

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ВОЛГОГРАДСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ ЕСТЕСТВЕННЫХ НАУК
ЮЖНАЯ СЕКЦИЯ ООН РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК
ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЕ,
УСТОЙЧИВОЕ, БЕЗОПАСНОЕ
РАЗВИТИЕ РОССИИ
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ
ЭКОНОМИКИ

Межвузовский сборник трудов молодых ученых

РГК
«Политехник»
Волгоград
2005



Издание осуществлено за счет средств кафедры
"Мировая экономика и экономическая теория" ВолгГТУ

Редакционная коллегия:

О. В. Иншаков, д-р экон. наук проф. (отв. ред.);
Л. С. Шаховская, д-р экон. наук проф., член-корр. РАЕН;
Н. Н. Лебедева, д-р экон. наук проф.; *О. А. Ломовцева*, д-р экон. наук проф.;
П. А. Фомин, д-р экон. наук доцент; *И. А. Иванюк*, д-р экон. наук доцент;
Е. Г. Попкова, канд. экон. наук доцент (отв. секретарь);
Г. А. Бельх, канд. экон. наук доцент

Рецензенты:

д-р экон. наук профессор *И. В. Шевченко*,
д-р экон. наук профессор *И. В. Цвигун*,
д-р экон. наук профессор *Е. С. Аكوпова*

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Волгоградского государственного технического университета

Конкурентоспособное, устойчивое, безопасное развитие России в условиях глобализации экономики: межвуз. сб. тр. молод. ученых/Под ред. О. В. Иншакова/ ВолгГТУ.– Волгоград, 2005.– 272 с.
ISBN 5-230-04545-0

В сборник включены научные труды молодых ученых: преподавателей, аспирантов, соискателей, магистров из различных вузов Волгограда и Москвы. Статьи посвящены как макроэкономическим проблемам развития мировой экономики, так и проблемам конкурентоспособного, устойчивого развития предприятий внутри государства. Актуальным представляется присутствие в ряде статей анализа возможности внедрения в экономические процессы маркетинговых систем и интернет-технологий.

Сборник рекомендуется студентам, аспирантам, научным работникам и преподавателям в процессе изучения проблем современной экономики.

ISBN 5-230-04545-0

© Волгоградский государственный
технический университет, 2005

Раздел 1 : МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ
В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Е. Г. Попкова

**ФИЛОСОФИЯ РОСТА КАК МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА
КОНЦЕПЦИИ НОВОГО КАЧЕСТВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**

Волгоградский государственный технический университет

Методологической основой (базисом) концепции нового качества экономического роста является философия роста, являющаяся самостоятельной ветвью общей философии (точнее социальной философии) и опирающаяся на основные законы диалектики, но предметом исследования выбирающая экономический рост со всеми его противоречиями, категориями и закономерностями. Философия роста, используя классический категориальный ряд (качество, количество, скачок, мера) и инструментарий (законы), объясняет процессы, протекающие в современной экономике, выстраивает причинно-следственные связи, позволяет проанализировать внутреннюю мотивацию экономических процессов.

Философия роста является частью общей теории развития и существует в непосредственной связи с эволюционной теорией и синергетикой. В целях комплексного анализа очень важно определить точки их соприкосновения и сопряжения.

Философия роста, как самостоятельная ветвь общей теории философии, находится на стыке философской, социальной и экономической наук и изначально призвана использовать соответствующий категориальный ряд и инструментарий (рис. 1). Эволюционная теория, возникшая позже диалектики, является отраслью теоретического естествознания и подчиняется своим законам и использует свой научный метод. Но, обладая специфическими чертами, последняя черпает свои знания из материалистической диалектики. Союз философии и теоретического естествознания является необ-

7. Модернизация российского образования: ресурсный потенциал и подготовка кадров/ Под ред. Т. Л. Клячко. – М.: ГУ ВШЭ. – 2002. – 182 с.
8. *Моисеева Н., Пискунова Н., Костина Г.* Маркетинг и конкурентоспособность образовательного учреждения// Маркетинг. – 1999. – № 5.
9. *Ожegov С. И. Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка. – М.: 1994.
10. *Панкрухин А.* Образовательные услуги: точка зрения маркетолога// *Alma mater.* – 1997. – № 3.
11. *Пищулин С.* Современные методы маркетинга в области образования: динамика, перспективы// *Открытый урок. Введение в рыночную экономику.* – 1997. – № 34.
12. *Рябушкин Б.* Маркетинг как одна из функций менеджмента и как цельная рыночная концепция управления// *Школа.* – 1996. – № 5.
13. *Сагинова О.* Маркетинг образовательных услуг// *Маркетинг в России и за рубежом.* – 1999. – № 3.
14. *Ченцов А.* О бизнесе образовательных услуг// *Высшее образование в России.* – 1999. – № 2.
15. *Шевченко Д.* Маркетинговые стратегии ценообразования в вузе // *Практический маркетинг.* – 2002. – № 68.
16. *Щетинин В.* Рынок образовательных услуг в современной России // *Школа.* – 1997. – № 3.

