

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 об-

ратиться 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.: ФИЗМАТ-ЛИТ, 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

Брашин 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, zulchina@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.

В процессе управления предприятием ничто не может быть окончательным и все действия подвержены изменениям в зависимости от окружающей среды, возникших новых обстоятельств. Изменения обстановки требуют внесения корректировок в стратегию, поэтому сам процесс стратегического планирования является «живым организмом». На стратегию влияют как внешние, так и внутренние условия.

В процессе разработки корпоративной стратегии предприятия особая роль отведена финансовой стратегии. Основной задачей процесса реализации финансовой стратегии является создание на предприятии необходимых предпосылок для осуществления предусматриваемой финансовой поддержки его базовой корпоративной стратегии и успешного достижения конечных стратегических целей его финансового развития. Регламентация бизнес-процессов, являясь современным инструментом повышения эффективности систем управления компаниями, снижения потерь, связанных с внутренними причинами их возникновения, способствует достижению стратегических целей. Использование процессно-ориентированного подхода и инструментов управления бизнес-процессами позволяет навести порядок в компании и заложить механизм улучшения процессов [3]. В этой связи, процессно-ориентированный подход повышает эффективность реализации корпоративной стратегии.

Список литературы

1. Несмачных, О.В. Разработка и реализация финансовой стратегии предприятия на основе системы сбалансированных показателей эффективности: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук (08.00.10) / Несмачных Ольга Викторовна; ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный политехнический университет». Иваново, 2007. 19 с.
2. Гениберг, Т.В. Сущность и методические основы разработки финансовой стратегии фирмы [Текст] / Т.В. Гениберг, Н.А. Иванова, О.В. Полякова // Научные записки НГУ-ЭУ. 2009. №9. С. 68-88.
3. Подкопаев О.А. Теоретические и практические аспекты исследования систем управления финансовыми рисками // Вестник СамГУПС. 2012. № 1. С. 84.

ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКЕ РЕКЛАМНОЙ УСЛУГИ В ЭЛЕКТРОННОМ БИЗНЕСЕ

Медведев А.В.

Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Кемеровский филиал, e-mail: alexm_62@mail.ru

Задачи планирования и методы оценки эффективности электронного бизнеса (е-бизнеса) могут быть сведены к анализу инновационно-инвестиционных (ИИП) проектов. Как показано в работе [1], такие ИИП характеризуются увеличением доли нематериальных активов среди основных и оборотных производственных фондов,

существенной неопределенностью спроса на продукцию (услугу), использованием упрощенных форм налогообложения. При оценке экономической эффективности рекламной услуги в е-бизнесе, важными вопросами являются выделение составляющих основных и оборотных производственных фондов, а также определение соотношения указанных видов затрат. Существенным также является вопрос самоподобия (фрактальности) производимой рекламной услуги и ее масштабируемости при реализации в глобальных информационных сетях. В частности, как видится, фрактальная размерность может являться более корректным показателем, существенно определяющим коэффициент масштаба при оценке экономической эффективности рекламной деятельности в е-бизнесе. Следует отметить, что автоматизированные программные продукты имитационной ФАП-платформы [2] не предназначены для определения экономического потенциала рекламной деятельности в информационных сетях, что требует использования ориентированных на конечного пользователя оптимизационных пакетов финансового анализа [3], одним из представителей которых является пакет, подробно описанный в работе [4].

Список литературы

1. Горбунов М.А. Вопросы математического моделирования и автоматизированной оценки эффективности инновационно-инвестиционных проектов / М.А. Горбунов, А.В. Медведев // Фундаментальные исследования. 2014. №9(9). С. 2044-2047.
2. Медведев А.В. К вопросу финансово-аналитического планирования в электронном бизнесе / А.В. Медведев // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 9(3). С. 174.
3. Медведев А.В. Концепция оптимизационно-имитационного бизнес-планирования / А.В. Медведев // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 1. Ч. 2. С. 198-201.
4. Медведев А.В. Система поддержки принятия решений при управлении региональным экономическим развитием на основе решения линейной задачи математического программирования / А.В. Медведев, П.Н. Победаш, А.В. Смольянинов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2013. № 12. С. 110-115.

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПЕНСИОННОЙ РЕФОРМЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Ревина Д.А.

НОУ ВПО «Самарский институт Высшая школа приватизации и предпринимательства», г. Самара, pussycat1051991@ya.ru

Решить проблему нехватки денег для выплаты пенсий можно путем увеличения доходов пенсионной системы. Поэтому было принято решение по разработке системы, в которой был бы стимул к уплате отчислений в Пенсионный фонд РФ. Первой задачей реформы является снижение сложности пенсионной системы путем использования простой формулы пенсионных выплат и прозрачных условий для получения права на пенсию. Второй задачей является стимулирование физических лиц к уплате взносов и к более