компаний заинтересованы в такой мере поддержки, как распространение льготы по налогу на имущество на увеличение стоимости при модернизации, реконструкции, объектов введённых в эксплуатацию до 2013г. 42,5% компаний считают, что поддержка должна осуществляться в виде установления на законодательном уровне льгот и преференций при реализации российскими предприятиями масштабных инвестиционных проектов. Предоставление государственных гарантий по инвестиционным проектам востребовано в качестве меры государственной поддержки в условиях санкций чуть более третью компаний (32,5%).

На основании проведенного исследования, можно сделать вывод, что санкции повлияли на развитие среднего и мелкого бизнеса в России в различной степени. Предприниматели считают, что сложилась благоприятная ситуация для возможности импортозамещения и ждут поддержки от государства.

УДК 316.46

Кардаш Д.С.
Дворец творчества детей и молодежи, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Топорова И.В.,***
Дворец творчества детей и молодежи

РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОСТИ КАК ОДНО ИЗ ТРЕБОВАНИЙ СТАНОВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ЛИДЕРА

В последнее время перед подрастающим поколением все чаще ставится задача – быть активными, предприимчивыми, развивать свои лидерские качества. При этом существует большое многообразие исследований, посвященных проблемам лидерства и качествам лидера. Однако в современное время все большую актуальность приобретает такое качество, как креативность. Область представленного исследования – явление лидерства, предмет – качества лидера. Цель работы – исследование креативности как качества лидера. Задачи: определить понятия лидера и креативности, изучить основные характеристики лидера, найти среди них место креативности, выявить способы её развития. Используемые методы исследования: анализ, синтез, наблюдение, описание, обобщение.

В социальной психологии под понятием «лидер» понимается член группы, авторитетная личность, за которой признается право принимать ответственные решения для достижения значимых целей всей группы. В ходе исследования были проанализированы характерные черты и правила лидера [1], среди которых особое место заняла креативность.

Креативность (от англ. create – создавать, творить) – это способность создавать и находить новые оригинальные идеи, отклоняясь от принятых схем мышления, успешно решать стоящие задачи нестандартным образом. Креативное мышление – это революционное и созидательное мышление, носящее конструктивный характер [2].

Действительно, в деятельности лидера креативность очень важна, что было подтверждено настоящим исследованием:

1. Жизнь постоянно меняется, причем в последнее время изменения происходят с очень большой скоростью. Настоящему лидеру важно успевать за временем и уметь быстро реагировать на изменения.

2. В любом деле лидеру требуются особые, креативные решения, подходящие только для определенной конкретной ситуации.

3. Без креативности лидер будет способен действовать только по стандартным схемам. В результате он не сможет развиваться сам и не сможет добиться новых идей и утратит свою лидерскую позицию.

Однако, как показывает статистика, с возрастом человек склонен терять уровень креативности [3]: в 5 лет – 98% креативности; в 10 лет – 30% креативности; в 15 лет – 12% креативности; у взрослых – 5% креативности. По мнениям исследователей, уровень креативности снижается по причине того, что общество стремится унифицировать личность, поскольку в таком случае оно эффективнее всего функционирует. Однако и в рамках, установленных общественным порядком, можно быть креативным, ведь, в конце концов, и общество в целом от этого только выиграет.

Исследование позволило выделить несколько способов развития креативности [4]: постоянное самообучение, расширение кругозора, общение с творческими людьми, подражание, запись идей на бумагу, любознательность, восприимчивость к новому, смена обстановки и впечатлений, вера в себя и т.д.

При этом в процессе развития креативности специалисты обращают внимание на «ошибки», которые, наоборот, могут стать помехой [5]: креативность как самоцель, отнесение креативности к сфере детства, чрезмерное доверие психологическим тестам на креативность и другие.

Таким образом, в современном быстроменяющемся мире креативность лидеру необходима, и чем больше он способен решать сложные нестандартные задачи, тем больших результатов достигнет и он сам, и его команда.

Использованная литература

1. 7 правил лидерства // О психологии легко. – 2007. – 24 октября. – [Электронный ресурс]. – URL: http://psyworld.org.ru/2007/10/24/7-pravil-liderstva.html (дата обращения: 12.02.2015).

2. Креативность и креативное мышление [Электронный ресурс]. – URL: http://constructorus.ru/uspex/kreativnost-kreativnoe-myshlenie.html (дата обращения: 12.02.2015).

3. Малиновский В. Практическая креативность в бизнесе. – [Электронный ресурс] / В. Малиновский. – URL: http://www.trn.ua/articles/4449/ (дата обращения 12.02.15).

4. 7 советов как развить креативность. – 2012. – 13 ноября. – [Электронный ресурс]. – URL: http://psychology-tips.ru/samorazvitie/7-sovetov-kak-razvit-kreativnost/ (дата обращения 11.02.15).

5. Малевич С. Восемь ошибок при развитии креативности. – [Электронный ресурс] / С. Малевич. – URL: http://medportal.ru/budzdorova/advice/1318/ (дата обращения 13.02.15).

УДК 658

Князев И.А.
Высший колледж ПГТУ «Политехник», группа ТМ-11, Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Мелентьева О.В.,*** *канд. экон. наук,*
доцент ПГТУ

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ КАК НЕОБХОДИМЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

При создании успешного бизнеса важно учитывать множество нюансов. Как и любая другая деятельность, бизнес предполагает наличие своеобразного плана с подробным описанием того, для чего создается бизнес и в какой области он будет развиваться. Понятия «бизнес-план» и «бизнес-планирование» вошли в российскую экономику в конце 80-х – начале 90-х годов прошлого столетия с целью привлечения инвестиций, необходимых для реализации бизнес-идеи, а также своевременного предвидения и устранения возможных проблем.

Областью исследования является функция планирования в управлении, а предметом исследования – процесс бизнес-планирования. Цель работы заключается в изучении понятия бизнес-планирования, его особенностей и правил реализации. Задачи работы: анализ тематической литературы, определение понятий, выявление обязательных условий успешной организации бизнес-планирования, исследование видов и разделов бизнес-планов. В ходе работы были использованы методы: изучение источников, описание, систематизация информации, синтез.

Согласно мнениям экспертов, бизнес-планирование представляет собой процесс планирования, который описывает аспекты будущего коммерческого проекта, анализирует проблемы, с какими он может столкнуться, а также устанавливает способы их решения. Бизнес-план – «план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности» [1].

В результате исследования было выявлено четыре обязательных условия для успешной организации бизнес-планирования [2]:

1) Необходимость методологической и методической базы разработки, контроля и анализа исполнения бизнес-плана, наличие квалификации работников финансово-экономических служб.

2) Важность внутренней информации о деятельности предприятия и внешней информации (экономической, учетной, финансовой, политической, нормативно-правовой и т. д.).

3) Соответствующая организационная структура и система управления, составляющие организационный блок процесса.

4) Регистрация и обработка больших массивов информации.

Однако в зависимости от вида проект, составление бизнес-плана будет требовать дополнительных условий. Анализ литературы выявил четыре основных видов проектов [3]:

1) Инновационные проекты исследования и развития – разработка нового продукта, исследования в области менеджмента и маркетинга, разработка нового проекта программного обеспечения.

2) Организационные проекты – реформирование предприятия, реализация концепции новой системы управления, создание новой организации или проведение международного форума.

3) Экономические проекты – приватизация предприятий, создание аудиторской системы, введение новой системы налогов.

4) Социальные проекты – реформирование системы социального обеспечения, здравоохранения, социальная защита необеспеченных слоев населения, преодоление последствий социальных потрясений.

Несмотря на большое разнообразие проектов, их бизнес-планы должны содержать примерно одинаковые разделы: вводная часть (резюме); общее описание предприятия; описание товаров и услуг; анализ рынка и маркетинговая стратегия; производственный план; организационный план; финансовый план (бюджет) [4].

Таким образом, бизнес-планирование является важным процессом в деятельности коммерческой организации. Зная условия успешной организации бизнес-планирования, понимая закономерности его выстраивания, начинающему предпринимателю будет легче добиться результата.

Использованная литература

1. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 495 с.

2. Бекетова О. Бизнес-планирование / О. Бекетова, В. Найденков [Электронный ресурс]. – URL: http://lekcion.ru/marki_avtomobiley/3833-organizatsiya-protsessa-biznes-planirovaniya-na-predpriyatii.html (дата обращения: 28.01.2015).

3. Виды, структура бизнес-планов и требования к их разработке [Электронный ресурс]. – URL: http://infomanagement.ru/lekciya/ Vidi_bisnes_planov (дата обращения: 25.01.2015).

4. Разделы бизнес-плана [Электронный ресурс]. – URL: http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/razdely-biznes-plana.html (дата обращения: 27.01.2015).

УДК 316.46

Колумбаева К.А., Савинова Е.В.
Дворец творчества детей и молодежи,
Центр РЛО «Импульс», г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Топорова И.В.,***
Дворец творчества детей и молодежи

ЗНАЧИМОСТЬ РЕФЛЕКСИИ ДЛЯ ЛИДЕРА

Современному лидеру необходимо постоянно совершенствовать свои навыки и умения, чтобы суметь реализовать свой лидерский потенциал. Рефлексия – один из необходимых навыков лидера, ведь рефлексируя, лидер может отыскать ошибки в своих действиях, сделать соответствующие выводы и исправить их. Преимущества рефлексии особо проявляются во время кризиса, с которым каждый лидер рано или поздно сталкивается. В настоящее время понятия лидерство и рефлексия слабо соотносятся друг с другом. Однако, как показывает практика, рефлексия становится мощным инструментом строительства фундамента истинного лидерства.

Область настоящего исследования – явление лидерства. Предметом исследования является рефлексия как одно из важнейших качеств лидера. Цель исследования заключается в изучении возможностей рефлексии для лидеров. Задачи: раскрытие понятийной базы, выявление эффектов рефлексии, изучение способов её развития. Используемые методы исследования: анализ и синтез материала, описание, систематизация и классификация данных, обобщение.

Рефлексия – это размышление человека, направленное на анализ самого себя (самоанализ): собственных состояний, поступков, своего мышления и поведения, мыслей, чувств и мотивов. Глубина рефлексии, самоанализ зависит от степени образованности человека, развитости морального чувства и уровня самоконтроля. Проблема рефлексии впервые была поставлена Сократом, согласно которому самопознание есть наиболее важная задача человека. Британский педагог и философ Дж. Локк определил рефлексию как наблюдение, которому ум подвергает свою деятельность, и способы ее проявления, вследствие чего в разуме возникают идеи этой деятельности. Согласно немецкому философу Г.В. Лейбницу, рефлексия есть внимание к тому, что происходит в сознании человека [1].

Проведенное исследование показало, что рефлексия деятельности очень важна для человека, особенно если речь идет о довольно непро-

стой интеллектуальной работе и в ситуации межличностного группового взаимодействия, а, значит, важна для лидера [2, 3] (рис. 1).

Рис. 1. Роль рефлексии

Результатом исследования стала систематизация методов развития рефлексии, наиболее важные из которых: анализ своих действий после важных событий, ежедневная оценка действий, проверка своего мнения о других, общение с непохожими людьми, анализ сиюминутных проблем, рассмотрение проблемы с разных сторон [2, 3].

Таким образом, рефлексия помогает лидеру осознать, что нужно делать в данный момент, а в дальнейшем решить вопрос: куда следует двигаться, чтобы развиваться. С помощью рефлексии можно научиться реально оценивать свои поступки и возможности; понимать не только себя, но и окружающих; управлять своей жизнью. Развитие рефлексии способствует повышению уверенности в собственных силах, в конечном итоге – достижению более масштабных целей.

Материалы исследования могут быть интересны учителям, родителям, управленцам, психологам и всем заинтересованным в саморазвитии и успешном взаимодействии с людьми.

Использованная литература

1. Рефлексия. – [Электронный ресурс]. – URL: http://www.dialectics.ru/255.html (дата обращения: 03.02.2015).

2. Развитие личностной рефлексии. – [Электронный ресурс]. – URL: http://constructorus.ru/samorazvitie/razvitie-lichnostnoj-refleksii.html (дата обращения: 04.02.2015).

3. Рефлексия. – [Электронный ресурс]. – URL: http://www.medkrug.ru/article/print/refleksija (дата обращения: 03.02.2015).

УДК 338.57.055.3

Кукушкина А.А., Сысоева А.С.
Гимназия № 14, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Цепелёв В.Н.,*** *преподаватель истории гимназии №14, канд. пед. наук*

МЕХАНИЗМ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕН: ВОЗВРАТ К ПРОШЛОМУ ИЛИ ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ?