Е. Э. Головчанская, И. А. Иванюк

МАРКЕТИНГ-АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В РОССИИ

Волгоградский государственный технический университет
Волгоградский государственный экономико-технический колледж

В современной России происходит реформирование системы образования, что приводит к разработке и апробации различных моделей образовательного процесса с целью повышения эффективности формирования интеллектуального потенциала.

В структуре глобальной системы должны быть выделены уровни иерархии, каждому из которых соответствует своя система агентов, средств техники, ресурсов, организаций, институтов, информации, отражающих их измерителей, и органов, оказывающих воздействие на подчиненную ему часть объекта и фрагменты окружающей среды [1].

Одним из вариантов развития является создание единой многоступенчатой системы высшего профессионального образования, которая предполагает включение среднего профессионального образования в образовательный процесс вуза.

Рассматривая опыт сотрудничества Волгоградского филиала Всероссийского заочного финансово-экономического института и Волгоградского экономического колледжа, д. э. н., профессор Л. С. Шаховская и к. э. н. И. И. Рещетникова отмечают, что такая модель образовательного процесса разрешит существующее противоречие между потребностью рынка труда в кадрах среднего звена и потребностью самих обучаемых в получении престижного высшего образования. "Среднее профессиональное образование, в выпускниках которого сегодня так нуждается рынок труда, станет частью (ступенью) высшего профессионального образования. Подготовка нужных рынку специалистов – квалифицированных рабочих на базе вузов – позволила бы удовлетворить как потребности общества, так и потребности рынка" [2].

Подобная модель образовательного процесса, университетский комплекс, создана в Кабардино-Балкарии. Реализуя Постановление Правительства России 1997 года "О реформировании системы профессионального образования", Кабардино-Балкария пошла по пути жесткой интеграции высшего и среднего профессионального образования, вследствие чего педагогический колледж в настоящее время стал структурным подразделением государственного университета. По мнению директора педагогического колледжа Н. Х. Байчекуевой, – это равноценное партнерство, которое "наиболее эффективно решает проблемы образования, преимущественности образования, социальной защиты преподавателей и имеет много других преимуществ" [3].

В. Е. Шукшунов, президент Академии наук высшей школы России, один из идеологов создания на базе университетов и академий университетских комплексов констатирует, что такая "интеграция не означает ассимиляцию учебных заведений среднего профессионального образования в высшее профессиональное образование... Университетские комплексы многогранны и функционально богаты, у них есть очень много возможностей позитивно влиять на среднее профессиональное образование города, региона и качество подготовки специалистов, и для этого не обязательно включать колледжи и техникумы в структуры университетов и академий". Такие включения должны быть не правилом, а исключением [3, с. 97].

Наиболее перспективными направлениями формирования университетских комплексов, обеспечивающих организацию техноло-

гий многоуровневого непрерывного профессионального образования на современном этапе, являются:

объединение образовательных учреждений разных уровней в ассоциации, в университетские образовательные округа и реализация на базе этого объединения корпоративного обучения по образовательным программам разных уровней;

создание университетского комплекса путем не присоединения колледжа или техникума, а путем организации структурных подразделений в университете или академии, и получение лицензии на реализацию образовательных программ среднего профессионального образования;

отработка технологий непрерывного образования, разработка многоуровневых учебных планов, использование методик погружения среднего профессионального образования в высшее профессиональное образование. В итоге получается обучение студентов двух уровней в общих потоках при использовании технологий параллельного контроля по основной – среднего профессионального образования и дополнительной – высшей образовательной программе и разработка учебных планов ускоренного обучения в вузе [3].

В. М. Филипов (министр образования РФ в 2003 году) определил две цели, которые могут обуславливать необходимость подобных преобразований – это повышение качества учебного процесса, качества учебно-методического обеспечения учебного процесса, качества подготовки специалиста и повышение при этом эффективности использования ресурсов – финансовых, материальных и т. д. "В условиях перепроизводства специалистов с высшим образованием надо расширять подготовку специалистов со средним профессиональным образованием за счет базы высшего" [3, с. 148].

Наряду с образованием университетских комплексов развиваются новые формы организации деятельности образовательных учреждений – многопрофильные региональные образовательные комплексы профессионального образования различного вида на базе существующих ранее образовательных учреждений различного отраслевого профиля и подчиненности.

Многопрофильность деятельности комплекса основывается на сложившейся специализации входящих в него образовательных учреждений, с рациональным разграничением секторов их выхода на региональный рынок труда и образовательных услуг. Входящие в комплекс учреждения профессионального образования (а также

и другие организации и предприятия, в своей деятельности сопряженные с деятельностью учебных заведений) приобретают значительно более устойчивые методические, финансовые и технологические отношения, что достигается через развитие различного рода систем взаимодействия как во внутренней, так и во внешней среде деятельности комплекса.

