

Филиал Санкт-Петербургского государственного
инженерно-экономического университета в г. Вологде
Российская академия наук
Институт социально-экономического
развития территорий РАН



НОВАЯ ЭКОНОМИКА - НОВОЕ ОБЩЕСТВО

**Материалы седьмой межвузовской
научно-практической конференции
г. Вологда, 27 апреля 2012 г.**



Сборник статей

Новая экономика – новое общество. Выпуск 7

Текст предоставлен издательством

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=6571218

Новая экономика – новое общество. Выпуск 7: ИСЭРТ РАН; Вологда;

2012

ISBN 978-5-93299-208-1

Аннотация

`<p id="__GoBack">`В сборнике опубликованы материалы VII научно-практической конференции «Новая экономика – новое общество» (г. Вологда, 27 апреля 2012 г.). Сборник включает доклады преподавателей и студентов филиала СПбГИЭУ г. Вологде, ВГПУ, ВГТУ, ВГМХА им. Н. В. Верещагина, НОУ ВПО ВИБ, НОЦ ИСЭРТ РАН, ИСЭРТ РАН по социально-экономическим проблемам региона. Тексты работ представлены в авторской редакции.

Содержание

Секция 1. Модернизация экономики и общественное развитие России и региона	5
Эконометрическое моделирование и анализ эффективности рекламы	5
Список использованных источников	14
Направления инновационного развития предприятий промышленности на основе отечественного и зарубежного опыта	15
Список использованных источников	25
Особенности трудового поведения населения вологодской области 1997–2011 гг.	27
Список использованных источников	37
Направления повышения инвестиционной привлекательности Вологодской области	39
Список использованных источников	46
Анализ направленности инвестиционных проектов вологодской области	47
Список использованных источников	56
Конец ознакомительного фрагмента.	57

Новая экономика – новое общество. Выпуск 7

© Филиал СПбГИЭУ в г. Вологде, 2012

© ИСЭРТ РАН, 2012

Все права защищены. Никакая часть электронной версии этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, для частного и публичного использования без письменного разрешения владельца авторских прав.

Секция 1. Модернизация экономики и общественное развитие России и региона

Эконометрическое моделирование и анализ эффективности рекламы

Н. П. Дресвянина, студентка 4 курса

Научный руководитель – А. И. Метляхин, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВПО ВоГТУ

Проблема эффективности рекламной кампании останется актуальной в любое время, так как реклама – это отличный способ грамотного и быстрого продвижения товаров и услуг на рынке.

Целью данной работы является построение эконометрической модели, адекватно отражающей влияние различных факторов на уровень эффективности рекламы. Объект исследования – различные виды рекламы в г. Вологде.

Реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направ-

ленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (ФЗ «О рекламе»).

Рекламу классифицируют по характеру сообщения: косвенная (паблик Рилейшенз), увещательная, сравнительная, напоминающая, специфическая, информативная.

В процессе увещательной рекламы у потребителей происходит формирование избирательного спроса, то есть в условиях существующей на рынке конкуренции, внимание потребителей обращается на конкретные преимущества данного товара, услуги или компании относительно аналогичных товаров или услуг. В качестве хорошо известного примера сравнительной рекламы можно привести рекламу стиральных порошков. Данный вид рекламы предполагает сравнение рекламируемого товара с аналогичными товарами по основным характеристикам.

Напоминающая реклама приходит на помощь тем товарам или услугам, которые уже не являются новичками на рынке. Тем не менее, со временем они несколько не утратили своих полезных свойств или преимуществ, а лишь нуждаются в том, чтобы потребителям напомнили об их существовании.

Специфическую рекламу еще называют осторожной рекламой, так как обычно объектом данного вида рекламы является алкогольная продукция и сигареты.

К информативной рекламе обращаются тогда, когда на рынке появляется новая услуга, товар или же идея, и ком-

пании необходимо донести до потребителя информацию о доступности такой услуги, товара или идеи. Таким образом, информативная реклама сочетает в себе две цели – это поиск потенциальных клиентов и выведение на рынок нового товара или услуги.

Так же рекламу классифицируют по виду носителя: вывески, радио, ТВ, АТВ, Интернет, баннеры, реклама на транспорте, бумажные палатки, плакаты, стойки на прилавках, экспозиционные стеллажи, почтовая реклама.

Контроль за рекламной кампанией, анализ ее текущих результатов и оценка их эффективности – это неотъемлемая стадия всего процесса планирования рекламных мероприятий. Эффективность в данной работе использовалась как результирующий показатель, рассчитанный для различных моделей в виде эффективности одного рубля расходов на рекламу, коэффициента роста продаж, коэффициента обобщенной эффективности.

В роли количественных регрессоров были использованы: цена товара, объем рекламы, расходы на рекламу, количество участников и время рекламной кампании.

В качестве фиктивных переменных выступали: ценовая категория рекламируемого товара, компания-заказчик, рекламное агентство, тип рекламы, средство-носитель рекламы, сфера деятельности заказчика.

Предварительно перед углубленным эконометрическим анализом был проведен кластерный анализ (табл. 1), в хо-

де которого была выявлена закономерность проведения той или иной рекламной кампании в различных сферах деятельности заказчика. Проще говоря: нельзя провести такую РК, как дегустация в сфере парикмахерских услуг или на радио чисто физически не разместить вывеску заказчика или провести мастер-класс по нанесению фирменной косметики заказчика.

Таблица 1

Результаты кластерного анализа

Сфера деятельности заказчика	Вид рекламной кампании
Пищевая промышленность (колбасные изделия)	радио, ТВ, Интернет, АТВ, вывески, на транспорте, дегустация
Пищевая промышленность (молочные продукты)	радио, ТВ, Интернет, АТВ, вывески, реклама на транспорте, промоакция
Косметика	мастер-класс, Интернет, журналы, вывески, реклама на месте продаж
Парикмахерские услуги	мастер-класс, вывески, радио, визитки, журналы
Алкогольная продукция	промоакция, дегустация, ТВ, Интернет
Организация детских праздников	визитки, вывески, АТВ, почтовая реклама
Студия Танца	Визитки, баннеры, ТВ

Было оценено несколько моделей линейного и нелинейного типа с применением вышеперечисленных способов расчета результирующего показателя. Каждая предварительно полученная модель с помощью специальных эконометрических методов и алгоритмов подвергалась проверке на выполнение условий Гаусса-Маркова (в частности, на отсутствие мультиколлинеарности, автокорреляции и гетероскедастичности) и при необходимости корректировалась (табл. 2).

Таблица 2

Оценка моделей

Название регрессора	<i>b</i> -коэффициент
Объем рекламы	0,36
Время РК	0,17
Ценовая категория рекламируемого товара (субпремиум)	0,04
Тип рекламы (информативная)	0,21

Путем анализа показателей практической пригодности модели были отобраны три линейных и три нелинейных модели. После проведения сравнительного анализа шести полученных моделей, была получена модель, более адекватно отражающая влияние факторов на эффективность рекламы. Лучшей среди них была признана нелинейная модель вида (табл. 3).