В последние месяцы большинство россиян на себе ощутили резкий рост цен на товары. Но кроме громких заявлений и деклараций реальных шагов по обузданию данного процесса практически не наблюдается. Приступая к исследованию, мы предполагаем, что существующий механизм государственного регулирования, созданный еще в рамках либеральной модели экономики, не является эффективным, потому что он не предполагает активного участия в контроле над ценообразованием.

Цель исследования: Изучить существующий механизм контроля цен со стороны государства и предложить возможные способы повышения его эффективности.

Для реализации поставленной цели были определены следующие задачи*:* изучение и анализ материалов СМИ относительно масштабов роста цен; проработка нормативно-правовой базы по проблеме; определение позиции и участия УФАС по Республике Марий Эл, Республиканской и Городской прокуратур в выполнении поручений Президента по контролю за ценами; проведение собственного мониторинга цен в торговых точках микрорайона гимназии; зучение и анализ зарубежного опыта.

За период рыночных преобразований в экономике России по вопросам ценообразования создана нормативно-правовая база, которая в какой-то мере контролирует цены и предполагает их удержание в определенных рамках, но, как показывает современная практика, сферы ее воздействия недостаточно для создания благоприятной экономической ситуации для всех участников рынка: государства, производителя, предпринимателя и потребителя.

По информации, предоставленной УФАС по республике Марий Эл в ответ на наш запрос, отмечается, что основой для контроля ценообразования служит Постановление Правительства РФ №530. В нем гово-

рится, что государство может устанавливать предельные розничные цены на товары, но только в тех случаях, если в течение 30 дней на территории субъекта рост цен на продовольственные товары составит 30 и более процентов. Плюс к этому, перечень товаров, в отношении которых может устанавливаться предельная цена, тоже ограничен. Нынешний процесс увеличения цен не может быть в полной мере урегулирован как УФАС, так и Прокуратурой, ввиду расплывчатости нормативных формулировок.

В результате проведенного собственного мониторинга было установлено, что, например, гречневая крупа за последние два месяца подорожала на 15 рублей, то есть на 34%, капуста почти на 20%, яйца на 25%, не говоря про мясо и фрукты.

Таким образом, мы предлагаем следующие альтернативные варианты механизма регулирования ценообразования. Во-первых, практика регулирования цен в нашей стране зачастую имеет отрицательные последствия, приводя в шок экспертов и предпринимателей, по этому она должна быть гибкой и не резкой. Во-вторых, сам механизм государственного регулирования оставляет желать лучшего. Закон не совершенен, так как он четко не прописывает вопросы материального правоприменения. В – третьих, подобное кризисное регулирование не должно полностью подавлять предпринимательскую инициативу, государству необходимо разработать меры частичной компенсации бизнесу, несущему большие убытки в следствие недополучения прибыли. В-четвертых, для прозрачного регулирования цен в масштабах страны, межведомственной координации контролирующих органов и необходимо создание государственного портала по типу государственных закупок.

Ценообразование является очень важным и эффективным элементом рыночного механизма, умело используя который государство может успешно решать многие экономические и социальные проблемы.

Использованная литература

1. Информационное агентство России ТАСС [Электронный ресурс]: мониторинг роста цен. - URL: http://www.tass.monitoring-tsen (дата обращения: 10.02.2015)

2. Российская газета [Текст]: Постановление Правительства Российской Федерации от 15 июля 2010 г. N 530 г. Москва / ФГБУ «Редакция „Российской газеты “». – 26.07.2010, Федеральный выпуск №5242 - 166 675 экз.

УДК 65.013

Куликова А.А.
СОШ № 3, г. Яранск
Научный руководитель ***Царева Г.Р.,*** *канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ШКОЛЕ: СОЗДАНИЕ «ЗЕЛЕНОЙ ЗОНЫ»

Создание здоровьесберегающих условий для формирования успешной личности является немаловажным фактором современного образования. Наличие здоровьесберегающего пространства образовательного учреждения и классов - проблема многих учебных заведений. Большая учебная нагрузка, рост заболеваемости среди учащихся к моменту окончания школы - проблема номер один на сегодняшний день. Поэтому важно не только получить качественное образование, но и попытаться максимально сохранить здоровье учащихся.

Создание здоровьесберегающих условий для учащихся определяется его рабочим местом, к которому есть установленные нормами СЭС требования. Одним из требований является наличие в учебном кабинете комнатных растений, способных улучшить качество образовательной среды. Данный проект по созданию «зеленой зоны» обосновывает влияние определенных комнатных растений на здоровье учащихся, выполняет большую образовательную и воспитательную нагрузку, а также повышает психо-эмоциональный настрой учащихся.

Организация проекта по созданию «зеленой зоны» имеет ряд оснований, а именно: во-первых, это создание здоровьесберегающего пространства для детей, поступивших в школу. Так, на основании медицинского обследования учащихся на начало учебного года около 55% детей имеют различные заболевания. Во-вторых, многообразие цветочно-декоративных культур дает прекрасную возможность создать неповторимый облик «зеленой зоны», благоприятно влияющий на эмоциональное состояние и чувство комфорта. Кроме того, коллекция разнообразных комнатных растений будет служить у школьников иллюстрацией биологических, экологических понятий - идея не новая, но актуальная в современных условиях дефицита учебных пособий.

Учеными установлено, что такие растения, как – сансевиерия, хлорофитум и сциндапсус способны уменьшить процент воздействия вредных частиц электромагнитного излучения, поэтому их необходимо иметь в кабинете вблизи технических средств. Результаты опроса учащихся и учителей школы показали, что 90% респондентов понимают

необходимость создания такой зоны и с удовольствием приняли бы участие в предлагаемом проекте. Родители готовы сотрудничать с учителями и активно участвовать в совместных коллективно-творческих делах.

Проблема, решаемая в процессе реализации проекта актуальна, именно здоровый учащийся сможет достичь успешной успеваемости и на отлично сдать итоговые испытания.

УДК 539.376

Кутасова А.Л.
СОШ № 3 п. Советский, 10а класс, РМЭ
Научный руководитель ***Викулова И.Г.,*** *преподаватель*

ПАРТНЕРСТВО ГОСУДАРСТВА И ЧАСТНОГО СЕКТОРА

Ни одно современное государство не может существовать без бизнеса, а бизнес не будет существовать без государства. Какова роль бизнеса в современном обществе, какие функции он выполняет? Прежде всего, это экономическая функция: каждое общество способно существовать и успешно развиваться только при условии хозяйственной деятельности.

Не менее важна политическая функция бизнеса и менеджмента. Политическая жизнь любого общества выражает столкновение, борьбу конкретных интересов, прежде всего – экономических. Поэтому деловой мир оказывает определяющее влияние на принятие политических решений, без их активного участия и поддержки не обходится ни одна избирательная кампания, формирование органов власти. Тем самым бизнес оказывается одним из решающих факторов формирования и развития гражданского общества.

Следующая функция – лидерская. Дело в том, что характер и способы осуществления деловой активности определяют состояние общественной жизни: общие настроения, жизненные цели и т.д. Достаточно, в этой связи вспомнить социальные последствия финансового кризиса в России в августе 1998 года - как резко поменялась атмосфера в обществе, сколько людей пересмотрели свои ближайшие и перспективные жизненные планы, как изменились конкретные судьбы?

В этой связи можно говорить и о нравственной (этической) функции бизнеса и менеджмента. Этика деловой активности оказывает решающее влияние на формирование реальной нравственной культуры, выступая при этом своеобразным практическим ориентиром -

образцом (трендом) для нравственной культуры других сфер общественной жизни.

В современном обществе бизнес выполняет важнейшую модернизационную, а еще точнее - инновационную функцию, обеспечивая не только экономические условия выживания и развития социума, но и реализацию новейших достижений мировой технической, научной и гуманитарной мысли.

А каковы же отношения государства и бизнеса? В российской литературе принят термин "государственно - частное партнерство" (ГЧП). Во-первых - это различные формы взаимодействия государства и бизнеса в достижении общих целей социально - экономического развития. Во-вторых - ГЧП представляет собой альянс государственной власти и частного бизнеса с целью реализации общественно значимых проектов в широком спектре сфер деятельности - от развития стратегически важных отраслей экономики до предоставления общественных услуг в масштабах всей страны или отдельных территорий.

Основной аспект развития ГЧП состоит в том, что государственная власть определяет, в каких услугах, работах и инфраструктуре страна нуждается, а частный бизнес выдвигает свои предложения, которые должны в наибольшей степени соответствовать требованиям государства.

Государство заинтересовано в росте объемов и улучшении качества предоставляемых услуг в рамках инфраструктурных и социально ориентированных отраслей населению. Частный сектор стремится стабильно получать и увеличивать прибыль, с учетом интересов устойчивости получения доходов от проектов. Обе стороны заинтересованы в успешном осуществлении проектов в целом.

Таким образом, в современных рыночных условиях для того, чтобы достигнуть успеха в реализации социально значимых проектов, необходимо объединить усилия государства и бизнеса. Это должно быть в обязательном порядке взаимовыгодное партнерство, сотрудничество, направленное на развитие всего государства, общества и экономики в целом.

Использованная литература

1. Государство и бизнес: институциональные аспекты.- М.: ИМЭМО РАН,- 2009.

2. Дерябина М. Государственно-частное партнерство: теория и практика/экономический портал .-http://institutiones.com/

3. Пушкин А. В. / Государственно-частное партнерство: Механизмы реализации.- http://modernlib.ru/.

УДК 005.336.3

Лебедева О. Е.
Высший колледж ПГТУ «Политехник», гр. ТРиУК-21, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Тарасова О.Г.,***
канд. техн. наук, доцент ПГТУ

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Рассматривается задача по определению факторов, оказывающих влияние на качество продукции.

Наиболее важно для всех потребителей – получить продукцию или услугу требуемого качества, а для любого бизнеса получить за это прибыль.

Цель: определить проблемы качества продукции и найти способы их устранения.

Качество – это совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные или предполагаемые потребности. Качество наряду с ценой и надёжностью поставок всё в большей степени становится определяющим фактором в конкурентной борьбе. Качество прошло многовековой путь развития и развивалось по мере того, как ширилось разнообразие общественных потребностей и возрастали возможности производства по их удовлетворению. Считается, что оно впервые было подвергнуто анализу Аристотелем еще в III в. до н.э., далее вопросами качества военной продукции занимались и Иван Грозный, Петр I, далее Гегель, Шухарт В., Исикава К., Джуран Дж. М. и т.д.

Проблема качества продукции носит в современном мире универсальный характер. Она является стратегической проблемой, поскольку от того, насколько успешно она решается, зависит многое в экономической и социальной жизни страны.

Так в чём же состоят проблемы качества продукции?

Во-первых, это проблема проектирования и разработки продукции;

Во-вторых, это проблема обеспечения качества продукции.

В-третьих, это проблема улучшения качества продукции.

В-четвёртых, это проблема системного подхода, позволяющая обеспечить и улучшить качество продукции в зависимости от конкретных объективно складывающихся условий, в которых работает предприятие.

Решение проблем повышения качества продукции обусловливает необходимость разработки методов количественной оценки качества труда отдельных работников, коллективов подразделений, объединений,

предприятий и организаций в целом, а также других объектов управления на основе объективных критериев, учитывающих их задачи и функции. Исключительно большое значение для системного подхода имеет:

- разработка научных основ стандартизации и базовых стандартов;
- проведение анализа технического уровня важнейших видов продукции и увязка требований технических регламентов и стандартов на готовую продукцию с требованиями к сырью, материалам и комплектующим изделиям, и их качественным показателям, а также с требованиями к оборудованию и оснастке;
- контроль за технологическими процессами и эффективностью производства.

Однако при *решении проблем* важно выделить главное звено. В этой связи необходимо подчеркнуть с позиций научно-технического прогресса, в основе которого лежат более совершенные орудия труда, материалы и технологические процессы, промышленные образцы, в которых достигается единство высоких технических и эстетических достоинств вновь создаваемой продукции.

На современном этапе развития общества большое значение имеет подтверждение соответствия качества продукции техническим регламентам и стандартам [1].

Таким образом, решение проблемы качества продукции на предприятии – это высокий его имидж у покупателей, это выход не только на внутренний, но и на внешний рынок, это основа для получения максимальной прибыли и устойчивого финансового положения предприятия.

