

услуги, снижается эффективность контроля за использованием ресурсов. 5) Асимметрия информационного обеспечения процессов управления. Сложность и разнообразие внутрисистемных процессов, а также постоянный рост стоимости социальных услуг требуют автоматизации управленческого учета, позволяющего объединить и оценивать экономическую и отраслевую (например, врачебную) деятельности. 6) Коммерциализация и клиентоориентированность, требующие одновременного соподчинения с соблюдением конституционных прав граждан на жизнь, охрану здоровья, медицинскую помощь, достойное существование, свободное развитие. 7) Сложность определения качества работы, различия восприятия достигнутого результата (качества и количества услуг) с точки зрения органов управления, работника и потребителя.

Обобщая вышеизложенное можно сделать вывод о том, что институциональная среда организаций социальной сферы оказывает значительное и разностороннее влияние на их способность корректно установить цель деятельности и формально ее описать через систему индикаторов. Для преодоления данной негативной тенденции целесообразно использовать методики управления отличные от принятых в неоклассической экономической школе, например, индикативное управление.

Литература

1. Ариели Д. Предсказуемая иррациональность. – М.: Манн, Иванов и Фербер. – 2010. – с. 296.
2. Грозова О.С., Цветкова Г.С. Институциональный риск: междисциплинарный подход к исследованию // Вестник Международного института экономики и права. – 2013. – № 1. – С. 7-12.
3. Грозова О.С., Цветкова Г.С. Природа и факторы институционального риска // Вестник ЮУрГУ. – 2012. – № 22. – С. 54-59.
4. Доклад Председателя Счетной палаты Российской Федерации, Председателя Совета КСО при Счетной палате [электронный ресурс] / Голикова Т. А. – Режим доступа к изд.: http://audit.gov.ru/press_center/news/25117.
5. Московкин Д.Е. Институциональная неопределенность как фактор трансформации политической системы // Политика и международные отношения. – 2007. – № 50 (вып. 21). – С. 86-91.

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫХ ФАКТОРОВ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АРХИТЕКТУРЫ РОССИИ

Д.И. Усманов,
*кандидат экономических наук,
старший преподаватель
кафедры менеджмента и маркетинг, НИУ «БелГУ»*

На сегодняшний день глобализационные процессы затрагивают регионы и страны мира, целые отрасли и отдельные предприятия. Глобализация мирового хозяйства заключается в усилении трансграничной активности, появлении наднациональных организаций и международных интеграционных группировок, ускоренном распространении знаний и опыта, информатизации общества. Задачей данного раздела диссертационного исследования мы определили формирование системы факторов глобализации, которые оказывают значительное влияние на социально-экономическое неравенство регионов России.

Термин «глобализация» настолько прочно вошел в жизнь, что в отечественных и зарубежных работах по данной проблематике авторы не предлагают какого-либо определения. В. Л. Иноземцев выделяет четыре блока литературы, где в названии используется

данный термин: 1) исторические аспекты понятия «глобализация»; 2) влияние глобализации на те или иные экономические и социальные процессы, страны и регионы мира; 3) история процесса глобализации; 4) «манифесты» ее сторонников и противников [3].

Глобализация означает не только интернационализацию связей, но и создание общемировой целостности, где каждый элемент целого превращается в орган этого глобального организма [4]. Термин «глобализация» используется для обозначения нарастающей взаимозависимости мира – экономической, социально-культурной и политической [3]. Глобализация – это распространение интернационализации на сферу производства [2].

Н. Б. Пастухова выделяет три направления глобализации: 1) постоянно идущий исторический процесс; 2) гомогенизация и универсализация мира; 3) разрушение национальных границ. Анализ определения глобализации позволяет нам, в некоторой степени, синонимизировать его с интеграционными процессами. Только, если некоторые ученые считают, что глобализация – это результат интеграции и сближения регионов и мира в целом [1], то мы предполагаем, что интеграционные процессы являются важным инструментом глобализации.