Таблица 3

Показатели пригодности лучшей модели

Параметры модели	Значение параметра
Коэффициент множественной корреляции	0,9927
Коэффициент детерминации	0,973
скорректированный коэффициент детерминации	0,97,21
F(18,93)	557,01
p	0,000
стандартная ошибка оценки (уравнения);	1,58

– Multiple R – коэффициент множественной корреляции

(характеризует тесноту линейной связи между зависимой и всеми независимыми переменными, может принимать значения от 0 до 1.);

– R^2 или RI – коэффициент детерминации; численно выражает долю вариации зависимой переменной, объясненную с помощью регрессионного уравнения (чем больше R^2 , тем большую долю вариации объясняют переменные, включенные в модель);

– Adjusted R – скорректированный коэффициент множественной корреляции (этот коэффициент лишен недостатков коэффициента множественной корреляции. Включение новой переменной в регрессионное уравнение увеличивает RI не всегда, а только в том случае, когда частный F-критерий при проверке гипотезы о значимости включаемой переменной больше или равен 1. В противном случае включение новой переменной уменьшает значение RI и adjusted R^2);

– adjusted R^2 или adjusted RI – скорректированный коэффициент детерминации (скорректированный R^2 можно с большим успехом (по сравнению с R^2) применять для выбора наилучшего подмножества независимых переменных в регрессионном уравнении);

– F – F-критерий; df – число степеней свободы для F-критерия;

– p – вероятность нулевой гипотезы для F-критерия;

– Standard error of estimate – стандартная ошибка оценки

(уравнения);

– Intercept – свободный член уравнения;

– Std.Error – стандартная ошибка свободного члена уравнения;

– t – t -критерий для свободного члена уравнения;

– p – вероятность нулевой гипотезы для свободного члена уравнения;

– Beta – коэффициент уравнения.

Таблица 4

Распределение рекламных кампаний по сферам деятельности в лучшей модели

Название переменной		b	Кластерный анализ
Сфера	Вид РК		
Колбасные изделия	дегустация	1,4	радио, ТВ, Интернет, АТВ, вывески, реклама на транспорте, дегустация
Колбасные изделия	АТВ	7,37	радио, ТВ, Интернет, АТВ, вывески, реклама на транспорте, дегустация
Молочные продукты	ТВ	4,91	радио, ТВ, Интернет, АТВ, вывески, реклама на транспорте, промоакция
Косметика	журнал	21,1	мастер-класс, Интернет, журналы, вывески, реклама на месте продаж
Парикмахерские услуги	мастер-класс	4,15	мастер-класс, вывески, радио, визитки, журналы
Алкогольная продукция	промоакция	8,1	промоакция, дегустация, ТВ, Интернет
Детские праздники	визитки	12,7	визитки, вывески, АТВ, почтовая реклама
Студия Танца	ТВ	3,8	Визитки, баннеры, ТВ

Коэффициенты в нелинейной модели интерпретируются

следующим образом: коэффициент перед переменной x показывает, на сколько % изменится значение переменной y при увеличении данной переменной x на 1 %.

Преимущества данной модели по сравнению с другими:

- 1) уравнение регрессии объясняет около 97,3 % вариации зависимой переменной;
- 2) с вероятностью 97,3 % уравнение можно считать статистически значимым;
- 3) устранены мультиколлинеарность и автокорреляция, отсутствует гетероскедастичность (табл. 5).

Таблица 5

Количественные показатели в лучшей модели

Название регрессора	<i>b</i> -коэффициент
Объем рекламы	0,36
Время РК	0,17
Ценовая категория рекламируемого товара (субпремиум)	0,04
Тип рекламы(информативная)	0,21

Нельзя сказать, что данная модель является эталоном эффективности рекламы, так как на изменение объемов продаж оказывает влияние мода, поведение конкурентов, покупательские ожидания, экономическая ситуация в стране, приведшая к снижению доходов потребителей, сезонность и многие другие факторы. Невозможно учесть динамику всех вышеупомянутых показателей, однако своевременное обнаружение тенденции к отклонениям в ситуации на рынке про-

дукта, в стране или в поведении потребителей с помощью методов исследований хода рекламной кампании может помочь избежать ряда неприятных последствий, а значит, и повысить шансы на более благоприятный эффект от рекламы.

Список использованных источников

1. Денисон, Д. Учебник по рекламе. Как стать известным, не тратя денег на рекламу/ Делл Денисон, Линда Тоби. – М.: СЛК, 1996. – 117 с.
2. Эконометрика: учеб. пособие/ В. А. Бывшев. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 480 с.

Направления инновационного развития предприятий промышленности на основе отечественного и зарубежного опыта

В. Ю. Бороздин, студент 5 курса

Филиал ФГБОУ ВПО СпбГИЭУ в г. Вологде

В современном мире перед Россией стоят четкие задачи, такие как переход от модели сырьевой зависимости к экономике, основанной на знаниях; усиление конкурентных позиций на мировом рынке; модернизация и развитие промышленного комплекса. Без решения этих задач невозможно говорить об успешном развитии страны. Опыт ведущих стран мира свидетельствует о том, что на современном этапе развития экономики главным инструментом повышения конкурентоспособности промышленности выступает именно инновационная деятельность, а уровень развития инновационной сферы (науки, новых технологий) формирует основу устойчивого экономического роста, определяет перспективы развития предприятия. Поэтому одним из важнейших условий структурных изменений и дальнейшего экономического роста в значительном числе российских регионов становится их ориентация на инновационный тип развития. Для

того, чтобы определить возможные пути развития необходимо проанализировать успешный зарубежный и отечественный опыт поддержки инновационных отраслей промышленности. И тогда можно будет найти для себя собственный определенный сценарий развития и поддержки национальной промышленности, ориентируясь на совершенствование инновационных высокотехнологичных производств.

Важно также принимать во внимание, что страны формировали свою политику в разные периоды времени, обладая различными конкурентными преимуществами.

Многие развивающиеся страны также делали акцент на поддержку развития инновационных отраслей промышленности, подразумевающих организацию высокотехнологичных производств. В мире существует достаточно примеров развития, основанных на активном развитии инновационной деятельности в промышленности.

На наш взгляд, существует необходимость рассмотрения опыта, прежде всего стран с развитой экономикой (таких как Германия, США, Япония и др.), а также государств, которые показывают в последнее время высокие темпы роста (Индия, Китай и др.). [4]

Обзор зарубежного опыта развития и внедрения инноваций показал, что в первую очередь, рост инновационной активности промышленного комплекса того или иного государства не проходил без усиленной поддержки со стороны органов власти и управления. Финансирование производи-

лось в различных формах: прямым финансированием, выделением грантов и прочих дотаций (Китай, Япония), либо поддержкой в форме государственных заказов или закупок (США). [5]

Во-вторых, практика развитых и развивающихся стран свидетельствует о том, что высокотехнологичный промышленный комплекс является инновационным ядром промышленности и точкой роста всей экономики. Поэтому, в первую очередь, в регионе необходимо создание условий для развития высокотехнологичных производств. [10]

В-третьих, для предприятий, внедряющих инновационные технологии и выпускающих высокотехнологичную продукцию, государством предоставлялись различные льготы, в том числе налоговые (Индия, США). Такие меры могут привлечь на территорию новый бизнес и, соответственно, дополнительные инвестиции.