Использованная литература:

1. ФЗ «О техническом регулировании» от 27.12.2002 N 184-ФЗ. Электронный ресурс. Доступ http://www.consultant.ru/popular/techreg/

УДК 338.22:330.322

Лобанова М.А.
Экономико-правовая гимназия, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Манукянц С.В.,*** *ст. преподаватель ПГТУ*

ФАКТОРЫ, СДЕРЖИВАЮЩИЕ ИНВЕСТИЦИОННУЮ АКТИВНОСТЬ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Руководство страны не первый год говорит о необходимости модернизации отечественной экономики, и эта необходимость особенно

обострилась в связи с изменениями экономической и политической обстановки в мире. Значит, предприятиям требуются инвестиции, которые в современном мире в значительной степени зависят от доступности заёмного капитала.

Целью работы является определение основных факторов, препятствующих инвестиционной деятельности российских предприятий. К задачам исследования относятся изучение источников инвестирования, оценка инвестиционной активности Российских предприятий, анализ условий получения заемного капитала. Информационная база исследования – данные Росстата и открытая информация с официальных сайтов коммерческих банков.

Источники осуществления инвестиций делятся на две больших группы: собственные и заемные. Инновационные предприятия, за счёт которых и должна осуществляться модернизация, как правило, создаются с нуля. Они зависят от заемных средств поэтому многие экономисты говорят, что модернизация российской экономики невозможна без появления дешевых кредитов (например, [1]).

Чтобы в этом убедиться, были рассмотрены условия получения кредитов для бизнеса в разных банках. Минимальная ставка составила 22% без залога и 21,2% с залогом (по данным официальных сайтов банков на 11.02.2015 г.). Учитывая ограничения по срокам кредитования, для того, чтобы вернуть кредит, предприятиям нужна высокая рентабельность и быстрая окупаемость, что чаще всего не характерно для инновационных предприятий.

Рисунок 1. Основные факторы, затрудняющие инвестиционную деятельность предприятий в Республике Марий Эл (по данным Росстата [2])

Также были проанализированы данные ежегодного статистического обследования инвестиционной активности предприятий, проводимого

Росстатом. Руководители обследованных предприятий главным препятствием к инвестированию считают недостаток собственных финансовых средств. Для Республики Марий Эл на втором месте находится высокий процент коммерческого кредита, а на третьем – неопределенность экономической ситуации в стране (рис. 1).

Во всех регионах доля участников, отметивших среди препятствий высокую ставку по кредитам, высока. Также лидирующие позиции занимает неопределенность экономической ситуации в стране, что также подтверждают эксперты [3].

Таким образом, высокие процентные ставки по кредитам действительно являются препятствием к развитию российской экономики. Дешёвый кредит позволил бы решить проблему нехватки собственных финансовых средств. Поэтому для поддержания инвестиционного процесса в промышленности, во-первых, необходимо удешевить для предприятий кредиты под инвестиционную деятельность, а во-вторых сделать экономическую политику более открытой и прозрачной.

Использованная литература

1. Интервью с С. Глазьевым от 02.02.2015 г. [Электронный ресурс] / Сергей Глазьев. Официальный сайт. URL: http://goo.gl/UBNPbV (Дата обращения 5.02.2015 г.)

2. Инвестиционная активность организаций в 2014 г. [Электронный ресурс] / Росстат. URL: http://goo.gl/M5NUcM (Дата обращения: 3.02.2015 г.)

3. Алешкина Т. Михаил Задорнов – РБК: «Некоторые действия ЦБ рынок просто не понимал» / РБК: URL: http://goo.gl/klp9w7 (дата обращения 5.02.2015 г.)

УДК 338.467.6

Майорова А.В., Майорова Е.В.
Школа № 29, 9в, 10в класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Николаева Е.И.,*** *учитель географии школы №29*

СОЦИАЛЬНЫЙ БИЗНЕС-ПРОЕКТ «КЛУБ ЗДОРОВЬЯ «АКВА-ЛАЙФ»

Что такое социальное предпринимательство? Оказывается, целью бизнеса может быть не столько получение прибыли, а решение конкретных социальных проблем. В то же время – это не социальное проектирование, которое зависит от внешнего финансирования. Суть его – самоокупаемость. Именно такую бизнес-идею, мы готовы предложить для школьников, родителей и педагогов нашей школы.

Сегодня в условиях снижения здоровья школьников возрастает потребность в организации целенаправленной работы по его укреплению. Физическая активность – один из самых эффективных способов повышения здоровья человека. Однако многим спортивные нагрузки противопоказаны. Тогда на помощь приходит аква-фитнес. Этот вид физических упражнений практически не имеет противопоказаний. Поэтому организация активного отдыха в школьном бассейне для детей и взрослых становится все более актуальной.

Кто мы? Клуб здоровья Аква-лайф. Наши услуги: оздоровительные аквафитнес-занятия, игровые программы, аква-праздники для школьников, в том числе с ограниченными возможностями здоровья, и педагогов.

Проведенный среди потенциальных клиентов опрос показал позитивное отношение к данному бизнесу. В среднем клиенты готовы платить за услуги: от 100 до 200 руб. за занятие. *Swot*-анализ показал, что сильные стороны нашего бизнеса: разнообразие услуг, формирование базы постоянных клиентов, доступные цены. Наша команда имеет профессиональную подготовку по синхронному плаванию, тренировочный и вожатский опыт. Возможность дальнейшего расширения бизнеса обусловлена его социальной направленностью. В нашей школе реализуется программа «Доступная среда». Занятия в Клубе здоровья будут способствовать как оздоровлению детей с ОВЗ, так и их интеграции в школьный социум.

Необходимые ресурсы: школьный бассейн (длина: 12,5 м, ширина 8 м, глубина: от 0,7-2,3 м); спортинвентарь (доски для плавания, колобашки, ласты, специальные грузы, аквапояса); реквизит (надувные матрасы, игрушки и т.п.); аудио- , видео-, светотехника; канцелярские принадлежности и расходные материалы.

Штат сотрудников: руководитель, менеджеры, фитнес-инструкторы, медицинский работник, техник по обслуживанию бассейна, уборщик помещений, аниматоры (до 5 человек).

Согласно производственному плану, занятия будут проводиться в вечернее время (1-2 дня в неделю), в выходные дни и во время каникул. В течение первого месяца планируется проведение занятий и праздников с использованием имеющихся ресурсов. Далее вырученные средства используются для оплаты текущих расходов. Единицами продаж являются: оздоровительные аквафитнес-занятия и игровые программы; аквапраздники**.** Наполняемость групп: 15-20 человек.

В соответствии с финансовым планом предусмотрены следующие статьи расходов: на воду, стоки, химикаты; приобретение спортинвентаря, костюмов, реквизита, декораций; зарплата сотрудников и обслу-

живающего персонала; реклама. Реализация проекта - 7 месяцев (октябрь-май), в течение которых он полностью окупается. Финансовые показатели за планируемый период: общая выручка – 513 000 руб.; общие расходы – 400 000 руб.; прибыль – 113 000 руб.

Таким образом, реализация нашей бизнес идеи позволит создать рентабельный социально-ориентированный бизнес; удовлетворить спрос на услуги по проведению оздоровительных и развлекательных занятий на воде для детей и сотрудников школы; способствовать реализации программы «Доступная среда». Будут созданы условия для формирования в подрастающем поколении культуры здорового образа жизни; эффективного использования имеющейся в школе материально-технической базы. Это новые рабочие места для спортсменов-разрядников, старшеклассников, умеющих работать с детьми, возможность реализовать их творческий потенциал. Полученная прибыль может быть использована для проведения занятий с детьми с ОВЗ, благотворительных мероприятий, а так же для улучшения материально-технической базы школы.

Аква-лайф. Вода – есть жизнь. Она всегда дарит море позитивных эмоций, помогает улучшить самочувствие, укрепить здоровье. Поэтому мы видим миссию нашего бизнеса в том, чтобы дать возможность детям и взрослым ощутить радость, полноту жизни, осознать, что следить за своим здоровьем совсем не сложно, но и приятно. Самое важное качество такого бизнеса – это вера в то, что многое можно изменить. Это побуждает, стимулирует к действию.

УДК 324:329

Маслихина Е.А.
Лицей им. М. В. Ломоносова, 8б класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Маслихина В.Ю.,*** *канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

РЕФОРМИРОВАНИЕ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ И ЕЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Демократический политический режим предполагает участие граждан в управлении делами государства, формой которого являются выборы депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации. В политической практике представительная демократия распространена значительно шире, чем демократия непосредственная. Стабильность избирательного законодательства и избиратель-

ной системы – условие эффективного функционирования Государственной Думы.

Проведенный анализ трансформации политической системы в России базируется на изменениях выборов в Государственную Думу Федерального Собрания РФ, новых трендах формирования партийной системы в государстве.

Анализ результатов выборов в Государственную Думу охватывает период, начиная с 1993 года по 2011 год. Первоначально на выборах в Государственную думу использовалась смешанная избирательная система. На выборах в Государственную Думу пятого и шестого созыва использовалось голосование по партийным спискам. При такой системе избиратели могут голосовать только за партийный список в целом, а не за отдельных кандидатов. Места распределяются между кандидатами в точном соответствии с их очередностью в списке и не позволяет гражданам определять партийных кандидатов.

Реформа избирательной системы 2012 года предполагает возврат к ранее существовавшей смешанной модели избирательной системы, когда одна половина депутатского корпуса избирается по мажоритарной системе, а другая половина – по пропорциональной. Обе реформы избирательной системы официально обосновываются соображениями справедливости и эффективности, но на практике отражают текущие интересы политической элиты и партии власти. Таким образом, в избирательном законодательстве наблюдается частая смена вектора направления деятельности, что противоречит интересам долгосрочного обеспечения политической стабильности в стране.

УДК 338.013

Нигматуллина Р.Р.
Мари-Турекская СОШ
Научный руководитель ***Царева Г.Р.,*** *канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

НУЖНА ШКОЛА ТАНЦЕВ ДЕТЯМ?

Танцевальный бизнес сегодня один из самых прибыльных. При малых затратах, которые требуются для того, чтобы открыть школу танцев, владелец получает хорошую прибыль и постоянный спрос на предоставляемые услуги. Танцы сейчас более чем популярны Отсутствие места для занятий танцами - проблема многих районов. Поэтому важно не только получить качественное образование, но и попытаться дать возможность развиваться детям в другой сфере.

Одним из требований создания школы танцев является составление бизнес плана, который покажет необходимость организации школы. Строить свой бизнес на растущем интересе молодых людей к танцевальным программам, поддерживающим тело в хорошем состоянии – по оценкам всех специалистов весьма перспективно. Именно поэтому появилась необходимость создания аналогичного проекта «Школы танцев» на территории МО «Мари-Турекский муниципальный район».

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в настоящее время спортивный и танцевальный бизнес стал прибыльным видом деятельности. Цели проекта:

- привлечение инвестиционных средств для открытия школы танцев;

-разработка поэтапного плана создания и развития школы танцев на территории п. Мари-Турек.

Для привлечения инвестиционных средств требуется обосновать экономическую эффективность открытия школы, для чего и разрабатывается бизнес план. Во-первых, необходимо просторное помещение для школы. В помещении будут находиться два танцевальных зала, каждый из которых не менее 80 кв.м. Необходимы раздевалки, хорошая система вентиляции и, соответственно, комната отдыха. Таким образом, дети будут чувствовать себя уютно и отдаваться любимому делу на все 100 процентов. Во-вторых, необходимы педагоги. Добрый и любящий свою работу педагог легко найдет общий язык с детьми. Так, дети будут чаще посещать занятия, что повысит их интерес к танцам.

И, наконец, планируемые доходы школы. Подсчитаем расходы на открытие среднестатистической школы танца: аренда помещения – от 70 000 до 90 000 руб., затраты на дополнительное оборудование (зеркала, покрытие пола, костюмы и т.п.) – 80 000 руб., расходы на зарплату сотрудникам – 120 000 руб, итого – 280 000 рублей – сумма, необходимая на открытие школы танцев. При доходе – от 150 000 рублей в месяц.

При проведении опроса среди учеников своей школы: Хотели бы вы заниматься в школе танцев?» - 93 процента респондентов ответили «Да».

Именно, занятие танцами хорошо помогает формированию у человека правильной осанки**,** корректируют спину, выпрямляет позвоночник. Большинство современных детей имеют сколиоз и другие проблемы со спиной. Но если дети танцуют, об этих неприятностях можно забыть.

Никакой другой вид спорта так не корректирует спину и не способствует оздоровлению позвоночника. Кроме того, регулярные занятия, формируют правильную и красивую походку, что немаловажно для девочек.