Как мы видим, глобализационные процессы за последние 30 лет усиливаются по всем направлениям. Так, доля международной торговли в мировом ВВП за каждые 5 лет увеличивается в среднем на 5 процентных пунктов, подчеркивая, что обороты торговли увеличиваются быстрее объемов производства. При этом более активно в торговые процессы вовлечены развивающиеся страны мира. Аналогичный вывод мы можем сделать и по результатам анализа финансовых индикаторов глобализации: развивающиеся страны имеют значительную долю прямых иностранных инвестиций в ВВП, которая растет быстрыми темпами.

Динамика финансовых индикаторов также демонстрирует влияние глобализации на развитие мировой экономики. Наиболее быстрыми темпами растут внешние активы банков, соответственно, зарубежные займы и депозиты. Одним из показателей глобализации является развитие коммуникаций и рост числа потребителей интернета. Так, в развитых странах в 2010 году к их числу относятся три жителя из четырех, а в развивающихся – каждый пятый.

Об интенсивном развитии процесса глобализации свидетельствует динамика демографических, политических, социальных и культурных индикаторов.

Мы считаем, что основными глобализационными факторами, которые оказывают значительное влияние на российскую экономику и могут усиливать социально-экономическое неравенство регионов, являются следующие:

- 1) международные интеграционные процессы;
- 2) либерализация торговли товарами и услугами;
- 3) упрощение международной миграции трудовых ресурсов;
- 4) инвестиционная деятельность (особенно транснациональных корпораций);
- 5) диффузии технологий производства и современных методов управления.

Рассмотрим некоторые показатели глобализационного процесса мировой экономики за 1980-2010 годы (табл. 1.).

Таблица 1

Динамика агрегированных показателей глобализации за 1980-2010 годы

Показатели	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010
Экономические индикаторы:							
– доля совокупного экспорта и импорта товаров и услуг в ВВП, %: в том числе	38,4	37,8	38,0	41,8	48,8	53,7	56,0
– развитые страны, %	39,5	39,1	38,0	40,9	48,1	52,0	55,9
– развивающиеся страны, %	32,8	31,2	38,1	46,4	52,5	62,0	56,7

– доля прямых иностранных инвестиций в ВВП, %: в том числе	6,5	8,3	9,4	11,3	23,1	25,2	29,7
– развитые страны, %	4,9	6,5	8,9	10,8	22,7	25,3	30,7
– развивающиеся страны, %	11,8	14,7	13,6	16,4	40,1	50,2	60,3
– доля развивающихся стран							
– в мировом ВВП по ППС, %	31,7	32,7	32,7	33,0	34,2	38,5	45,2
– в мировом объеме прямых иностранных инвестиций, %	13,1	9,6	7,0	9,2	11,0	11,5	17,8
– в глобальных резервах мировой валюты, %	32,9	37,1	51,9	66,6
Финансовые индикаторы:							
– ежедневный валютный биржевой оборот, % от мирового ВВП ^a	0,7	1,3	3,8	5,6	6,8	4,6	6,3
– зарубежные внешние активы банков, % от мирового ВВП ^b	13,7	19,9	28,1	28,5	34,2	54,0	47,9
– зарубежные банковские займы и депозиты, % от мирового ВВП ^b	13,9	19,9	34,3	33,1	37,6	39,1	34,9
Коммуникационные индикаторы:							
– доля потребителей интернета от общей численности населения, %: в том числе	0,1	0,8	6,7	16,0	30,2
– развитые страны, %	0,3	3,7	30,5	59,4	73,4
– развивающиеся страны, %	0,0	0,0	1,5	7,3	21,5
Демографические индикаторы:							
– доля международных мигрантов в общей численности населения, %	2,2	2,3	3,0	2,9	2,9	3,0	3,1
– доля беженцев в общей численности населения, %	0,3	0,2	0,1	0,2
– банковские переводы иностранных работников, % от мирового ВВП	0,41	0,39	0,42	0,36	0,43	0,63	0,75
Политические индикаторы:							
– число стран-членов Организации Объединенных Наций, ед.	154	159	159	185	189	191	192
– число международных организаций, ед.							
– межправительственные, ед.	337	378	300	...	243	244	253
– неправительственные, ед.	4265	4676	4621	...	6357	7414	8198
Социальные и культурные индикаторы:							
– доля международных туристов в общей численности населения, %	3,5	6,7	8,6	9,5	11,4	13,0	13,7
– число книг по теме глобализации, ед.	577	1107	2152	4853	10525	22405	38440