Образовательные комплексы представляют собой внутрирегиональные объединения образовательных учреждений различных типов и других организаций, созданные путем развития взаимодействия на договорной основе. Субъекты образовательных комплексов являются самостоятельными юридическими лицами. Ведущую роль в формировании и функционировании таких комплексов играют средние специальные учебные заведения, которые являются их материально-технической и организационной основой.

Создание подобного рода комплексов способствует решению таких задач, как:

высокая доступность получения среднего профессионального образования в целом, с одновременным приближением возможностей его получения населением отдаленных местностей, что способствует развитию социокультурных функций этого сектора образовательной системы;

подготовка для регионов собственных кадров из числа местной молодежи с учетом спроса на местных рынках труда;

развитие финансово-экономической базы учебных заведений за счет привлечения и более эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов из бюджетных и внебюджетных региональных источников [4, с. 84].

В практике создания подобных комплексов на базе колледжей накоплен значительный опыт. Так, на базе Дмитровского политехнического колледжа создан образовательный комплекс, цель которого – обеспечение благоприятных условий для непрерывного образования. Комплекс включает в себя политехническую школу, колледж и отделения вузов и является своего рода образовательно-профессиональным центром небольшого города, формирующим его экономический и социальный облик.

На базе Гжельского художественно-промышленного колледжа создан образовательный комплекс, особенность которого заключается в направленности на поддержание и развитие сложившихся местных промыслов. В состав комплекса входят детские сады,

школы, колледж, вузы, структуры послевузовского образования. Деятельность комплекса позволяет по-новому решать проблемы обучения, воспитания, гражданского и профессионального становления молодежи, изучения регионального рынка труда и рационального использования трудовых ресурсов.

Образовательные комплексы созданные на базе средних специальных учебных заведений выступают как средство успешной реализации региональной политики в области образования, как фактор повышения его эффективности.

Материалы исследования аналитического центра "Эксперт" и ЦЕССИ "Выпускник для работодателя" позволяют констатировать, что сегодня в экономике существует высокий спрос на молодых специалистов, готовых занять серьезные позиции в частных компаниях.

Усиливается конкуренция между компаниями, стремящимися взять на работу наиболее способную молодежь. Для того, чтобы выпускник вуза превратился в полноценного сотрудника, требуется несколько лет, поэтому выпускники вузов рассматриваются работодателями как исходный материал для подготовки полноценного специалиста. Знания, полученные в вузе, рассматриваются компаниями как необходимая база для дальнейшего обучения молодого специалиста.

Но в последнее время многие компании, особенно в промышленности, отмечают низкий уровень специальной подготовки в вузах, снижение качества технического образования, недостаток практических знаний у выпускников, а также узкий профессиональный кругозор молодых специалистов. Помимо общих и специальных знаний, работодатели сегодня ожидают от молодых специалистов определенных профессиональных навыков – умения пользоваться компьютером, знания иностранных языков, способности работать в коллективе и эффективно представлять себя и результаты своего труда. Главная претензия работодателей к вузам – оторванность знаний, получаемых молодыми специалистами, от практики. Поэтому многие компании стратегически важной задачей определяют обучение, повышение квалификации вчерашних выпускников и сотрудников в рамках своей фирмы [5].

Это могут быть адаптационные программы, обучение внутри фирмы в виде технических тренингов, а также обучение в корпоративных учебных заведениях, создаваемых самостоятельно или

в партнерстве с вузами. Привлекательным, на наш взгляд, может выглядеть обучение в учебных заведениях среднего профессионального образования, которые выпускают теоретически грамотных, способных к быстрой адаптации в меняющихся производственных и экономических условиях специалистов. Среднее профессиональное образование, ориентирующееся на перспективные специальности, является наиболее эффективным связующим звеном между процессом получения знаний и их применением на практике.

Мобильность рынка труда сейчас такова, что относительно короткие образовательные программы, которыми располагают учебные заведения среднего профессионального образования, могут обеспечить своевременное удовлетворение потребностей работодателей во многих отраслях материального производства.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Инишаков О. В.* Потенциал эволюционного подхода в экономической науке современной России// Экономическая наука современной России. – 2004. – № 4.
2. *Решетникова И. И.* Интеграция различных уровней и форм профессионального образования в современной России//Л. С. Шаховская// Среднее профессиональное образование. – 2004. – № 6.
3. Среднее специальное образование России: пути развития. Материалы III съезда Союза директоров средних специальных учебных заведений России: Стенографический отчет. – М.: Альфа-М. – 2003. – 208 с.
4. *Анисимов П. Ф.* Регионализация среднего профессионального образования (вопросы теории и практики)/ – М.: Высшая школа. – 2002. – 268 с.
5. *Федюкин И.* Годный, необученный/ И. Федюкин, А. Шмаров// Эксперт. – 2005. – № 6.