УДК 316.485

Никитина С.В., Караваева Е.А.
Дворец творчества детей и молодежи, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Ветлужских Е.А.,*** *педагог*
дворца творчества детей и молодежи

КОНФЛИКТОЛОГИЯ: СПОСОБЫ ВЫХОДА ИЗ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ

Конфликт – достаточно часто встречающееся явление в жизни не только человека, но и организаций, и поэтому важно знать, что с ним делать. Конфликты нередко оказывают определяющее влияние на качество деятельности, согласие в семье и с самим собой, выступают важнейшим условием счастливой жизни каждого человека.

Область исследования – психология межличностных взаимоотношений. Предмет исследования – конфликтология. Целью исследования является определение способов выхода из конфликтных ситуаций. Задачи: изучить понятие конфликта и логику его возникновения, определить негативные и позитивные последствия, виды конфликтов, выявить основные стратегии поведения, направленные на выход из конфликта. В ходе работы были использованы следующие методы исследования: анализ литературы, синтез, классификация, сравнительный анализ, обобщение, метод графического представления данных.

Исследование показало, что существует множество определений и толкований конфликта. В целом, можно дать такое определение: конфликт – столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов людей [1]. Общая схема возникновения конфликта представлена на рис. 1.

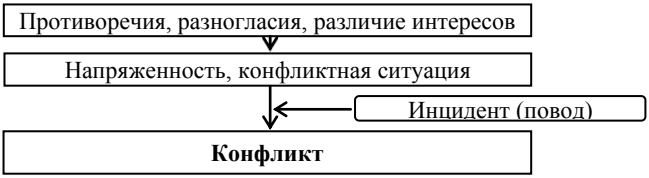


Рис. 1. Схема возникновения конфликта

В обществе сложилось негативное отношение к конфликту, т.к. он может привести стороны противоборства в состояние нестабильности и дезорганизации, вызвать стагнацию и кризис, разочарование в своих

возможностях и потерю прежней мотивации и т.д. Однако в ходе исследования было выявлено, что конфликт может иметь и позитивные последствия [2]: решение проблемы, появление нововведений, снятие социальной напряженности, укрепление партнерских отношений, сплочение коллектива и т.д. Каждый конфликт развивается исходя из особой ситуации, поэтому существует большое количество разновидностей конфликтов. В результате исследовательской работы была сформирована классификация видов конфликтов по критериям: количество участников, способ разрешения конфликтов, степень выраженности конфликтного противостояния, нарушенные потребности [2].

Выбор способов разрешения конфликтов является сложным процессом. Существует несколько вариантов действий, т.е. возможных стратегий поведения, направленных на выход из конфликта, всё многообразие которых может быть обобщено в 8 основных стратегий, которые представлены на рис. 2 [3].

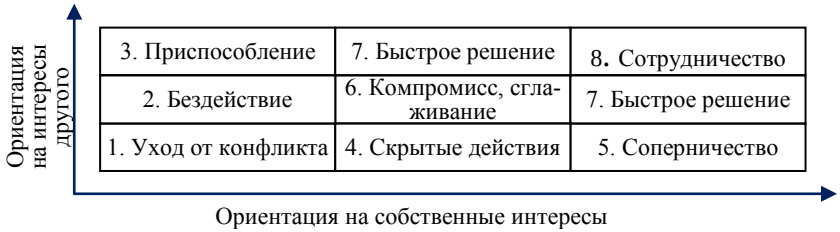


Рис. 2. Основные стратегии поведения в конфликте

В жизни человека много конфликтов и важно уметь их преодолевать, эффективно используя стратегии разрешения конфликтов. Неполное решение конфликтных ситуаций ведет к их возобновлению. Напротив, решение противоречий имеет немало позитивных последствий, ведь конфликт всегда можно рассматривать как возможность для развития.

Использованная литература

1. Словарь психолога [Электронный ресурс]. – URL: http://psihotesti.ru/gloss/tag/konflikt/ (дата обращения: 05.02.2015).

2. Конфликтология [Электронный ресурс]. – URL: http://psyznaiyka.net/konfliktologiya.html (дата обращения: 03.02.2015).

3. Разрешение конфликтов [Электронный ресурс]. – URL: http://www.grandars.ru/college/psihologiya/razreshenie-konfliktov.html (дата обращения: 07.02.2015).

УДК 364.054

Николаева Е.А., Ефремова Л.В.
Гимназия № 14, 10б класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Цепелев В.Н.,*** *преподаватель истории гимназии № 14, канд. пед. наук*

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ КАК СОЦИАЛЬНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА

Актуальность благотворительной деятельности как социального института сложно переоценить – это одна из форм взаимодействия бизнес - структур, государства и бюджетных организаций и нуждающихся в помощи. Слабое внимание к благотворительности в последние годы, отсутствие информации о благотворительности и незаинтересованность бизнес-структур в оказании помощи приводят к появлению проблем, влияющих на развитие благотворительности в нашей стране.

Мы предполагаем, что если в современных условиях поддержать идею благотворительной деятельности не только морально, но и законодательно, материально со стороны государственных и муниципальных структур, то в перспективе общество может ожидать увеличения благотворительной деятельности. Следовательно, целью нашего исследования является анализ российского опыта взаимодействия государства и бизнеса в области организации и осуществления благотворительной деятельности, в том числе в исторической ретроспективе и в аспекте нормативно-правового регулирования. Исходя из поставленной цели, были определены следующие задачи: проанализировать исторический опыт благотворительной деятельности в России; изучить современное состояние благотворительности, провести опрос среди организаций социальной сферы и бизнес-сообщества в ближайшем микрорайоне гимназии; рассмотреть нормативно-правовое регулирование вопросов благотворительности в России; разработать собственные предложения по совершенствованию правового регулирования благотворительности.

Общеизвестно, что Россией накоплен достаточно обширный опыт благотворительной деятельности, государство издавна регламентировало благотворительную деятельность, для благотворительных организаций разрабатывались особые нормативные документы. Существовала

выработанная многолетними усилиями общества и государства система помощи нуждающимся категориям населения.

По данным ВЦИОМ на 2007 г., в сфере благотворительности задействовано всего около 2% трудоспособного населения. Каждая вторая крупная компания имеет свой благотворительный бюджет и тратит на благотворительность от 11 до 17% чистой прибыли, что в разы меньше, чем в западных странах. Эти данные были подтверждены собственным исследованием, в котором были изучены мнения двух сторон этого процесса: благотворителей и благополучателей в микрорайоне гимназии в котором приняли участие 10 юридических лиц.

Для стимулирования благотворительности и возможности ее беспрепятственного осуществления в большинстве западных государств предусмотрено особое налогообложение некоммерческих организаций, связанное с получением налоговых льгот.

Таким образом, считаем, что следует провести ряд государственных преобразований для повышения эффективности благотворительной деятельности: во-первых, на законодательном уровне дополнить закон о благотворительности и налоговый кодекс РФ положениями, которые бы создавали льготы для благотворителей; во-вторых, усилить контроль за расходованием средств, направляемых на благотворительность, сделать их более «прозрачными», доступными для контроля общественными организациям; в-третьих, организовать благотворительность без посредников путем информационного сайта, где благотворители и благополучатели могли бы найти друг друга; в-четвертых, попытаться ввести в нашей стране звания почетного благотворителя России, почетного мецената России, почетного жителя города, почетного; в-пятых, продолжить стимулирование добровольческого волонтерского движения, возродить авторитет детских социально-значимых организаций, способных воспитать в молодом поколении черты бескорыстной социально-значимой помощи.

Использованная литература

1. Благотворительность в России. 2002: исторические и социально- экономические исследования: сб. ст. СПб: Лики России, 2003.

2. Кононова Т.Б. История российской благотворительности и ее связь с государственными структурами социального обеспечения: автореф. дис. … канд. истор. наук. М., 1997.

УДК 331.8

Новосёлова Д.А.
Экономико-правовая гимназия на базе
юридического факультета МарГУ, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Сбоева И.А.,*** *канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ВИДЕОРЕКЛАМЫ

Видеореклама – форма рекламы, направленная на создание имиджа компании, продвижение товара или услуги, предоставление информации с целью повышения продаж. Это особый способ в понятной, доступной форме донести необходимую информацию, посредством креативного ролика или инфографики, используемой в нем.

Цель работы: выявить особенности производства видеорекламы.

Для реализации цели работы сформированы следующие задачи:

1) выявить основные направления рекламной видеосъемки;

2) изучить этапы создания рекламных видеоклипов;

3) охарактеризовать стадии разработки сценария рекламы.

Направление видеосъемки в рекламе широко в своем понимании: рекламные ролики, клипы, рекламные фильмы, видеопродукция рекламного характера для телевидения о предстоящем концерте, демонстрация товаров, презентация новых открывающихся промышленных и торгово-развлекательных комплексов, короткие имиджевые фильмы о компании для официального сайта, или вирусные ролики, нацеленные на распространение в социальных сетях.

Остановимся подробнее на этапах создания рекламных видеоклипов. Как и в любом полнометражном кинофильме в рекламе основную роль играет идея. Специальные люди, креейтеры, сценаристы с нестандартным мышлением, придумывают оригинальные способы подачи информации, чтобы она крепко осела в сознании потенциальных потребителей. Чем необычнее подход в создании ролика, чем эпатажнее и шокирующе выглядит клип, тем лучше запоминается ролик.

Очень часто в какой-нибудь сумасшедшей идее применяют элемент скрытой рекламы, когда на фоне яркого динамичного события мелькают рекламируемые бренды. Впоследствии с этим действием у людей возникает ассоциация, что именно этот продукт надо использовать в данной ситуации.

В рекламе используется язык противопоставлений и контрастов, а для общего усиления эмоций подбирается или пишется соответствующая музыкальная тема, делается цветокоррекция в тон настроению видеоролика. Люди, занимающиеся придумыванием креативного сценария, знают все особенности человеческой психики. Они создают концепцию ролика таким образом, чтобы направить внимание зрителей в нужное русло, навязывая потребителям, необходимую рекламодателю, точку зрения.

После утверждения основной идеи, выбирается способ визуального отображения: рисованный ролик, съемка или же совмещение съемки с графикой. На стадии разработки сценария и способа подачи информации большое значение имеют финансово-административные возможности заказчика. Своевременно и грамотно проведенные исследования в сфере внимательности человека и анализ рынка, могут очень сильно повысить продаваемость товара при минимальных затратах на создание рекламного ролика.

После сценария для понимания всего того, что придется делать и чего необходимо избежать в процессе видеопроизводства, делается раскадровка. На основании раскадровки создается аниматикс - схематичные наброски, грубый отрисованный видеоролик без обработки. Он помогает определиться с локациями для съемок, необходимым оборудованием, атрибутами, аксессуарами, костюмами, актерами, массовкой, графической частью, позволяет сократить время на подготовку к съемкам, отбросив все ненужное и лишнее. После подробного анализа аниматикса расписывается очередность проведения съемок.

Съемочный процесс - это длительное и утомительное действие, очень сильно зависящее от высокого профессионализма и слаженности всей команды. Из большого объема отснятых дублей выбирают наиболее удачные. Далее происходит волшебное преображение сырого видеоматериала, дубляжа или синхронного озвучивания в готовый, прекрасный, замечательный, динамичный и захватывающий дух ролик.

Использованная литература

Федина Е.С., Комиссарова М.Н. Восприятие рекламы и отношение к ней молодежи / Современные наукоемкие технологии, 2014. - №7-2. Научная библиотека КиберЛенинка: [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/vospriyatie-reklamy-i-otnoshenie-k-ney-molodyozhi - 07.02.2015

УДК 339.137.27

Норкин М.Э.
Экономико-правовая гимназия, 10.1 группа, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Манукянц С.В.,*** *ст. преподаватель ПГТУ*

IPHONE ИЛИ IPNONE: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕДОБРОСОВЕСТНЫХ МЕТОДОВ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ

Рыночные механизмы заставляют компании бороться за потребителя, однако далеко не все участники рынка конкурируют добросовестно. Широкое распространение информационных технологий, с одной стороны, позволяет крупным компаниям рекламировать и продвигать свой товар, но, с другой, неизбежно предоставляет возможность недобросовестным конкурентам использовать её товарные знаки, копировать внешний вид продуктов и т.п.

Целью работы является определение последствий существования недобросовестной конкуренции на рынке для самих конкурентов и для общества в целом.

Мною были поставлены следующие задачи:

1. Понять, почему возникает недобросовестная конкуренция и изучить ее формы.
2. Проанализировать примеры использования методов недобросовестной конкуренции.
3. Рассмотреть, как реагируют на недобросовестную конкуренцию антимонопольные органы (ФАС) и производители оригинальных товаров.