Пояснения: ... - данные отсутствуют; ^a – данные за 1979 г., 1984 г., 1989 г., 1995 г., 1998 г., 2004 г.; ^b – данные за 1981 г., 1986 г., 1991 г., 1995 г., 2000 г., 2006 г. [5]

Мы можем констатировать, что влияние глобализации на российскую экономику происходит, в первую очередь, через процессы экономической интеграции. Развитие современных экономических отношений характеризуется усилением интеграционных процессов, снижением торговых барьеров, активным включением стран и регионов в систему международного разделения труда. Достигнув определенного этапа своего развития, интеграционные объединения влияют на структуру и динамику мировой торговли, инвестиционных и миграционных потоков. Практика развития интеграционного регионального взаимодействия показала, что участие стран в экономической группировке способствует расширению ее возможностей, позволяет успешнее функционировать в глобальной системе.

Литература

1. Гринин, Л. Е. Глобализация и национальный суверенитет [Текст] / Л. Е. Гринин // История и современность. – 2005. – № 1. – С. 6-31.
2. Зуев, А. Г. Глобализация: аспекты, о которых мало говорят [Текст] / А. Г. Зуев, Л. А. Мясникова // Мировая экономика и международные отношения. – 2004. – № 8. – С. 54-60.
3. Иноземцев, В. Л. Современная глобализация и ее восприятие в мире [Текст] / В. Л. Иноземцев // Век глобализации. – 2008. – № 1. – С. 31-44.
4. Пастухова, Н. Б. Государственный суверенитет в эпоху глобализации [Текст] / Н. Б. Пастухова // Журнал российского права. – 2006. – № 5 (113). – С. 130-141.
5. Analyzing Global Trends for Business and Society: Lectures by Mauro Guillén. Lauder Institute at the University of Pennsylvania. 2014.

УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ БРЕНД-МАРКЕТИНГА: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ, ТАКТИЧЕСКИЙ И ОПЕРАЦИОННЫЙ УРОВНИ

Д.И. Усманов,
*кандидат экономических наук,
старший преподаватель
кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»*

Понятие «эффективность» в маркетинге – соотношение достигнутого результата с понесенными затратами. Следовательно эффект рационализации является решающим критерием оценки содержания обозначенной понятийной категории. В системе управления эффективностью маркетинга особую роль играет управление эффективностью брендинга (branding performance management, BPM). Комплексное управление эффективностью брендинга реализуется на трех уровнях:

- ✓ Стратегический маркетинг брендов (управление эффективностью бренд-менеджмента и бренд-маркетинга);
- ✓ Тактический маркетинг брендов (оценка эффективности брендинга);
- ✓ Операционный маркетинг брендов (мониторинг бренда).

Стратегический уровень предназначен для достижения стратегических целей компании. На тактическом уровне организовывается решение разнообразных задач, необходимых для достижения стратегических целей. Операционный уровень определяет планирование, организацию и контроль многочисленных мероприятий бренд-маркетинга, являющихся средством для решения тактических задач [1, 2].

На операционном уровне необходимо измерять множество параметров (metrics) в рыночной среде для организации и оценки эффективности мероприятий бренд-маркетинга. Эффективность на тактическом уровне оценивается по ключевым индикато-