В-четвертых, мировая практика показывает необходимость наличия связей между производственными предприятиями, а также научными и образовательными учреждениями. Примерами служит опыт США, Японии, Франции и ряда других государств. Взаимодействие бизнеса и науки позволяет в кратчайшие сроки реализовать имеющиеся разработки и, соответственно, значительно повысить эффективность производства. [6]

В-пятых, повышения инновационной активности можно достичь путем создания территориальных производствен-

ных систем (производственных кластеров, технопарков, технополисов). Это позволит достичь необходимого уровня в развитии связей между всеми участниками производства, а также представителями науки и образования (университетами и НИИ). Для повышения производственной эффективности деятельности необходимо также построение цепи сотрудничества от добывающих предприятий до производства конечной высокотехнологичной продукции на территории региона.

Региональный аспект инновационного развития предполагает адекватное отражение всего многообразия социально-экономических и организационных условий для формирования стратегий эффективного развития региональных экономических систем. При этом одним из важнейших условий структурных изменений и дальнейшего экономического роста в значительном числе российских регионов становится их ориентация на инновационный тип развития, что требует соответствующего инфраструктурного обеспечения.

В рамках НИР «Устойчивость развития региональных социально-экономических систем: теория и методология управления», проводимой ИСЭРТ РАН, был рассчитан индекс научно-технического потенциала субъектов России. Согласно этому индексу, наиболее развитыми субъектами РФ с точки зрения научного потенциала и инновационной активности являются: г. Москва и Санкт-Петербург, Томская, Нижегородская Новосибирская, Магаданская, Самар-

ская, Московская области, Республики Татарстан, Мордовия. Поэтому представляется целесообразным рассмотреть опыт развития инноваций в промышленности именно в этих субъектах.

Исследования показали, что, в первую очередь, задачей современного регионального экономического развития России является *создание инновационной инфраструктуры* для формирования высокотехнологичных конкурентоспособных отраслей, позволяющих отойти от экспортно-сырьевой направленности, и перевести российскую промышленность на качественно новый этап в развитии. [9]

Во-вторых, региональное развитие промышленности должно опираться на создание территориально-производственных объединений инновационных кластеров, технопарков и др.

В-третьих, существует необходимость создания регионального венчурного фонда как основного источника финансирования инновационных проектов.

В-четвертых, одним из основных направлений развития инноваций в промышленности должно являться принятие и реализация региональных Программ по поддержке инновационных предприятий.

В-пятых, опыт указывает на необходимость внедрения финансовых форм поддержки инновационно-активных организаций.

Для определения дальнейших этапов инновационного

развития промышленного комплекса страны в таблице 1 систематизирован отечественный и зарубежный опыт.

Таблица 1

Лучший зарубежный опыт и отечественная реализация программ инновационного развития на примерах ведущих субъектов РФ с точки зрения научного потенциала и инновационной активности

Зарубежный опыт				
Китай, Япония, США	Сингапур	Индия, США	США, Япония, Франция	Тайвань, Индия
Усиленная поддержка со стороны власти (прямое и косвенное финансирование)	Создание условий для развития высокотехнологичных производств	Государственные льготы	Развитие связей между производственными предприятиями, а также научными и образовательными учреждениями	Создание территориальных производственных систем

Отечественный опыт				
Самарская область Нижегородская область Новосибирск	Санкт-Петербург	Нижегородская область Новосибирск		Татарстан
1.Создание регионального венчурного фонда 2.Региональные Программы поддержки 3. Внедрение финансовых форм поддержки	Создание инновационной инфраструктуры	1.Реализация региональных Программ по поддержке инновационных предприятий 2. Внедрение финансовых форм поддержки		Создание территориально-производственных объединений инновационных кластеров, технопарков

По данным таблицы 1 можно увидеть, что зарубежные модели инновационного развития промышленности применяются и показывают достаточно хорошие результаты в некоторых субъектах РФ. Однако в полной мере использование всех возможностей не происходит в отдельных субъектах. Мощное развитие связей между производственными предприятиями и научно-образовательными учреждениями не прослеживается вовсе. Такие тенденции могут говорить об отсутствии или о плохой проработке долгосрочных стратегий развития регионов.

Интересные результаты показывает сравнение динамики внутренних затрат на исследования и разработки по исследуемым странам (табл. 2).

Внутренние затраты на исследования и разработки в процентах к валовому внутреннему продукту

Страна	Годы					Темп роста, %
	2004	2005	2006	2007	2008	
Россия	1,15	1,07	1,07	1,12	1,04	90,4
Франция	2,15	2,10	2,10	2,04	2,02	93,9
Германия	2,49	2,49	2,53	2,53	2,64	106
Япония	3,17	3,32	3,41	3,44	3,42	107,8
США	2,54	2,57	2,61	2,66	2,77	109
Сингапур	2,19	2,27	2,24	2,45	2,68	122,4
Китай	1,23	1,34	1,42	1,44	1,54	125,2

В большинстве рассматриваемых стран за период с 2004 по 2008 годы происходит увеличение доли внутренних затрат на исследования и разработки к валовому внутреннему продукту. Наибольший темп роста демонстрирует Сингапур и Китай. В России этот показатель находится на самом низком уровне, и наблюдается снижение его уровня. Такое положение дел говорит о недостаточном финансировании инновационной сферы и ее медленном развитии.

Более подробную информацию о моделях инновационно-го развития можно получить на основе анализа распределения внутренних затрат по секторам науки (табл. 3).

Таблица 3

Распределение внутренних затрат по секторам науки в 2008 году, в %

Страна	Государственный сектор	Предпринимательский сектор	Сектор высшего образования	Сектор некоммерческих организаций	Всего
Россия	30,1	62,9	6,7	0,3	100
Франция	16,1	63,0	19,7	1,2	100
Германия	13,8	69,9	16,2	-	100
Япония	8,3	78,5	11,6	1,6	100
США	10,6	72,6	12,8	3,9	100
Сингапур	7,6	71,8	20,5	-	100
Китай	18,3	73,3	8,5	-	100

Распределение внутренних затрат по секторам науки отражает сложившуюся модель финансирования инновационной сферы. Данные показывают, что в России доля государственного сектора в затратах на исследования и разработки является самой высокой из всех изучаемых стран. Доля сектора высшего образования наоборот является самой низкой, хотя исследования и разработки в высших учебных заведениях во многих странах являются одними из ключевых.

В ходе проведенного исследования было установлено, что в разных регионах России используются разнообразные зарубежные модели стимулирования развития инноваций, которые уже зарекомендовали себя. Финансирование научных разработок является очень низким и при этом около трети составляют государственные средства, что соответственно говорит о рекордно низкой инновационной активности бизнеса.

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что для

успешного развития промышленности необходимо использовать самый лучший отечественный и зарубежный опыт. Специфика регионов должна учитываться, но также необходимо прорабатывать, принимать и реализовывать государственные стратегические программы, используя все доступные инструменты и ресурсы, в том числе и организация периодических Форсайт исследований. Это позволит в значительной степени наладит коммуникационные связи между производственными предприятиями, научными и образовательными учреждениями. Необходимо и устранение перекосов в финансировании различных секторов науки и доведение в ближайшие годы общих расходов на исследования и разработки до 2–3 % от ВВП.