Конкуренция – экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предприятиями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворения разнообразных потребностей покупателей.

Выделяют добросовестную и недобросовестную конкуренцию.

При добросовестной конкуренции, компании используют повышение качества и характеристик реализуемого продукта, маркетинговые стратегии и рекламу, и создание более совершенной группы товаров и услуг, а также манипулирование уровнями цен.

Недобросовестная конкуренция – любые действия, направленные на приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности.

К ним относятся: использование чужих торговых марок, упаковок, внешнего вида товара.

Примечателен тот факт, что, например, создание похожих торговых марок не обязательно осуществляется компаниями, производящими конкурирующий товар (рис. 1).

Рис. 1. Использование в качестве заглавной буквы “i” в названии бренда [1]

Недобросовестный конкурент, заимствуя дизайн, оформление, упаковку, экономит на рекламе и иногда способен «увести» часть потребителей у производителя оригинального продукта. Тем самым у последнего сокращаются доходы, а потребители получают не тот товар, который намеревались приобрести.

Контролем над конкуренцией, в том числе и недобросовестной, занимается Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) [2].

Сами производители также всячески борются с подделкой товарных знаков, упаковок и внешнего вида товара. Они открывают фирменные магазины с официальным представительством, в которых продается только сертифицированный товар.

Таким образом, недобросовестная конкуренция, в целом, вредит обществу. Производители оригинальных товаров вынуждены нести дополнительные расходы, связанные с защитой своего продукта от копирования, а потребители – более внимательно изучать упаковки, чтобы не столкнуться с копией.

Использованная литература

1. Apple подала иски на компании, чьи названия начинаются на «i» [Электронный ресурс] / GeeKapple. URL:http://geekapple.ru/news/apple-podala-iski-na-kompanii-chi-nazvaniya-nachinayutsya-na-i.html (Дата обращения: 11.02.2015 г.)

2. Контроль рекламы и недобросовестной конкуренции [Электронный ресурс] / Официальный сайт ФАС России. URL: http://www.fas.gov.ru/spheres/advertising.html (Дата обращения: 11.02.2015 г.)

УДК 336.74

Озерова Т.Ю.
Лицей им. М.В. Ломоносова, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Чернова И.Е.,*** *доцент ПГТУ*

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ЗА СОВЕРШЕНИЕ ПРЕСТУПЛЕНИЙ

Несовершеннолетний – это человек (ребенок), не достигший возраста 18 лет. Согласно Декларации прав ребенка, принятой ООН в 1959 году, ребенком признается всякое человеческое существо, не достигшее 18 - летнего возраста (совершеннолетия). Здесь же провозглашается, что ребенок, ввиду его физической и умственной незрелости, нуждается в специальной охране и заботе, включая надлежащую правовую защиту. Совершеннолетие - возраст, с достижением которого, наступает полная гражданская дееспособность. В возрасте с 14 до 18 лет несовершеннолетние являются частично дееспособными. Кроме прав у несовершеннолетних есть и обязанности, предусмотренные законом. В случае, если несовершеннолетние не выполняют свои обязанности, нарушают закон, они могут быть привлечение к уголовной, административной, материальной ответственности.

Глобальная проблема в мире - это преступления, совершаемые несовершеннолетними. Вовлечение несовершеннолетних взрослыми лицами в совершение преступления представляет повышенную опасность для общества потому, что расширяет круг правонарушителей. Подавляющее большинство совершаемых подростками преступлений - кражи. Причем каждая вторая кража совершается в группе. Несовершеннолетнему легче пойти на хищение в компании друзей - сверстников, но бывают и исключения. Были приведены результаты социологического опроса, проведенного общественнымим организациями совместно с Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики. В ходе опроса выяснялось: «Почему несовершеннолетние совершают преступления?». Самыми распространенными были следующие ответы:

1) Влияние со стороны (взрослых, сверстников) – 69%;
2) Нужда, нехватка денег – 57%;
3) Психические заболевания – 43%;
4) Хочется острых ощущений, стремление выделится – 39%;

5) От нечего делать, проблемы в семье – 26%;

6) Пропаганда культа насилия через СМИ – 22%;

7) Недостаточность внимания родителей – 22%;

8) Любопытство – 13%;

9) Употребление алкоголя (других психоактивных веществ) – 13%;

10) Безнаказанность – 12%.

В нашем городе также совершаются преступления подростками. По данным прокуратуры Республики Марий Эл проблема алкоголизма в нашей республике стоит довольно остро. Среди 14 регионов Приволжского Федерального округа по удельному весу пьяной преступности Республика Марий Эл занимает 12 место. Рост преступлений, совершенных в состоянии алкогольного опьянения, отмечается в Медведевском, Новоторъяльском и Оршанском районах. По итогам 2014 года на территории республики несовершеннолетними совершено 356 преступлений. Из них расследовано и направлено в суд 354. Основную массу преступлений составляют кражи (241), грабежи (53). Зарегистрировано 36 преступлений, совершенных несовершеннолетними в состоянии алкогольного опьянения. Криминальная активность детей в возрасте 14-15 лет в 2011 году по сравнению с 2010 годом снизилась на 6%. А удельный вес участников преступлений в возрасте 16-17 лет в 2011 году повысился на 5,5%. В динамике подростковой преступности преобладают преступления имущественного характера и корыстно-насильственной направленности. В 2014 году на профилактический учет в ПДН поставлено 940 несовершеннолетних правонарушителей.

Подведя итог, хочется добавить, что преступность несовершеннолетних – это социальное явление. В одной из книг есть такие слова: « Вы никогда не поймете причин правонарушений среди подростков, если не уясните одну важную истину: отрицательные влияния могут быть очень сильными, обстановка в семье просто невыносимой, но все таки в итоге выбирает, как себя вести, сам подросток. И если он пошел на преступления, значит, он неоднократно переступил через свою совесть. Никто не имеет право снять с него ответственность за его решения».

Использованная литература

1. Декларации прав ребенка, принятая ООН в 1959 году.

2. Конституция Российской Федерации, принятая всенародным голосованием 12 декабря 1993 года.- М. : Юрайт, 2014. 62 с.

УДК 65.012.2

Садовин П.С., Смирнова Е.А.
Дворец творчества детей и молодежи,
Центр РЛО «Импульс», г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Герасимова И.Л.,***
Дворец творчества детей и молодежи

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ: СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ

Люди не только настоящего, но и прошлого сталкиваются в своей жизни с одной и той же проблемой: как правильно распределить своё время? При этом важно не просто организовать его, а организовать так, чтобы оно проходило эффективно и продуктивно. Чтобы не стать жертвой неправильно распределения времени, в последнее время активно развивается такое направление как тайм-менеджмент (в переводе с англ. управление временем).

Область исследования – теория организации. Предмет исследования – тайм-менеджмент. Цель исследования: изучение методов тайм-менеджмента. Задачи исследования: на основе анализа литературы определить правила эффективного управления временем, выявить и раскрыть основные методы тайм-менеджмента. Методы исследования: анализ, обобщение, систематизация, табличное и графическое представление данных.

Тайм-менеджмент позволяет эффективно потратить время, отведённое для реализации намеченных планов. В ходе исследования были выявлены основные правила эффективного планирования времени [1]: составление списка планов (на день, неделю, месяц), определение приоритетов, «в начале – сложные дела», удобный порядок на рабочем месте, фильтрование поступающей информации и другие.

Результатом исследования явилось определение методов управления временем, которые объединяют в себе представленные выше правила и облегчают процесс планирования.

1. Метод «Помидора» (1992 г., Фр. Чирилло): позволяет сконцентрироваться на определённой задаче, что позволяет решить её в более короткие сроки, по максимуму использовать свои силы. [2]

2. Метод «Слона нужно есть по кусочкам»: разделение сложной задачи на несколько частей, что ускорит продвижение к цели.

3. «Матрица Эйзенхауэра»: распределение задач по секторам «Важно – неважно» и «Срочно – не срочно» [3]. В ходе исследования были выработаны примеры дел каждого сектора и тактика по отношению к ним, оформленные в виде схемы:

4. Метод «Альпы» [4]: представляет собой алгоритм планирования времени, состоящий из 5 шагов: составление плана задач; оценка времени выполнения; планирование времени на решение плановых задач и форс-мажоров; расстановка приоритетов; контроль выполнения.

Таким образом, стремясь реализовать намеченные планы в срок, не перегружая себя, необходимо эффективно планировать время, опираясь на правила и методы тайм-менеджмента. В таком случае можно добиться наибольшего успеха в реализации поставленных целей.

Использованная литература

1. Тайм-менеджмент – простые способы управления временем. – [Электронный ресурс]. – URL: http://timesnet.ru/management/672/ (дата обращения: 04.02.2015).

2. The Pomodoro – техника эффективного тайм-менеджмента. – [Электронный ресурс]. – URL: http://personaleffect.ru/the-pomodoro-technique/ (дата обращения: 05.02.2015).

3. Матрица Эйзенхауэра. – [Электронный ресурс]. – URL: http://www.psychologos.ru/articles/view/matrica_eyzenhauera/ (дата обращения: 05.02.2015).

4. Метод Альпы [Электронный ресурс]. – URL: http://training-center.by/metod-alpy/ (дата обращения: 10.02.2015).

УДК 371

Софронов В.А.
Школа № 21, 9а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Букатина Е.Г.,*** *канд. экон. наук,*
доцент ПГТУ

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА В РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ

Рассматривается политика государственной поддержки военно-патриотического воспитания среди молодежи. *Актуальность темы исследования* обусловлена тем, что *патриотическое воспитание* - это систематическая и целенаправленная деятельность органов государственной власти и организаций по формированию у граждан высокого патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству, готовности к выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите интересов Родины.

Составной частью патриотического воспитания, его высшей формой является военно-патриотическое, ориентированное на формирование у молодежи высокого патриотического сознания, идеи служения Отечеству, способности к его вооруженной защите.

Военно-патриотическое воспитание - это социально значимая для государства деятельность, формирующая под воздействием неблагоприятных и противодействующих факторов. В связи с этим целесообразно обозначить военно-патриотическое воспитание как процесс формирования важнейших духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, отражающих как специфику развития нашего общества и государства, национальное самосознание, образа жизни и миропонимания Министерство образования и науки РМЭ, в частности Управление по молодежной политике, проводит целенаправленную работу по реализации государственной программы «Патриотическое воспитание граждан РФ на 2011-2015 годы», также РЦП «Патриотическое воспитание граждан в РМЭ» (табл. 1) и «Допризывная подготовка молодежи в РМЭ» на 2011 - 2015 гг. Министерство образования и науки Республики Марий Эл является не только государственным заказчиком республиканских программ, но и ее головным исполнителем, что является определяющим для успешного процесса социализации молодых граждан.

Таблица – 1 Расходы республиканского бюджета на финансирование РЦП, тыс. руб.) [2]

Наименование РЦП	Годы				
«Патриотическое воспитание граждан	2011	2012	2013	2014	2015
в Республике Марий Эл на 2011-2015 годы»	-	443	422	395	429

При общем росте за последние 3 года численности курсантов и кадетов с 2,6 до 2,8 тыс. чел. и увеличении численности военно-патриотических объединений с 54 до 87 в МО этот процесс идет неравномерно. В лидерах находятся Сернурский, Советский и Куженерский районы, наименьшие показатели по РМЭ у Медведевского и Юринского районов и г. Йошкар-Оле, которые вдвое меньше среднереспубликанского уровня (табл. 2) [3].

Таблица – 2 Развитие военно-патриотического движения в РМЭ

Количество	Годы		
	2012	2013	2014
- военно-патриотических клубов	54	72	87
- курсантов военно-патриотических клубов	1509	1694	1895
- кадетских классов	47	37	41
- курсантов кадетских классов	1116	862	916

Традиционно военно-патриотическим воспитанием занимаются с воспитанниками среднего и старшего звена общеобразовательных школ.

Так в числе первых почетным знаком "За активную работу по патриотическому воспитанию граждан РФ" награждены МОУ "СОШ № 21 г. Йошкар-Олы".) [1]. В школе ведется профессионально-ориентированная работа с учащимися по подготовке к службе в армии. 52 выпускника школы уже проходят службу на офицерских должностях в Вооруженных Силах, органах ФСБ и МВД, еще 70 являются курсантами военных учебных заведений.

На современном этапе вопросы патриотического воспитания молодежи необходимо рассматривать как один из национальных приоритетов России, как совокупность сбалансированных интересов личности, общества и государства. И именно это должно стать стратегической целью государственной молодежной политики.

