мы вейвлетов Хаара иллюстрируется возможность выявления структуры данных за счет разложения информационного потока на основной и уточняющий информационный поток. На этой основе излагается общая схема вейвлет-сжатия изображений. Для овладения практическими приемами работы с вейвлетами в пособии предложен ряд упражнений. Упражнения связаны с программной реализацией вейвлетных методов сжатия.

Для читателей, интересующихся вейвлетными методами сжатия изображений, данное пособие может послужить введением в материал предмета. Для дальнейшего изучения можно обратиться к [2, 3, 4] и цитируемой в этих работах литературе.

Список литературы

1. Колмогоров А. Н., Фомин С. В. Элементы теории функций и функционального анализа. 7-е изд. М.: ФИЗМАТЛИТ, 2009. 572 с.

2. Уэлстид С. Фракталы и вейвлеты для сжатия изображений в действии. М.: Триумф, 2003. 320 с.

3. Добеши И. Десять лекций по вейвлетам. Ижевск: НИЦ «Регулярная и хаотическая динамика», 2004. 463 с.

4. Talukder K. H., Harada K. Haar Wavelet Based Approach for Image Compression and Quality Assessment of Compressed Image // IAENG International Journal of Applied Mathematics. 2007. V. 36, № 1. URL: www.iaeng.org/IJAM/issues_v36/issue_1/IJAM_36_1_9.pdf (дата обращения: 17.11.2014).

Экономические науки

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ СОЗДАНИЯ СИСТЕМЫ ИПОЛОГИЗАЦИИ ТИПОВ, ВИДОВ И ФОРМ МОНОПОЛИИ

Бращин Р.М.

ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Москва, Россия (117997 Российская Федерация, г. Москва, Стремянный пер., 36), e-mail: brashchin@yandex.ru

Рассматривая опубликованные в экономической литературе определения монополистических процессов, характеризующих естественную монополию, можно сделать вывод о том, что они, как правило, не достаточно полно раскрывают их содержание. Так, например, Энциклопедический словарь экономики и права следующим образом определяет естественную монополию (natural monopoly) – это официально признанная неизбежная монополия на производство и продажу товаров и услуг, применительно к которым монополизм обусловлен либо естественными правами монополиста, либо соображениями экономической выгоды для всего государства и населения. Исходя из этого определения, понятие естественной монополии необходимо рассматривать и увязывать прежде всего с пространственным аспектом экономического развития, с размещением производительных сил, с ресурсным потенциалом региона, с технологическими особенностями производства товаров и услуг, с содержанием понятия общественного блага, с административно-управленческой формой организации производства, с условиями для развития конкуренции, а также с интеллектуальным потенциалом монополистической структуры. К сожалению, в действующей практике государственного регулирования экономического развития страны и регионов перечисленные аспекты функционирования естественных монополий в субъектах РФ учитываются недостаточно. Анализ литературных источников, посвященных исследованию процессов и факторов монополизации общественного производства показал, что в настоящее время экономической теорией пока еще не создана адекватная действующей практике управления система типологизации понятий, видов и форм монополизма.

АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Зулькарнаева Д.Р.

НОУ ВПО «Самарский институт Высшая школа приватизации и предпринимательства» г. Самара, zuldina@mail.ru

Изменение среды, в которой работает предприятие в условиях рыночной экономики, вынуждает предприятие приспосабливаться к новым условиям, т.е. формировать свою стратегию. Рост интенсивности производства, максимальное использование финансовых, трудовых ресурсов, определяет необходимость новых методов и подходов, т.е. стратегию развития предприятия [1].

Стратегия – определенный план управления фирмой, направленный на укрепление ее позиций, удовлетворение потребителей и достижение поставленной цели. Так, необходимо разработать план развития предприятия и на практике принимать решения при выборе направления дальнейшей работы. Этот план должен охватывать все функции: снабжение, производство, финансы, маркетинг, кадры, научные исследования [2]. Хорошая стратегия позволит предприятию занять на рынке сильную позицию и успешно работать в условиях конкуренции, внутренних проблем, непредвиденных обстоятельств.

Руководители производства при решении намеченных задач и получения положительных результатов должны учитывать все условия и перспективы развития предприятия. Стратегия – инструмент для решения определенных целей. Финансовые цели обязательны, поскольку при недостатке финансовых средств предприятие останется без ресурсов, необходимых для роста и развития.