Список использованных источников

1. Государственная поддержка инноваций в Финляндии (2006 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nccg.ru/site.xp/049054057052124.html>.
2. Грамматчиков. Комплексы полноценности // «Эксперт» и ассоциации «Клуб Франция». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sibai.ru/content/view/508/622/>
3. Закон Санкт-Петербурга от 08.06.2009 № 221-47 «Об основах промышленной политики Санкт-Петербурга» // Вестник Законодательного Собрания Санкт-Петербурга. № 15. 22.06.2009.
4. Иванов, С. Промышленная политика Китая: очередное достижение // Экономист. 2006 № 1
5. Комитет экономического развития, промышленной политики и торговли Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cedipt.spb.ru/industry/materials/23951/>
6. Особенности функционирования высокотехнологичных кластеров в Китае и Японии А. А. Лавров. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/329/image/329-182.pdf>
7. Промышленная политика и поддержка экспорта в США (2006 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nc cg.ru/site.xp/049054057055124.html>.

8. Райнер, Гертц Инновационная политика предполагает инновационное предпринимательство /Райнер Гертц // «Элемент». – 2010. – № 2. – 2010.

9. Стратегия и тактика развития экономики России до 2020 года на федеральном и региональном уровнях: Монография / Под общ. ред. д.э.н., проф. Цыпина И. С., к.э.н., доц. Шедько Ю. Н. – М.: ВГНА Минфина России, 2011. – 481 с.

10. «Эксперт» № 36 (720) «Как это сделали на Тайване».

Особенности трудового поведения населения вологодской области 1997–2011 гг.

А. В. Попов, м.н.с.

Научный руководитель – Г. В. Леонидова, зав. лабораторией исследования проблем развития трудового потенциала ИСЭРТ РАН, к.э.н. ФГБУН ИСЭРТ РАН

В условиях модернизации социально-экономических отношений современной России наиболее востребованными характеристиками работающего человека становятся инициативность, ответственность, дисциплинированность, честность, желание работать, добросовестность, трудолюбие, умение адаптироваться, нестандартность мышления, отношение к труду и мотивированность трудового поведения.

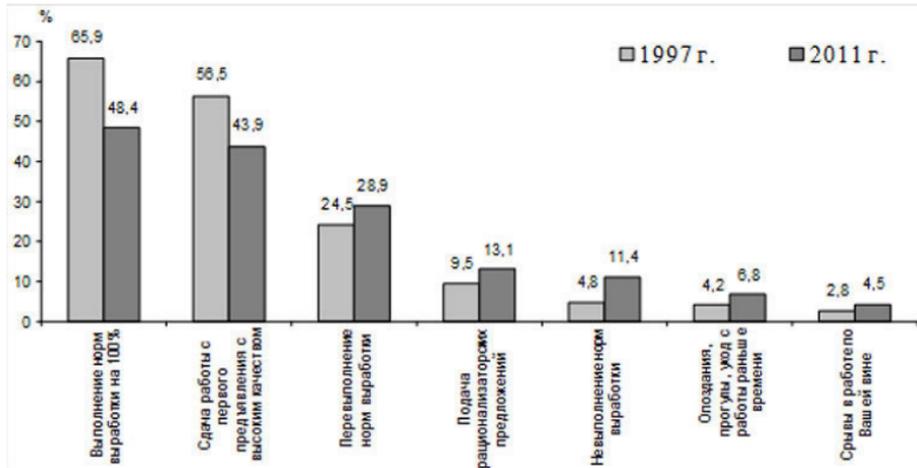
Трудовое поведение – это индивидуальные и групповые действия, показывающие направленность и интенсивность реализации трудового потенциала.

Воздействие на такие составляющие трудового поведения, как потребности, мотивы, интересы и т. д. может позволить эффективно использовать имеющийся трудовой потенциал и осуществить качественный прорыв к инновационному типу развития экономики страны. [9] В этой связи анализ

трудового поведения населения является актуальным как в научном, так и практическом аспектах¹.

За последние 20 лет в сознании людей произошли значительные изменения: возникли новые типы собственности, претерпела изменения структура производства, принципы хозяйствования, что закономерно отразилось на системе и содержании трудовых стереотипов и привело к смене правил и практик трудовых взаимоотношений, отношения людей к труду. [8] Подтверждением этому служит динамика ответов трудоспособного населения о характере своей трудовой деятельности (рис. 1).

¹ Основными измеряемыми компонентами трудового потенциала населения в исследованиях ИСЭРТ РАН являются физическое и психологическое здоровье, когнитивный потенциал, творческие способности, коммуникабельность, культурный и нравственный уровни и потребность в достижении. Объектом исследования является трудоспособное население Вологодской области в возрасте старше 16 лет. Опросы проходят ежегодно в августе – сентябре в городах Вологде и Череповце и в восьми районах области (Бабаевском, Великоустюгском, Вожегодском, Грязовецком, Кирилловском, Никольском, Тарногском и Шекснинском) с 1997 года. Метод опроса – анкетирование по месту жительства респондентов. Объём выборки составляет 1500 человек, ошибка выборки не превышает 3 %.



Источник: Здесь и далее по статье: Данные мониторинга качества трудового потенциала Вологодской области, ИСЭРТ РАН, 1997–2011 гг.

Рис 1. Динамика распределения ответов на вопрос: «Что из перечисленного характеризует Вашу трудовую деятельность?» (Вариант ответа «часто бывает»)

Из рисунка 1 видно, что в 2011 г. по сравнению с 1997 г. (год начала мониторинга) характеристики трудовой деятельности приобрели негативный оттенок. Если в 1997 г. выполнение норм выработки на 100 % было характерно для 66 % работников, то в 2011 г. – для 48 %, что на 18 процентных пунктов меньше. Увеличилась доля людей, не выполняющих норм выработки на 7 процентных пунктов. Возросла доля занятого на производстве населения, позволяющего себе: срывы в работе по своей вине (с 3 % в 1997 г. до 5 % в 2011 г.),

опоздания, прогулы, уход с работы раньше положенного времени (с 4 % в 1997 г. до 7 % в 2011 г.). Все это может косвенно свидетельствовать о существенном снижении производительности труда работников.

В тоже время нельзя не отметить и положительные процессы. Так, несколько возросла доля населения, имеющего показатели перевыполнения нормированных заданий (с 25 % в 1997 г. до 29 % в 2011 г.) и рационализаторской активности (с 10 % в 1997 г. до 13 % в 2011 г.).

Возможно это связано с тем, что практически половина трудящихся (51 % в 1997 г., 52 % в 2011 г.) работает не по той специальности, которую они получили в учреждении профессионального образования. Сокращение численности населения, работающего по специальности, наблюдается на всем трансформационном периоде страны и, судя по всему, стало преобладающим типом трудового поведения населения. Это явление носит негативный социально-экономический эффект, так как свидетельствует о неэффективной реализации качественных характеристик населения, нарастающей с каждым годом.