Использованная литература

1. Информационный ресурс Правительства Республики Марий Эл. – Режим доступа: http://gov.mari.ru

2. О республиканской целевой программе "Патриотическое воспитание граждан в республике Марий Эл на 2011-2015 годы".- Постановление Правительства Республики Марий Эл от 23.06.2011 г. № 192. – Режим доступа: www.regionz.ru

3. Сайт Управления по молодежной политике Министерства образования и науки РМЭ. – Режим доступа: http://edu.mari.ru

УДК 351.84

Сергеева К.А.
Кувакинская СОШ, 9 класс, с. Кувакино
Научный руководитель ***Муратова М.С.,*** *ПГТУ*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ИНСТИТУТА ДЕТСКИХ ДОМОВ В ЧУВАШИИ

Одной из наболевших проблем современного российского общества является проблема растущего количества детей-сирот. В России более чем 100 тысяч детей, оставшихся без попечения родителей, содержатся в государственных учреждениях, только на территории Чувашии находится около сотни таких заведений. Актуальность темы заключается в том, что количество детей-сирот в России растет, и только 10% выпускников детских домов и школ-интернатов адаптируются в жизни. В России данная проблема до сих пор остаётся неразрешенной, потому как, много детей, по-прежнему остаётся без родителей. Ежегодно в республике сокращается количество детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей (на 01.01.2015 г. – 3378, на 01.01.2014 г. - 3536 чел.), увеличивается доля детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, воспитывающихся в семьях по различным семейным формам (в 2014 г. – 92,4%, в 2013 г. – 88,8%) [1].

В Чувашской Республике ведется целенаправленная работа по профилактике социального сиротства, по реализации государственной политики в интересах детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Большая часть из них, около 80 %, являются так называемыми «социальными сиротами» при живых родителях. Социальный сирота – это ребенок, который имеет биологических родителей, но они по каким-то причинам не занимаются воспитанием ребенка и не заботятся о нем. Основными причинами постановки на

учет в качестве ребенка, оставшегося без попечения родителей, являются лишение и (или) ограничение родительских прав (68,0%), смерть обоих или единственного родителя (17,3%), заключение в места лишения свободы (12,0%), отказ матерей от своих детей (2,7%) и так далее [1].

Перспективным решением проблем социального сиротства является приемная семья, в настоящее время в приемных семьях проживает 865 детей (22,5% детей, из общего числа детей, воспитывающихся в различных семейных формах). Труд приемного родителя засчитывается в общий трудовой стаж, выплачивается заработная плата: за воспитание 1-2 детей – 3295 рублей в месяц, 3 и более детей – 4680 рублей в месяц. За воспитание каждого ребенка, не достигшего трехлетнего возраста или имеющего ограниченные возможности здоровья, приемному родителю устанавливается надбавка к заработной плате в размере не менее 50 % минимального размера оплаты труда.

Воспитание и образование детей-сирот сегодня актуальная социально-педагогическая и социально-экономическая проблема. Дети-сироты в силу их особого социального статуса часто подвержены негативным реакциям на общественные процессы – апатии, потребительскому отношению к жизни, асоциальному поведению, наркотизации и т.д. Многое из них не умеют жить самостоятельно, строить свою семью. Разрыв между их представлениями о жизни и реальностью проявляется в отсутствии способности ориентироваться в современной ситуации, в неумении работать, изменять свое поведение и запросы в зависимости от обстоятельств и других признаках.

Таким образом, проблемы социальных сирот приводят к дисгармонизации отношений личности с социальной средой. Это проявляется низкой социализацией воспитанников детских домов, инфантилизмом, школьной дезадаптацией (зачастую девиантным поведением), отставанием в уровне физического, психического и интеллектуального развития. Проблема социального сиротства требует непосредственного решения для воспитания в обществе достойных граждан.

Использованная литература

1. Уполномоченный по правам ребёнка в Чувашской Республике. [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://www.cap.ru. Дата обращения 09.02.2015

УДК 331.8

Софронова Ю.А.
Экономико-правовая гимназия на базе юридического факультета МарГУ, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Сбоева И.А.,*** *канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

ОСОБЕННОСТИ ФОТОСЪЕМКИ В РЕКЛАМНОМ БИЗНЕСЕ

Фотография – один из самых эффективных рекламных инструментов, имеющий большое воздействие на потребителя. С помощью фотографии можно гораздо ярче и понятнее донести заключенный в рекламе смысл.

Цель работы: выявить особенности фотосъемки в рекламном бизнесе. Для реализации цели работы сформированы следующие задачи:

1) изучить сущность рекламной фотосъемки, ее цели и задачи;

2) описать виды рекламных фотографий и их особенности;

3) сформулировать требования к рекламным снимкам.

Активное использование фотографии в рекламных целях начинается с конца 20-х годов XX века. Издательства и рекламные агентства открывают у себя отделы «рекламного искусства», специализирующиеся на фотографии. Художники-фотографы того времени, принадлежащие к различным авангардным течениям, приходят в мир коммерции.

Цель рекламной фотосъемки - показать рекламируемые объекты в наиболее выгодном ракурсе. Главной задачей рекламного фотографа является поиск ярких решений, новаторских подходов, а также быстрое, качественное и максимально точное воплощение рекламного образа продукта. Рекламные фотографии можно разделить на несколько видов. Основная функция каталожной фотографии – наиболее эффективная реклама товаров на сайтах производителей, дистрибьюторов, интернет магазинов. Фотосъемка каталожной рекламы не несет в себе скрытого смысла, а лишь показывает товар.

Имиджевая фотография подразумевает формирование и поддержку корпоративного имиджа компании. При этом часто применяются приёмы фоторепортажа, отображающие процесс переговоров, действующих лиц, которые не позируют перед камерой. Публикация таких фотографий вызывает доверие потребителей. Имиджевой рекламой часто пользуются банки.

Интерьерная фотография применяется организациями, ведущими деятельность в сфере дизайна интерьеров, производства мебели и аксес-

суаров, а также предприятиями сферы услуг для донесения информации о физическом окружении.

Деловые портреты президентов компании, топ-менеджеров и других сотрудников размещают в буклетах, каталогах, презентациях, на сайте компании, используют в рекламе. В отличие от фотографий на документы в деловых портретах нередко имеет место сюжет и вариативность композиции.

Политический портрет позволяет запечатлеть в сознании аудитории индивидуальные особенности невербальной речи политика, не только его внешний, но и внутренний облик, проиллюстрировать отношения с семьей, сторонниками, наиболее выгодные факты биографии, результаты деятельности.

Существует ряд особенностей, отличающих рекламную фотографию от других направлений фотоискусства. Перед рекламным фотографом стоит четко намеченная цель, сформулированная заказчиком или рекламным агентством. Результатом процесса фотосъемки должен быть снимок, отвечающий следующим требованиям: резкость; нужный угол и ракурс; правильная цветопередача; проработанные фактура и текстура - равномерное освещение без случайных пересвеченных областей и слишком глубоких теней; художественный уровень без композиционных ошибок, с красивой ритмической организацией снимаемого пространства и т.д.

Стильная рекламная фотография - это не только профессиональная аппаратура, грамотно выставленный свет и высокое качество изображений, но еще и творческая идея фотографа. И чем, не стандартней будет креативный подход мастера, создающего рекламные фото, тем эффективнее будет отдача от рекламы в целом, поскольку необычное привлекает внимание и запоминается намного лучше, чем надоевшие, привычные образы. Профессионально созданная рекламная фотография обязательно привлечет внимание не только целевой аудитории, но и людей незаинтересованных, однако способных стать потенциальными покупателями рекламируемого товара.

Использованная литература

Научная библиотека КиберЛенинка: [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-aspekty-obucheniya-studentov-dizaynerov-na-primere-reklamnoy-fotosemki-upakovki#ixzz3Ql3Ao2b9 – 04.02.2015.

УДК 338.24

Степанова А.А.
Лицей № 28, 10а класс, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Малькова Т.М.,***
канд. экон. наук, доцент ПГТУ

БИЗНЕС-ПРОЕКТ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АКВАПАРКА «КАРИБИЯ» В г. ЙОШКАР-ОЛА

Бизнес-план является важной частью превращения в жизнь предпринимательской идеи. Бизнес-план помогает предпринимателю решить следующие основные задачи: определить конкретные направления деятельности фирмы, целевые рынки и место фирмы на этих рынках; сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения; определить лиц, ответственных за реализацию стратегии; выбрать состав и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены фирмой потребителям; оценить производственные и торговые издержки по их созданию и реализации; выявить соответствие имеющихся кадров фирмы, условий мотивации их труда предъявляемым требованиям для достижения поставленных целей; определить состав маркетинговых мероприятий фирмы по изучению рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта и др.[1]

В данной работе предлагается создать аквапарк в городе Йошкар-Ола. Большой спрос на услуги в сфере развлечений, а именно услуг водного комплекса, определяет актуальность данной работы. Ближайшим конкурентом является аквапарк в г. Казань [2]. Целью является разработка плана деятельности прибыльного предприятия, а также подтверждение его эффективности расчетами. Таким образом, передо мной встали следующие задачи: 1) поэтапное создание программы управления развлекательным комплексом; 2) анализ потребительского рынка РМЭ и соседних регионов; 3) комплексная оценка возможностей и угроз проекта; 4) произведение необходимых экономических расчетов. Для этого я использовала такие методы как: анализ рынка потребления и сбор информации о нем, расчет показателей, прогноз возможных проблем и путей их решения.

В ходе создания проекта было выяснено, что он абсолютно окупаем в краткосрочный период времени, и инвестор, позволяющий начать строительство и функционирование аквапарка, не понесет убытков. Полностью подтверждена и эффективность проекта. Отсутствие подоб-

ных организаций на сегментах рынка РМЭ определяет индивидуальность проделанной работы.

Для запуска проекта необходим стартовый капитал в размере 5,5 млн рублей. Срок окупаемости равен 0,32 года. Планируется обслужить в первый год функционирования аквапарка 108 тысяч человек. Таким образом, выручка составит 47 млн рублей, а чистая прибыль более 17 млн рублей, которая будет направлена на расширение предприятия.

Использованная литература

1. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Бизнес-планирование – дата обращение: 04.02.2015.

2. Ривьера [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.kazanriviera.ru/aquapark/about/– дата обращение: 04.02.2015.

УДК 33.316

Тележкина Е.А.
СОШ № 29, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Ларионова Н.И.,*** *д-р экон. наук, профессор ПГТУ*

ОСНОВНЫЕ ПРИЗНАКИ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Современная экономика России идет по инновационному пути развития. Ее конечным результатом является создание новой формы организации экономики - инновационной экономики. Без реального спроса промышленности на высокие технологии, перспективы развития экономики в инновационном направлении остаются под большим вопросом. Основным условием спроса на высокотехнологичные инновации со стороны промышленного сектора является наличие конкуренции. Именно она стимулирует спрос промышленности на новые технологии. В условиях сильной конкуренции, инновационная продукция, реализуемая предприятием, выступает основным оружием борьбы за потребителей и рынки, обеспечивает создание условий, как для его выживания, так и процветания. Поэтому выбранная тема актуальна.

Целью исследования является выявление основных признаков инновационной российской экономики. Для достижения намеченной цели необходимо решить задачи: выявление основных признаков инновационной экономики, уточнение комплекса научных и организационно-

технических мероприятий и определение стратегической цели развития инновационной деятельности.

Создание инновационной экономики является стратегическим направлением развития России. Государство предпринимает определенные шаги по созданию центров инновационной активности, которые в будущем могут стать генераторами роста [1]. Для того, чтобы сформировать эффективную инновационную экономику необходимо выявить ее основные признаки.

Первым признаком является доступ в получении необходимой информации о новых научных знаниях в любой отрасли экономики посредством современных информационных технологий и ресурсов в объеме, необходимом для поддержания научно-технического прогресса на должном уровне и инновационного развития.

Необходима активизация инновационной деятельности в различных сферах экономики, способных реализовать необходимые в данный момент времени инновации.

Третьим признаком может стать переподготовка кадров-профессионалов в области инновационной деятельности.

Для формирования инновационной экономики должен быть выполнен комплекс научных и организационно-технических мероприятий. К ним относится:

-определение долговременных стратегических целей и средств их достижения;

-мониторинг процессов структурных преобразований экономики в стране, нацеливающих на эффективное управление этими процессами;

-разработка национальных проектов, которые должны быть адресными, увязанными по ресурсам, исполнителям и срокам, направленных на достижение целей инновационного развития экономики страны;

-развитие и накопление человеческого капитала: подготовка высококвалифицированных и высокоинтеллектуальных специалистов в инновационной экономике; разработка новой концепции подготовки кадров; обучение системных менеджеров инновационной деятельности; сотрудничество вузов с передовыми предприятиями.