А. А. Мельник

НЕДОСТАТКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ

Волгоградский государственный технический университет

Как правило, отношения между представителями компаний и покупателями являются взаимовыгодными, но порой все оказывается по-другому. В одних случаях покупатели оказываются раздраженными, в других кто-то ведет себя нечестно, иногда случаются мошенничество и обман, возникают проблемы в вопросах вторжения в личную жизнь людей.

2016 А.И. Килинских
 2016 Б.И.
 2016 1-2016

СОДЕРЖАНИЕ

| | | | |
|--|-----|---|-----|
| <i>Раздел 1</i> | | <i>Квинтук Ю. М.</i> | |
| МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ | | Факторы управления рисками инновационных проектов..... | 142 |
| <i>Попкова Е. Г.</i> | | <i>Сидунов А. А.</i> | |
| Философия роста как методологическая основа концепции нового | | Развитие кадрового ресурса компании..... | 150 |
| качества экономического роста..... | 3 | <i>Балалаева И. В.</i> | |
| <i>Алпатов А. А.</i> | | Эффективность функциональной реструктуризации | |
| Нормативное регулирование основных экономических прав человека | 24 | ОАО "Волгоградэнерго"..... | 154 |
| <i>Шкода Р. В.</i> | | <i>Раздел 3</i> | |
| Особенности взаимодействия экономической и социальной | | ПОТЕНЦИАЛ МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ РЫНОЧНЫХ | |
| эффективности в условиях современных промышленных | | УСЛОВИЯХ | |
| предприятий России..... | 50 | <i>Шаховская Л. С., Акимова О. Е.</i> | |
| <i>Данилова О. В.</i> | | Маркетинг в системе управления рынком труда | |
| Ключевые преимущества социальной ответственности бизнеса..... | 56 | (институциональный подход)..... | 159 |
| <i>Аникандров А. А.</i> | | <i>Гущин С. Г.</i> | |
| Методы и мотивы формирования холдинговых компаний..... | 60 | Развитие системы маркетинга на предприятиях сферы | |
| <i>Иванюк И. А., Воротилова О. А.</i> | | нефтедобычи и нефтепереработки в условиях многоуровневой | |
| Мобильность интеллектуального капитала и образовательный | | рыночной структуры..... | 174 |
| процесс..... | 68 | <i>Должиков А. Ю.</i> | |
| <i>Днепроvская И. В.</i> | | Интернет как средство формирования брэндинга..... | 180 |
| Национальные интересы стран в условиях глобализации..... | 77 | <i>Шаховская Л. С., Сидорова Е. Е.</i> | |
| <i>Раздел 2</i> | | Эволюция бенчмаркинга как рыночного института | |
| СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО | | в современной экономике..... | 186 |
| И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ | | <i>Болдырев Н. Ю.</i> | |
| <i>Лалаев Д. Е.</i> | | Процедура оценки соответствия плана маркетингового развития | |
| Влияние инновационных процессов в коммерческом банке | | предприятия общей стратегии его развития..... | 194 |
| на его конкурентоспособность..... | 89 | <i>Должиков А. Ю.</i> | |
| <i>Фетисова О. В.</i> | | Реалии и перспективы развития личных марок в России..... | 204 |
| Система показателей оценки коммерческой работы | | <i>Майер С. В.</i> | |
| торгового предприятия..... | 100 | Структура маркетинговых аномалий промышленного предприятия..... | 209 |
| <i>Фомина Е. В., Шмаков М. Е.</i> | | <i>Овчарова А. А.</i> | |
| Направления оценки делового имиджа фирмы..... | 106 | Развитие регионального брэндинга на национальном рынке..... | 215 |
| <i>Алпатов А. А.</i> | | <i>Назарова А. Г.</i> | |
| Особенности экономико-юридического подхода к реализации | | Специфика рынка образовательных услуг как объекта | |
| права на справедливое вознаграждение за труд..... | 111 | маркетинговых исследований..... | 225 |
| <i>Балалаева И. В.</i> | | <i>Головчанская Е. Э., Иванюк И. А.</i> | |
| Реструктуризация как инструмент повышения | | Маркетинг-анализ моделей развития образовательного процесса | |
| конкурентоспособности предприятий электроэнергетики..... | 139 | в России..... | 242 |
| | | <i>Мельник А. А.</i> | |
| | | Недостатки использования интернет-технологий..... | 247 |
| | | <i>Черковская И. П.</i> | |
| | | Маркетинг как инструмент формирования стратегий..... | 249 |
| | | Справка об авторах..... | 267 |