Результаты опроса показывают, что люди, работающие по специальности, наиболее полно реализуют свой потенциал в течение всей трудовой деятельности (рис. 2).

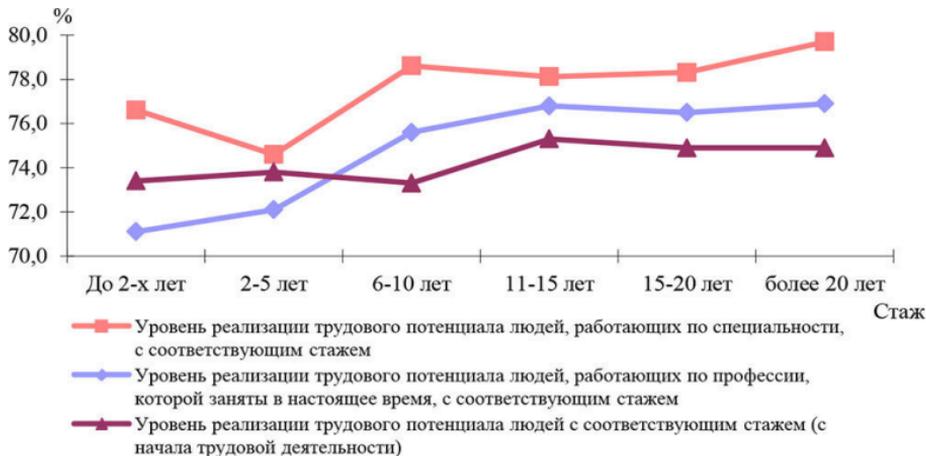


Рис. 2. Зависимость уровня реализации трудового потенциала от стажа работника

Следует отметить, что люди, работающие не по специальности, в целом имеют высокие значения уровня реализации трудового потенциала, однако это происходит только истечении некоторого временного периода (в данном исследовании – 5–6 лет). Возможно, это связано с необходимостью переобучения работника и адаптационным периодом. Такое положение также ограничивает производительность труда работников.

Как итог вышесказанному можно отметить, что трудовое поведение работников, выбравших работу по специальности, полученной в учебном заведении, или имеющих большой стаж работы по одной профессии влияет на качество трудового потенциала и уровень его реализации. Длитель-

ный трудовой стаж позволяет более полно реализовывать свои навыки, способности и знания.

Результаты исследования демонстрируют, что наиболее значимыми мотивами трудовой деятельности населения являются, прежде всего, материальные факторы (прокормить себя (семью) – 88 %; заработать денег – 83 %; рис. 3). Нематериальные потребности имеют меньшую значимость для населения, как показывают их ответы: реализовать себя как личность стремятся 65 % респондентов; достичь успеха – 63 %; получить моральное удовлетворение – 57 %; заслужить уважение, признание – 59 %, приобрести новые знания – 5 %. Наименее значимым мотивом выступает стремление «заслужить любовь» – 35 %. [3]

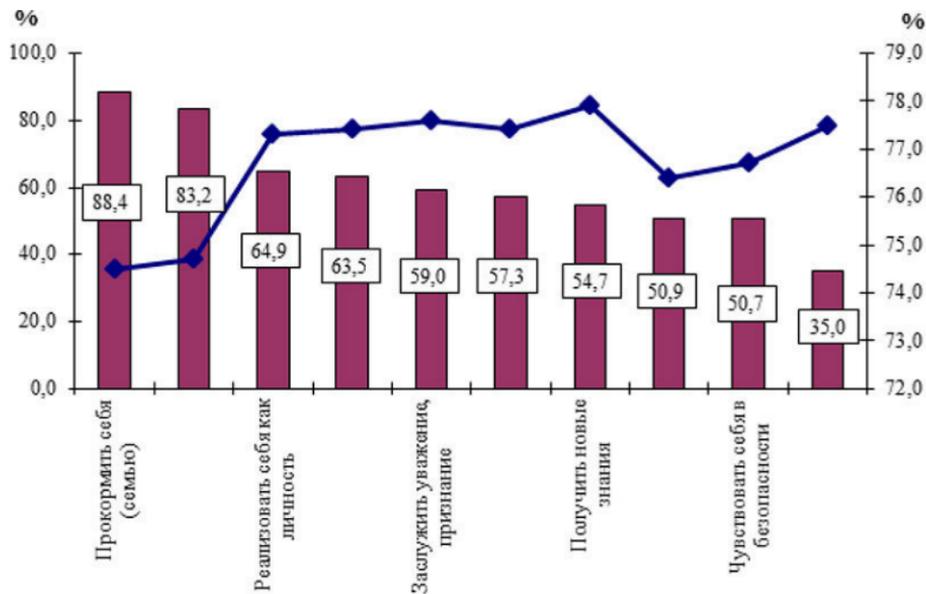


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос: «Ваша работа для Вас – это, прежде всего способ...» (вариант ответа «верно» и «совершенно верно») и уровень реализации трудового потенциала (2011 г.)

Сложившееся отношение к трудовой деятельности объясняется тем, что в настоящее время большинству работающего населения приходится больше думать о своём материальном положении, в основе которого лежит не стремление сделать карьеру, а прокормить себя и свою семью.

Важно отметить, что работники, имеющие материальную мотивацию, имеют самый низкий уровень реализации трудового потенциала (40 %). Трудовое поведение людей, направленное в первую очередь на получение новых знаний, при-

знания, достижение успеха, реализации себя, способствует большей реализации трудового потенциала, а значит и росту производительности труда.

Результаты исследования дают основание считать, что работники, нацеленные на увеличение заработной платы, в большей степени реализуют такие компоненты трудового потенциала (рис. 4), как физическое здоровье (88 %), психическое здоровье (84 %) и коммуникабельность (84 %). Наименее реализуемыми оказываются – потребность в достижении (72 %) и творческий потенциал (71 %). Это косвенно свидетельствует о невостребованности в экономике интеллектуального труда и преобладании экстенсивного типа хозяйствования.

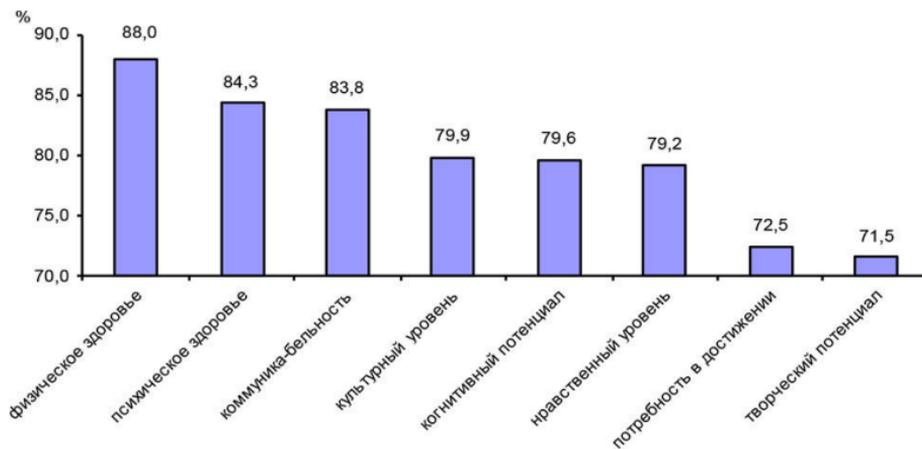


Рис. 4. Реализация компонентов трудового потенциала работников, считающих, что их заработная плата увеличится при условии большей

Тревогу вызывает то, что в современных условиях повышение благосостояния населения происходит не от роста творческой активности людей, как в западных странах, а от степени использования физического труда, что служит ещё и серьезным фактором ухудшения здоровья населения.