Стратегической целью развития инновационной деятельности и формирования инновационной экономики в нашей стране на ближайшие годы должно стать комплексное развитие отечественного производства на базе новых технологий и территорий до уровня их конкурентоспособности в мире.

Таким образом, к основным признакам инновационной экономики являются: доступ в получении необходимой информации о новых науч-

ных знаниях, активизация инновационной деятельности в различных сферах экономики, способных реализовать необходимые в данный момент времени инновации, переподготовка кадров-профессионалов в области инновационной деятельности.

Стратегической целью развития инновационной деятельности должно стать комплексное развитие отечественного производства на основе новых технологий.

Использованная литература

Бобылев, Г.В., Кузнецов, А.В. // Совет директоров Сибири. - 2007. - № 5. - // Электрон. ресурс [режим доступа: http://www.sibai.ru]

УДК 659.4

Тихонова Я.В., Оберемок П.С.
Дворец творчества детей и молодежи,
Центр РЛО «Импульс», г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Мишина О.Ю.,*** *педагог*
дворца творчества детей и молодежи

ПРАВИЛА УСПЕШНОЙ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ НА ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЯХ

В современном обществе ни один человек не может обойтись без публичных выступлений. Каждому, кто обращается к людям с речью, очень важно преодолеть страх, эффективно и успешно себя подать, заинтересовать людей и сделать так, чтобы его услышали. Представленное исследование посвящено выявлению возможностей успешной самопрезентации. Таким образом, область исследования – коммуникационный процесс, предметом исследования выступает самопрезентация. В рамках работы была поставлена цель: исследовать правила успешной самопрезентации на публичных выступлениях. Для реализации цели решались задачи: изучение рекомендаций специалистов по теме исследования; выявление правил, способствующих успешному публичному выступлению; их систематизация. В ходе проведения работы были использованы следующие методы: анализ первоисточников, синтез, систематизация и группировка данных, обобщение.

Профессия оратора появилась еще в древней Греции в V в. до. н.э. Тогда же появилась специальная наука об убеждении, о формах и методах речевого воздействия на людей – риторика, и профессия учителя ораторского искусства – ритора. Величайшие ораторы античности –

Аристотель и Демосфен – были картавыми, но стремление быть успешным, развивать себя помогло им не только преодолеть эти недостатки, но и привнести огромный вклад в развитие речи [1]. Лидеры человечества – умелые ораторы – с помощью правильно подобранного слова совершали революции и перевороты в истории.

В результате исследования [1; 2] были выявлены и сгруппированы в таблицу правила успешной самопрезентации на публичных выступлениях, предназначенные для правильной подачи себя перед аудиторией и достижения целей обращения. Все эти правила условно были разделены на 2 группы: правила подготовки к публичному выступлению и правила самопрезентации в ходе самого выступления.

Правила успешной самопрезентации на публичных выступлениях

1. Предварительная подготовка публичного выступления	
1) Аудитория	1. Заранее узнайте численность аудитории, её интересы. 2. Находитесь на одном культурном уровне с аудиторией.
2) Место	1. Перед выступлением важно изучить помещение, определить место, где будете стоять или сидеть. 2. Проверить исправность необходимой техники.
3) Текст	1. Выделите главную идею вашей речи. 2. Сделайте «каркас» будущего выступления. 3. Определите ключевые слова, найдите яркие примеры. 4. Напишите полный текст. 5. Заранее проверьте значение и произношение сложных слов.
4) Репетиции	Выступайте перед зеркалом или перед родными и близкими.
2. Правила самопрезентации в ходе выступления	
1) Появление на «сцене»	1. Двигайтесь уверенно, не делайте суетливых движений. 2. Войдите в зрительный контакт с аудиторией.
2) Речь	1. Говорите только по существу и не отходите далеко от темы. 2. Обратитесь к аудитории с каким-либо вопросом. 3. Старайтесь каждые 15-20 минут что-то менять в выступлении, чтобы внимание аудитории не рассеивалось. 4. Учитывайте темп, ритм речи (не спешите, говорите четко). 5. На отрицательные моменты лучше реагировать с юмором, обыграть и сделать из этого выгоду для себя.
3) Мимика и жесты	1. Займите открытую позу. 2. Двигайтесь и жестикулируйте. 3. Лицо должно выражать эмоции во время речи, улыбайтесь. 4. Не смотрите в одну точку, переводите взгляд с ближних рядов на дальние. 5. Постоянно следите за реакциями и настроением людей.

Успех выступления зависит только от оратора, от уровня его подготовки. Никогда не поздно начинать учиться полезным навыкам самопрезентации. Главное – постоянная практика в выступлениях перед общественностью.

Результаты проведенного исследования могут быть интересны всем, кто интересуется проблемами успешной самопрезентации.

Использованная литература

1. Публичное выступление. – [Электронный ресурс] – URL: http://ctraxi.ru/pyblihnie.html (дата обращения:10.02.2015).

2. Самопрезентация. – [Электронный ресурс] – URL: http://prfgo.ru/как-мы-живем/секретов-net/самопрезентация (дата обращения: 12.02.2015).

УДК 338.22

Торопова А.Б.

Школа № 3, 10а класс, п. Советский, РМЭ

Научный руководитель ***Викулова И.Г.,*** *преподаватель школы №3,*

ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС

В современном мире всё взаимосвязано. Если взять в качестве примера любое государство, то сразу становится видно, что оно похоже на огромные часы, детали которых не могут работать друг без друга и образуют единую, слаженную систему. Темп роста прогресса в современном мире требует успешной работы всех составляющих частей, ни одна из них не может быть менее или более важной, чем другие. Чтобы государству легче было справиться со своими функциями, его работа систематизирована, а именно – разделена на сферы: экономическую, политическую, духовную и социальную. В работе каждой из сфер есть свои особенности, проблемы и способы действия в условиях современного развития государства.

В своей статье я бы хотела обратить внимание на экономическую сферу, так как именно в ней государство и бизнес взаимодействуют. Предпринимательство в современных условиях почти неотделимо от экономики всего государства в целом, потому что является одним из её регуляторов. Именно поэтому развитие предпринимательства не может игнорироваться государством и является важнейшей задачей. Подобную мысль изложил в своём высказывании писатель-прозаик Андрей Рубанов: «Экономика, делающая ставку на потребителя, но равнодушная к созидателю, обречена». Иными словами, если государство не бу-

дет взаимодействовать с бизнесом, то его ждёт экономический крах. Причина данного явления заключается в том, что в последнее время увеличивается число монополий и корпораций, продукты и услуги которых занимают всё больше и больше места на рынке. Преобладание над другими более мелкими фирмами позволяет им регулировать цены на рынке и «поглощать» другие, расширяясь, завладевая всё большей и большей властью. Для успешного развития экономики такое недопустимо.

В экономике страны бизнес играет важную роль, влияя на многие факторы. Конкуренция, которая возникает на рынке, способствует улучшению качества товаров и услуг, а значит большему удовлетворению потребностей населения. Расширяется ассортимент. Значительное влияние бизнес оказывает на уровень безработицы, предоставляя рабочие места. Активизируется научно-технический прогресс. Эти факторы раскрывают роль бизнеса в экономике и ставят проблему его развития в ряд важных задач на всемирном уровне.

В экономике разных стран огромное значение уделяется развитию бизнеса. Задача государства заключается в том, чтобы создать благоприятные условия для саморазвития, взаимодействия и конкуренции. С переходом к рыночной экономике в России государство, понимая значение бизнеса, разрабатывает ряд программ, направленных на его поддержку: налоговые льготы, льготное кредитование, создание бизнес-инкубаторов для молодых предпринимателей и многое другое, что является показателем диалога «взаимопонимания» государства и бизнеса. В ряде стран еврозоны развитие малого бизнеса является обязанностью специально созданных органов (Администрация по делам малого бизнеса, США). Они оказывают как финансовую, так и информационную помощь. Также в некоторых странах создаются специальный фонды и резервы, бюджет которых идёт исключительно на развитие бизнеса (Великобритания, Нидерланды). Ещё одним шагом в поддержке бизнеса становится реализация различных программ и акций, которые так же направлены на помощь развитию предпринимательства (Германия, Нидерланды). Задача государства состоит в том, чтобы поддерживать бизнес посредством финансовой (субсидии, льготы, кредиты), материальной (различные технологии, лаборатории, оборудование), информационной (доступ к базам данных, консультации по различным вопросам) поддержки.

Развитие предпринимательства во все времена считалось одной из главных задач экономики государства. Это ведёт к повышению благосостояния как страны, так и её граждан. С каждым годом разрабатываются

всё новые и новые способы взаимодействия государства и бизнеса, что ведёт лишь к прогрессу в экономике страны, а значит и к прогрессу развития всего государства. Жизнь доказывает это с помощью афоризма: «Экономический рост в стране неизбежен, как восход солнца».

Использованная литература

Международный журнал «Проблемы теории и практики управления» / Шамхалов Ф. //О государственной поддержке предпринимательства в России – URL: [http://vasilievaa.narod.ru/ptpu/18_2_98.htm]

УДК 338.22

Фунтов Е., Пуртов А., Мосунова Н., Бусыгина П.
Лицей-интернат п. Ургаки, РМЭ
Научный руководитель ***Балканова В.Н.,*** *учитель истории и обществознания лицея-интерната*

ПРОЕКТ ПО ПРОИЗВОДСТВУ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ТРОТУАРНОЙ ПЛИТКИ

Проект предусматривает улучшение экономического развития Республики Марий Эл. Суть проекта – внедрение новой качественной продукции в республике. Производство строительных материалов, в частности тротуарной плитки и бордюров, всегда пользуется большим спросом, являлось и является конкурентоспособным направлением в строительной отрасли. Успешное производство нашей продукции и усовершенствованные технологии в этом производстве позволят выпускать более качественную и разнообразную продукцию. Мы решили запустить производство именно в Советском районе, так как он имеет выгодное экономическое положение в республике, в частности: 1) близость к центру региона; 2) расположение рядом с транспортным узлом, связывающим Юго – Запад и Северо – Восток республики, а также Республику Марий Эл с Кировской областью и с республикой Татарстан. И поэтому наше производство в этом районе будет перспективным и респектабельным. В республике активно ведётся строительство, в связи с этим наша продукция будет очень востребована, так как значительная часть качественной тротуарной плитки закупается за пределами нашей республики. В данном проекте в качестве оборудования мы будем использовать вибро-линию Мастек-Эстакада с двухвальным бетон смесителем БП-2Г-375 российского производства. Оборудование предназна-

чено для производства тротуарной плитки методом вибропрессования. Оригинальная технология, используемая при производстве, позволяет экономить дорогостоящий краситель и окрашивать не всю толщину плитки – 70 мм, а лишь верхний слой в 10 мм. При применении данного метода суммарная экономия составляет до 1,5 млн. руб. в год.

Мы провели сравнительный анализ нашей плитки и асфальтового покрытия. Несмотря на то, что асфальт стоит немного дешевле плитки, наша продукция имеет преимущества. Например, под воздействием окружающей среды асфальт теряет свои свойства, а так как плитка не является сплошным покрытием, она сохраняет свои качества.

Поскольку оборудование многофункционально, то предприятие со временем сможет выпускать, помимо плитки, некоторые другие виды строительных материалов. В качестве помещения будет использован ангар площадью 525 квадратных метров с проведенными коммуникациями. При проведении коммуникаций в ангаре, вместо проведения водопровода, будет установлена собственная скважина под воду. Это позволит сэкономить на налогах и увеличить эффективность производства. Кроме этого, будет использован погрузчик. Основное сырье для производства: песок, мелкий щебень, цемент, вода, и также используются прочие добавки (волма, красители и т. д.). Для того, чтобы продвинуть нашу продукцию на рынок, будут использоваться средства массовой информации, рекламные щиты и листовки. В целях, популяризации продукции будут введены скидки, зависимые от объёма покупок, их частоты и сезонности. В целях повышения сбыта продукции будут заключаться договоры о поставках со строительными компаниями, магазинами и т. д. в дальнейшем можно открыть собственный офис по продаже и сбыту. Бракованная продукция будет отправляться в детские сады и школы как благотворительные акции, также брак будет поставляться под фундамент строительным фирмам и частным лицам. Представлены показатели эффективности проекта.

Сумма всех затрат составляет 4 167 000. Чистая прибыль - 810 729, срок окупаемости (с учётом сезонности и дополнительных затрат) - 7-10 месяцев. Общая сумма прибыли за 2 года - 14 000 000-17 000 000 рублей. В дальнейшем планируется увеличить перспективы производства, открыв офисы по сбыту товара и охватить поставками 6 районов республики Марий Эл, т.к. в данный момент северо-восточная часть республики Марий Эл массово застраивается, и это требует большого объема строительных материалов.

Так же мы планируем наладить поставки в Кировскую область, т.к. в этом регионе налажена только лесопромышленность, а производство

строительных материалов является отсталой структурой. В связи с этим наше производство будет масштабно увеличиваться, и поэтому будет создан филиал. Наряду с этим, планируем производить помимо тротуарной плитки другие строительные изделия, а также осуществлять поставки не только на территории республики, но и за ее пределами, в частности в Татарстан.

УДК 338.2

Цветкова М.Г.
Гимназия № 4, г. Йошкар-Ола
Научный руководитель ***Цветкова Г.С.,*** *канд. экон. наук, доцент ПГТУ*

РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА БАНКРОТСТВА В РОССИИ

Институт банкротства является важнейшей составляющей современной экономики России. Банкротство – это признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объёме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей [1]. Банкротство – это способ согласования интересов всех участников экономической системы, поэтому государство с древних времен пыталось регулировать эти отношения.

Цель исследования: изучить историю нормативно-правового регулирования института банкротства в дореволюционной России.

В качестве первого документа, регулирующего отношения банкротства, ученые называют документ XI века «Русскую Правду» [2]. В древнейшем памятнике российского правоведения предусматривается персональная ответственность должника, реструктуризация задолженности в случае невиновного банкротства, закладываются основы очередности удовлетворения требований кредиторов. Интенсивное развитие правового института банкротства происходит в России с 1740 по 1917 годы. Показательно, что в российском законодательстве имело место чёткое разделение причин банкротства. Рассматривали «несчастную несостоятельность», которая могла наступить по причине вторжения врага или стихийного бедствия. «Неосторожная несостоятельность» возникала по причинам самого должника, его неумелого ведения торговли. «Подложная несостоятельность» или намеренное банкротство, целью которого было незаконное обогащение за счёт кредиторов. Каждый вид банкротства имел свои правовые последствия. Наиболее суровое наказание

должник имел при намеренном банкротстве, в этом случае он лишался всех прав, состояния и нёс уголовную ответственность. Понятия несостоятельности и банкротства были не тождественны друг другу (в отличие от современного законодательства) [3]. Следует отметить, что кроме общего законодательства, в российских землях действовали местные законы института банкротства, например в Финляндии.

Проведенное исследование позволяет нам представить основные документы, регулирующие отношения банкротства в дореволюционной России (табл.). Исследование показало, что в России того времени имелась широкая нормативно-правовая база института банкротства.

Нормативно-правовые основы банкротства в дореволюционной России

Период	Документ	Основные положения
XI век	Русская правда	Правила о персональной ответственности должника, продажа в долговое рабство виновного должника, реструктуризация задолженности в случае невиновного банкротства.
1467	Псковская судная грамота	Вопрос о разделе имущества должника между кредиторами.
1740	Банкротский Устав	Введено раздельное регулирование двух видов банкротства: 1) банкротство торговой деятельности; 2) банкротство дворян.
1800	Устав о банкротах	О купеческой несостоятельности и о вступления дворян в обязательства.
1832	Устав о торговой несостоятельности	Регулировал несостоятельность купеческого и мещанского имущества. Уточнена сумма 1500 руб. при не возможности выплаты, которой должник признавался банкротом.
1905	Устав Судопроизводства Торгового	Банкротом может быть объявлено как физическое, так и юридическое лицо.

Использованная литература

1. Федеральный закон о несостоятельности (банкротстве) от 26.10.2002 № 127-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/popular/bankrupt/

2. Карелина С.А. Механизм правового регулирования отношений несостоятельности. М.: Волтерс Клувер, 2008. - 551 с.

3. Предпринимательское право Российской Федерации: учебник / отв. ред. Е.П.Губин, - М.: Инфра-М, 2010. – 356 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Слово ректора ПГТУ 3

ПОЗНАВАЯ МИР ЭКОНОМИКИ

Александрова М.В.
Как и для чего собирают налоги 4
Афлетунова Л.Э.
Сравнение заработной платы в разных странах мира с использованием индекса Биг-Мака 5
Болдин Н.И.
Население и банки 7
Бусыгин А.
Направления реструктуризации предприятий в условиях кризиса 8
Ведерникова С.С.
История возникновения денег и эволюция денежного оборота 10
Вохминцева В.А.
Происхождение денег и основные этапы развития денежного обращения 12
Галяутдинова Р.А., Яманаева К.Е.
Осторожно: супермаркеты! 14
Камарова Л.Э., Горбунова Д.А., Шарнина Н.Н.
Федеральная резервная система США как один из факторов мировых финансовых кризисов 15
Гребнева Д.А., Рыжов Д.Е.
Исследование заработка в интернете 17
Долгоруков М.И.
Моя будущая профессия – бухгалтер 18
Егошина Д.А.
Экономическая доступность жилья на его первичном рынке 20
Еклашева А.А.
Выявление факторов, влияющих на цену подержанного автомобиля (на примере г. Набережные Челны) 22
Ефанова М.В.
Вопросы исследования социального развития экономики Саратовской области 24
Жгулева А.Н., Куликов Д.А.
Электронные платежные системы 25
Журавлев А.И.
Дифференциация доходов населения России 26

Захарова С.В., Князева А.С., Пакеева Т.В., Смоленцева К.А.
Бизнес-проект по созданию интернет-кафе «Ви-фи» 28
Иванов Ю.С., Аламбаева К.В., Каретников П.О.,
Куликов Д.А., Ларионов М.А.
Бизнес-план по организации деятельности пекарни
«Булочная у Павла» 29
Казанцев Д.В.
Информация как экономический ресурс 30
Каретников П.О.
Экономические информационные системы 31
Кирсанова Т.А., Степанова А.А.
Бизнес-проект по созданию магазина сладостей «Yоми-Yоми» 33
Ларионов М.А.
Система управления взаимоотношениями с клиентами
(CRM-система) 34
Логинова П.Г., Петрова Е.А.
Социальный проект: «Кафе с совами» 36
Майкова Е.Г.
Анализ ликвидности баланса ООО «Гардиан ДОЗ» 37
Матюков Н.Ю.
Банки и банковская система 39
Нерсисян Э.Г., Белова Ю.А.
Электронные деньги 41
Петрова Т.А.
К вопросу об экономическом росте 43
Плотников К.Д., Порфирьев А.И.
Киберпреступность. Защита информации 45
Помиркованная В.Е.
Исследование рынка труда подростков в городе Йошкар-Оле 47
Порфирьев А.И., Белкина А.В., Богомолов А.В.,
Плотников К.Д., Уколова Ю.В., Шлёнская В.М.
Бизнес-проект по продаже холодильников «Kyuhelshrank» 49
Родников С.А.
Платежная система QIWI Кошелек 50
Семенова К., Еклашева А.А.
Проблемы введения энергосберегающих технологий 51
Сергушова К.В.
Интегральная балльная оценка финансовой устойчивости
ООО «Гардиан ДОЗ» 53
Смирнов С.Ю.
Особенности спроса на информацию и информационные ресурсы 54

Смоленцев И.А.
Роль предпринимательства в социально-экономическом развитии региона в историческом контексте 56
Стеблина А.О., Ушакова П.А.
Проект организации доставки корзины продуктов для потребителей.. 58
Стяжкин В.А.
Роль сельского туризма в социально-экономическом развитии регионов 59
Томуров П.Д.
Актуальные проблемы миграции населения в России 61
Трапезникова Е.А.
Демографический фактор в социально-экономическом развитии России 63
Уколова Ю.В.
Конкуренция в экономике 65
Храмов И.А.
Становление и развитие института банкротства 67
Чернова А.К.
Роль сельского хозяйства в экономике России 69
Швалева Д.В.
Вопросы принятия решения при поступлении в вуз 70
Шлёнская В.М.
Бухгалтерские информационные системы 72
Ямбых Е.С.
Роль высших учебных заведений в развитии инновационной экономики Республики Марий Эл 73

ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС

Андрианов Д.Ю.
Эволюция транспортного обслуживания населения города пассажирскими автомобильными перевозками 75
Бояринцев Н.Е.
Проблемы миграции населения в Российской Федерации 77
Виноградова Е.В.
Сравнительная оценка ученической потребительской корзины в зависимости от экономической ситуации в стране 79
Гаврилова Е.В., Хасанов М.Р.
Лидер и формальный руководитель: сходства и отличия 81
Галимьянова А.А.
Проблемы молодежного предпринимательства в Республике Марий Эл 83

Галяутдинов М.Р.
Особенности применения инструментов денежно-кредитной политики в Российской Федерации 85
Данилова А.О., Акелдова Е.В.
SWOT-анализ как эффективный инструмент лидера 87
Данилова О.О., Носальский И.А.
Принцип Парето в деятельности лидера 89
Денисова А.М., Декина Е.А.
Эффективное делегирование ответственности и полномочий 91
Ерина А.С.
Влияние малого бизнеса на развитие России. Проблемы предпринимательства 93
Кадыров Д.Д.
Особенности рекламы в разных странах мира 95
Калаева Д.А
Возможности импортозамещения в России 97
Кардаш Д.С.
Развитие креативности как одно из требований становления современного лидера 99
Князев И.А.
Бизнес-планирование как необходимый инструмент деятельности коммерческой организации 101
Колумбаева К.А., Савинова Е.В.
Значимость рефлексии для лидера 103
Кукушкина А.А., Сысоева А.С.
Механизм государственного регулирования цен: возврат к прошлому или взгляд в будущее? 105
Куликова А.А.
Повышение качества образовательного процесса в школе: создание «зеленой зоны» 107
Кутасова А.Л.
Партнерство государства и частного сектора 108
Лебедева О.Е.
Проблемы качества продукции 110
Лобанова М.А.
Факторы, сдерживающие инвестиционную активность российских предприятий 111
Майорова А.В., Майорова Е.В.
Социальный бизнес-проект «Клуб здоровья «Аква-лайф» 113

Маслихина Е.А.
Реформирование избирательной системы России
и ее политические последствия 115
Нигматуллина Р.Р.
Нужна школа танцев детям? 116
Никитина С.В., Караваева Е.А.
Конфликтология: способы выхода из конфликтных ситуаций 118
Николаева Е.А., Ефремова Л.В.
Благотворительность как социальное взаимодействие
государства и бизнеса 120
Новосёлова Д.А.
Особенности производства видеорекламы 122
Норкин М.Э.
Iphone или ipnone: использование недобросовестных методов
конкурентной борьбы 124
Озерова Т.Ю.
Ответственность несовершеннолетних за совершение преступлений 126
Садовин П.С., Смирнова Е.А.
Тайм-менеджмент: способы управления временем 128
Софронов В.А.
Государственная поддержка в реализации политики военно-
патриотического воспитания молодежи Республики Марий Эл 130
Сергеева К.А.
Совершенствование управления развитием
института детских домов в Чувашии 132
Софронова Ю.А.
Особенности фотосъемки в рекламном бизнесе 134
Степанова А.А.
Бизнес-проект по организации деятельности аквапарка «Карибия»
в г. Йошкар-Ола 136
Тележкина Е.А.
Основные признаки инновационной экономики России 137
Тихонова Я.В., Оберемок П.С.
Правила успешной самопрезентации на публичных выступлениях ... 139
Торопова А.Б.
Государство и бизнес 141
Фунтов Е., Пуртов А., Мосунова Н., Бусыгина П.
Проект по производству различных видов тротуарной плитки 143
Цветкова М.Г.
Развитие института банкротства в России 145

Научное издание

МОЙ ПЕРВЫЙ ШАГ В НАУКУ

Материалы
III Поволжского научно-образовательного
форума школьников

Йошкар-Ола, 21 февраля 2015 г.

Часть 6

ПОЗНАВАЯ МИР ЭКОНОМИКИ. ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС

Отв. за выпуск *Т. И. Черкасова, Д. Л. Напольских*

Компьютерная верстка *С. Н. Эштыкова*

Подписано в печать 21.04.2015. Формат 60×84 $^{1}/_{16}$.
Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 8,84. Тираж 110 экз. Заказ № 5598.

Поволжский государственный технологический университет
424000 Йошкар-Ола, пл. Ленина, 3

Редакционно-издательский центр ПГТУ
424006 Йошкар-Ола, ул. Панфилова, 17
E-mail: ric@volgatech.net
Тел.: (8362)68-68-99