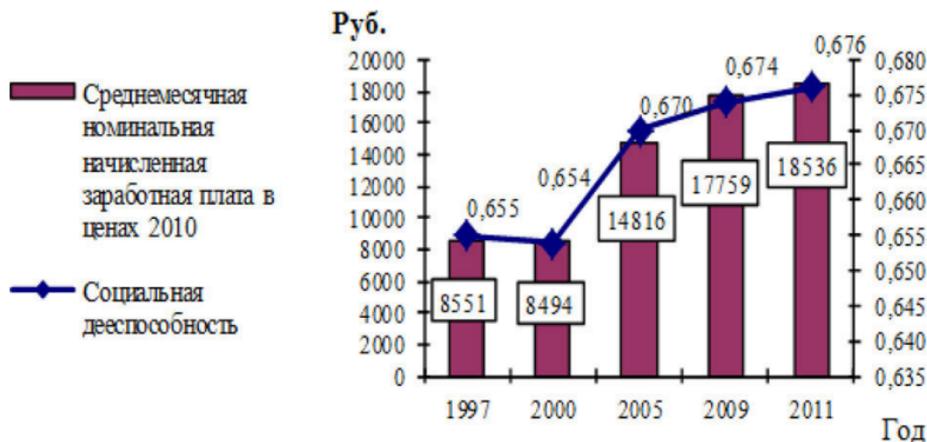


Рис. 5. Среднемесячная начисленная заработная плата в ценах 2010 г. и индекс социальной дееспособности населения (качества трудового потенциала)²

Исследование показало, что труд воспринимается как

² Индекс социальной дееспособности – интегральная характеристика качества трудового потенциала.

единственный источник существования, а главная мотивационная составляющая – размер заработной платы, который определяет динамику качества трудового потенциала и является определяющей стратегией трудового поведения населения современной России (рис. 5).

Анализ стереотипов трудового поведения позволяет выявить закономерности и противоречия, возникающие в процессе смены старых стереотипов новыми. Требование времени изменить способы поведения неоднозначно воспринимается населением. Одни люди сравнительно быстро отказываются от привычных схем сознания и поведения, другие с большим трудом, а то и вообще не принимают новых. Необходима специальная работа по формированию наиболее актуальных стереотипов трудового поведения на основе знания существующих.

Список использованных источников

1. Адамчук, В. В. Экономика и социология труда [Текст]: учеб. для эконом. спец. вузов / В. В. Адамчук, О. В. Ромахов, М. Е. Сорокина. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 407 с.
2. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации: проект [Текст] / Минэкономразвития Российской Федерации. – М., 2008. – 165 с.
3. Леонидова, Г. В. Опыт оценки качества трудового потенциала на региональном уровне [Текст] / Г. В. Леонидова, Е. А. Чекмарева // Человек и труд. – М., 2009. – № 12. – С. 30–33.
4. Реализация трудового потенциала региона: механизмы и стратегии поведения населения [Текст]: заключительный отчет о НИР / исполн. Е. А. Чекмарева, А. В. Симаков. – Вологда, 2011. – 90 с.
5. Социология труда. Теоретико-прикладной толковый словарь [Текст]: словарь / отв. ред. В. А. Ядов. – СПб.: Наука, 2006. – 426 с.
6. Трудовой потенциал региона: состояние и развитие [Текст] / В. А. Ильин, К. А. Гулин, Г. В. Леонидова, В. В. Давыдова. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2004. – 107 с.
7. Чекмарева, Е. А. Повышение уровня реализации трудового потенциала: роль заработной платы [Текст] / Е. А. Чекмарева // Экономические и социальные перемены: факты,

тенденции, прогноз. – 2011. – № 2 (14). – С. 165–172.

8. Шабунова, А. А. Трудовой потенциал региона [Текст]: заключительный отчёт о НИР / А. А. Шабунова, Г. В. Леонидова, Е. А. Чекмарева. – Вологда, 2009. – 117 с. – № государственной регистрации 02201051756.

9. Шаталова, Н. И. Трудовой потенциал работника [Текст]: учеб. пособие для вузов / Н. И. Шаталова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 399 с.

10. Экономическая социология [Текст]: учеб. пособие для вузов / под ред. В. И. Верховина. – М.: Академический проект, 2006. – 736 с.

Направления повышения инвестиционной привлекательности Вологодской области

О. С. Гришина, студентка 4 курса

Научный руководитель – Г. С. Староверова, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВПО ВоГТУ

Научный и практический интерес к понятию «Инвестиционная привлекательность региона» в России последние 20 лет остается высоким. В современных условиях повышается актуальность исследования влияния различных факторов на инвестиционную привлекательность и разработки объективных методических подходов к оценке инвестиционной привлекательности региона.

Инвестиционную привлекательность региона определяют [1] как систему условий, средств и возможностей, обеспечивающих приток капитала в регион.

На уровень инвестиционной привлекательности региона влияют различные факторы: политические, экономические, ресурсно-сырьевые, трудовые, финансовый, инновационный, социальный, инфраструктурный, производственный. [2]

История оценок инвестиционной привлекательности ре-

гиона насчитывает более 50 лет. Первые методики оценки инвестиционной привлекательности были разработаны и применялись западными экспертами с середины 60-х годов XX века. В настоящее время не существует единой методики оценки инвестиционной привлекательности региона. В экономической литературе публикуется несколько методик, в частности, метод учета различных факторов, рейтинги Institutional Investor, Euromoney, Business Environment Risk Index (BERI), методика Euromoney, метод статистическую оценку. [2]

Уровень инвестиционной привлекательности региона определяется на основе обобщающего показателя производственно-финансового и социального состояния региона. Оценка производственно-финансового и социального потенциала выполнена на основе комплексного показателя, который определяется среднеарифметической суммой положительных и негативных показателей. [1] Для приведения разнородных показателей к одинаковому показателю использовали следующие формулы:

– **для позитивных показателей**

$$Y_{ij} = \frac{P_{ij}}{P_{\max}},$$

(1)

где Y_{ij} – бальная оценка показателя;

P_{\min} – минимальное значение показателя;

P_{\max} – максимальное значение показателя.

– для негативных показателей

$1 - Y_{ij}$,

(2)

Изменение комплексного показателя производственно-финансового состояния Вологодской области представлено на рисунке 1.

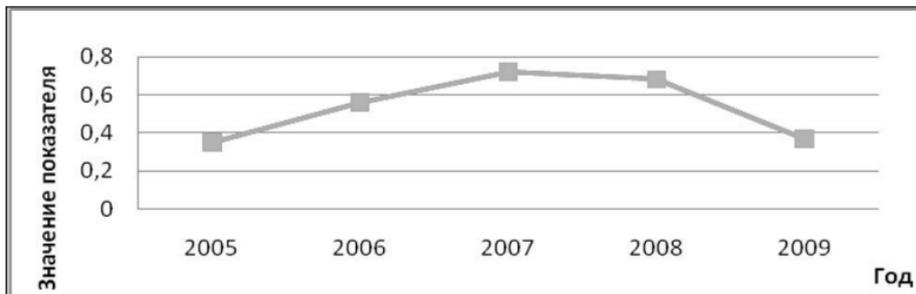


Рис. 1. **Изменение комплексного показателя производственно-финансового состояния Вологодской области [3]**

В период с 2005 по 2007 год происходит рост комплексного показателя производственно-финансового состояния Вологодской области, а в 2008–2009 гг. его снижение. Таким образом, в период с 2005 по 2007 гг. происходит улучшение производственно-финансового состояния Вологодской области, а значит, повышается инвестиционная привлекательность региона. Однако к 2009 году происходит снижение инвестиционной привлекательности Вологодской области. Прежде всего, это связано с экономическим кризисом 2008 года.

Изменение обобщающего показателя социального потенциала региона представлено на рисунке 2. В рассматриваемый период происходит рост комплексного показателя социального потенциала Вологодской области. Таким образом, анализ показателей социального потенциала Вологодской области с 2005 по 2009 года показал, что социальная

обстановка в области является стабильной.

Уровень жизни населения повышается, улучшая тем самым инвестиционную привлекательность Вологодской области.

Из анализа инвестиционной привлекательности видно, что необходимо привлекать инвестиции в Вологодскую область, а в большей степени это касается прямых инвестиций. Привлечение прямых инвестиций является крайне важным фактором развития Вологодской области на сегодняшний день.

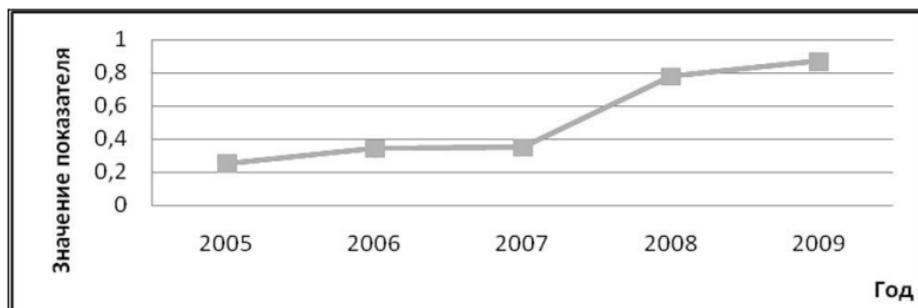


Рис. 2. Изменение обобщающего показателя социального потенциала Вологодской области [3]

Вологодская область – лесной регион. В регионе действует множество предприятий по заготовке и переработке леса, область является крупным экспортером древесины и продукции деревообработки. Существует необходимость расширения производства как в целях удовлетворения спро-

са западных стран, так и постепенно растущей потребности российских регионов. И лесные регионы России, к которым относится Вологодская область, являются крайне привлекательными не только для отечественных инвесторов, но и в большей степени для иностранных. Показатели эффективности по трем проектам представлены в таблице 1.

Таблица 1

Показатели эффективности инвестиционных проектов

Проект	Чистый дисконтированный доход (ЧДД), руб.	Индекс доходности (ИД)	Внутренняя норма доходности (ВНД), %
Деревоперерабатывающий комбинат	33761797,63	2,22	40,95
Мини завод по производству ДСП	5938302,66	1,36	38,43
Лесной питомник	15453234,17	1,74	38,6

Для повышения инвестиционной привлекательности Вологодской области можно предложить создание лесопромышленного парка. Предполагаемое месторасположение парка является Никольский район. Преимуществом такого месторасположения является наличие лесных массивов, как в самом районе, так и в соседних Бабушкинском и Кичменско-Городетском районах. Создание лесопромышленного парка предполагает строительство деревоперерабатывающего комбината, мини-завода по производству древесностружечной плиты (ДСП) и лесного питомника, расположен-

ных на 15 га.

Из таблицы 1 видно, что ЧДД > 0 по всем трем проектам. Это означает, что ценность предприятий растет. ИД > 1 по всем проектам – значит все рассмотренные проекты эффективные. ВНД $> E$ (19 %) по все проектам – значит все проекты эффективные.

Список использованных источников

1. Колтынюк, Б. А. Инвестиции: учебник / Колтынюк Б. А... – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2003. – 848 с.: ил.
2. Староверова, Г. С. Экономическая оценка инвестиций: учеб. пособие по специальности «Экономика и упр. на предприятии (по отраслям)» / Г. С. Староверова, А. Ю. Медведев, И. В. Сорокина. – 2-е изд. – Вологда: ВоГТУ, 2005. – 219 с.
3. Статистический ежегодник Вологодской области: стат. сб. / Территор. орган Федер. службы гос. стат. по Волог. обл... – Вологда, 2009. – 407 с.: табл., схемы.

Анализ направленности инвестиционных проектов вологодской области

Д. А. Калиничева, М. И. Лухтан, студентки 4 курса

Научный руководитель – С. П. Осмоловская, к.э.н., доцент

Филиал ФГБОУ ВПО СпбГИЭУ в г. Вологде

Вологодская область – один из индустриально развитых регионов России. В современных условиях удобное географическое положение области, ее природные ресурсы, высокий уровень квалификации специалистов, программно-целевой подход к управлению экономикой, благоприятные возможности для развития предпринимательства открывают обширный простор для деятельности людей энергичных и предприимчивых [3].

Сегодня на территории Вологодской области реализуется 42 инвестиционных проекта. Проведем анализ направленности инвестиционных проектов Вологодской области.

Критериями оценки действий региональных властей по созданию благоприятных условий для инвесторов, ведению бизнеса и улучшению жизненного уровня населения являются результаты рейтингов инвестиционной привлекатель-

ности, которая основывается на показателях инвестиционного риска и инвестиционного потенциала.

Таблица 1

Инвестиционный риск [5]

Год	Ранг риска	Средневзвешенный ранг риска (Россия=1)	Вид ранга							
			законодательный	политический	экономический	финансовый	социальный	криминальный	экологический	управленческий
2008	8	0,8700	24	-	28	17	9	49	72	11
2009	20	0,9290	23	-	42	26	20	47	71	5
2010	19	0,9230	23	-	46	25	32	47	66	3
2011	41	0,2870	-	-	-	34	30	32	54	46

По результатам таблицы 1 можно увидеть, что Вологодская область по итогам 2011 года занимает 41 место по инвестиционному риску. Наименьший инвестиционный риск – социальный, наибольший – экологический.

Как видно из таблицы 2, по инвестиционному потенциалу Вологодская область занимает 53 место. Наибольший инвестиционный потенциал – туристический.

Таблица 2

Инвестиционный потенциал [5]

Год	Ранг потенциала	Доля в общероссийском потенциале, %	Виды ранга									
			трудо- вой	потреби- тель- ский	производ- ственный	финансовый	институци- ональный	инновацион- ный	интеллекту- альный	инфраструк- турный	природно- ресурсный	туристиче- ский
2008	41	0,7150	52	44	23	30	35	52	-	59	55	11
2009	42	0,7570	46	49	25	25	35	46	-	65	58	16
2010	52	0,6350	48	59	33	43	38	52	-	59	58	22
2011	53	0,6590	50	52	31	-	38	47	-	64	57	22

Инвестиционные риск и потенциал влияют и на объем вкладываемых инвестиций (рис. 1). Так, за 2008–2011 годы в экономику области было вложено 255,8 млрд. руб., в том числе в 2011 – 64,6 млрд. руб. Объем инвестиций в 2011 году, в сопоставимых ценах, по отношению к 2008 году, в целом в области снизился на 13,8 %. Несмотря на резкой падение уровня инвестиций в 2009 году на 23 %, с 2010 года наблюдается положительная динамика. В 2012 году прогнозируется рост объемов на 17 %.

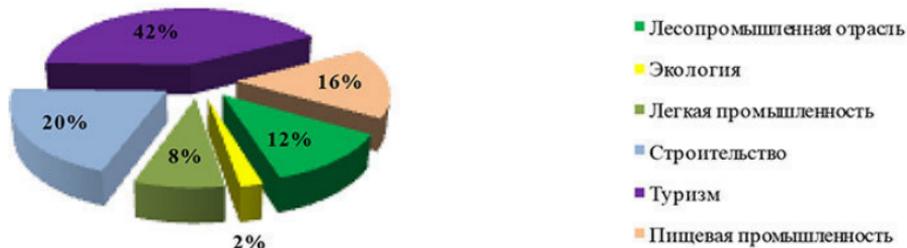


Рис. 1. Объем инвестиций за 2008–2011 гг., млрд. руб. [6]

Как мы уже говорили, целью нашей работы является анализ направленности инвестиционных проектов. Рассмотрим отраслевую структуру проектов Вологодской области (рис. 2).

1. Туризм и сфера обслуживания – 18 проектов;
2. Строительство – 9 проектов;
3. Пищевая промышленность – 7 проектов;
4. Лесопромышленная отрасль – 6 проектов;
5. Легкая промышленность – 3 проекта;
6. Экология – 1 проект.

Источник: рассчитано авторами на основе данных сайта «Инвестиции. Инновации. Бизнес» – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.spb-venchur.ru>



Источник: рассчитано авторами на основе данных сайта «Инвестиции. Инновации. Биз-нес» – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.spb-venchur.ru>

Рис. 2. Отраслевая структура инвестиционных проектов Вологодской области за 2008–2011 гг, %

Построив диаграмму, отображающую процентное соотношение инвестиционных проектов, мы пришли к выводу, что 42 % реализуемых инвестиционных проектов в сфере туризма. Вторым приоритетным направлением является реализация строительных инвестиционных проектов. Также реализуются проекты в пищевой, лесной, легкой промышленности. Проекты, направленные на повышение экологии региона занимают наименьшую долю.

Теперь рассмотрим приоритетную и проблемную отрасль развития региона.

Развитие сферы туризма является одним из перспектив-

ных направлений Стратегии социально-экономического развития Вологодской области на период до 2020 года, одобренной постановлением Правительства области от 28 июня 2010 года № 739 [3].

Органы государственной власти и управления Вологодской области придают большое значение созданию благоприятного имиджа региона на туристском рынке.

В целом значение туризма для экономики региона достаточно весомо.

Во-первых, создание туристских фирм и развитие их бизнеса приносит большую выгоду: клиентам – продукцию, услуги; работающему персоналу – зарплату; бизнесменам – прибыль; региону – деньги за счет налогов и сборов.

Во-вторых, туризм вызывает потребительский спрос на разнообразные товары и услуги, предложить которые призвана региональная промышленность. Увеличение продажи продукции местной промышленности естественным образом увеличивает доходы региона.

В-третьих, увеличение туристских потоков значительно повышает спрос на сувенирную продукцию, изделия местного кустарного промысла. Продажа таких изделий может не только приносить дополнительный доход, но и служить рекламой туристского центра. Развитие туризма благотворно сказывается на возрождении народных промыслов, традиций и фольклора.

В-четвертых, увеличиваются доходы региональных

средств связи, так как почтовое, телеграфное и телефонное обслуживание позволяет туристу поддерживать контакт с местом постоянного проживания.

В-пятых, за счет развития туристского бизнеса расширяется и модернизируется региональная инфраструктура.

В-шестых, развитие туризма способствует сохранению и своевременной реставрации исторических памятников, архитектурных сооружений. [1]

Теперь посмотрим значение туризма для региона в цифрах (табл. 3).

Таблица 3

Динамика въездного туристского потока в область, млн. человек

2008 год	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год
1, 33	1, 36	1, 48	1, 8	1, 45

Источник: Официальный сайт туристского – информационного центра Вологодской области

По данным таблицы 3 видно, что Туристский поток в Вологодскую область с каждым годом растет и в 2012 году ожидается около 2,19 млн. чел.

Таблица 4

Доход, млрд. руб.

2008 год	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год
7	6,8	7	7,2	7,5

Источник: Официальный сайт туристского – информационного центра Вологодской области

Туристская деятельность приносит реальный доход, как субъектам тур-бизнеса, так и области. Вклад туризма в экономику Вологодской области составил в 2008 году 7 млрд. руб. В результате влияния финансового кризиса в 2009 году происходит снижение доходов от туризма, которые составили порядка 6,8 млрд. рублей.

На протяжении 2010 и 2011 гг. доля туризма в структуре ВРП увеличивается и составляет 4 %. В 2012 году ожидается доход в размере 7,5 млрд. руб. [6] (табл. 4).

16 апреля 2012 Олег Кувшинников заявил, что «...туристический кластер Вологодской области должен стать одной из основных отраслей экономики области, чтобы в валовом региональном продукте он занимал не менее 10 % оборота». «Вологодская область достойна того, чтобы ее посещали миллионы туристов», – говорит глава региона. По его мнению, туризм может стать «брендом Вологодской области – таким же знаменитыми на весь мир, как масло и кружево» [4].

Как мы уже говорили наибольший инвестиционный риск в нашей области – экологический. Так как за анализируемый

период в сфере экологии реализуется всего один инвестиционный проект, и тот направленный на постройку нового полигона в г. Череповце, то необходимо обратить внимание на привлечение и дальнейшую реализацию проектов, направленных на повышение уровня экологии региона.

Чтобы снизить уровень риска необходимо вводить новые экологические стандарты на территории нашего региона, которые должны быть обязательны для исполнения, что сможет снизить опасения инвесторов.

Проанализировав направленность инвестиционных проектов, можно сделать вывод, что необходима их реализация в сфере экологии. Недостаток финансирования экологических проектов связан с высоким риском, низкой доходностью и большим сроком окупаемости.

Список использованных источников

1. Вологодский научно – координационный центр Центрального экономико-математического института РАН.
2. «Инвестиции. Инновации. Бизнес» – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.spb-venchur.ru>

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.