кристаллы нитрида алюминия. Такие процессы особенно заметны при горении относительно больших по массе образцов НП алюминия. При этом экспериментально наблюдали до 5 циклов колебания параметров горения. Результатом таких колебаний параметров является формирование многоуровневых (до трех уровней) наноразмерных нитевидных кристаллов нитрида алюминия.

Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ 15-03-05385.

Список литературы

1. Мостовщиков А.В. Синтез нитрида алюминия при горении нанопорошка алюминия в режиме теплового взрыва в воздухе при действии магнитного и электрического полей. – Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. техн. наук. – Томск: ТПУ, 2014 г.

2. Назаренко О.Б., Ильин А.П., Тихонов Д.В. Электрический взрыв проводников. Получение нанопорошков металлов и тугоплавких неметаллических соединений. – Saarbrucken: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH&Co/KG, 2012. – 274 с.

3. Ильин А.П., Тимченко Н.А., Мостовщиков А.В. и др. Изучение зарождения, роста и формирования AlN при горении в воздухе нанопорошка алюминия с использованием синхротронного излучения // Известия высших учебных заведений. Физика. – 2011. – Т. 54. – № 11/3. – С. 307–311.

Экономические науки

РОЛЬ ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ В СОВРЕМЕННОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ

Кульчиева М.Б., Лазаров Б.А.

ФГБОУ ВПО «Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова», Владикавказ, e-mail: madina742@mail.ru

Развитым странам присуща экономика со сложной и многообразной структурой институтов, которые осуществляют мобилизацию инвестиционных ресурсов, чтобы впоследствии вложить их в предпринимательскую деятельность. Данные институты, выступая в качестве финансовых посредников, аккумулируют дискретные сбережения фирм и домашних хозяйств в существенное множество инвестиционного капитала, который размещается среди потребителей инвестиций.

Все финансовые институты можно подразделить под следующие типы:

– коммерческие банки (специализированные и универсальные);

– небанковские кредитно-финансовые институты (страховые и финансовые компании, ломбарды, пенсионные фонды, товарищества и кредитные союзы);

– инвестиционные институты (инвестиционные фонды и компании, фондовые биржи, инвестиционные консультанты, финансовые брокеры и пр.).

Все группы институциональных инвесторов можно охарактеризовать следующим общим для всех признаком – аккумулирование этими группами временно свободных денежных средств (населения, государства, фирм) с последующим инвестированием их в экономику. В то же время каждая из обозначенных групп наделена специфической особенностью как в реализации свойственных ей функций, так и в методе привлечения инвестиционных источников и их последующем размещении.

В мировом финансовом рынке предполагается присутствие финансовой системы – комплекса различных областей финансовых отношений, при реализации которых формируются и используются соответствующие денежные ресурсы.

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ТОРГОВОЙ КОМПАНИИ

Майорова Е.А.

ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Москва, e-mail: e_mayorova@mail.ru

Среди подходов к концепции корпоративной социальной ответственности наибольшее распространение получила теория разумного эгоизма, предполагающая, что, несмотря на возникновение дополнительных расходов, социально ответственное поведение способствует устойчивому развитию бизнеса и стабилизирует прибыль в долгосрочном периоде. Основной выгодой, приобретаемой бизнесом в результате эффективной реализации принципов корпоративной социальной ответственности, признается формирование положительной деловой репутации [1], которая применительно к торговой компании во многом характеризуется мнением о ней покупателей.

Результаты опроса жителей Московского региона, приобретающих товары в сетевых продовольственных магазинах один раз в неделю и чаще, подтверждают, что как положительные, так и отрицательные с точки зрения общества действия торговой компании оказывают влияние на ее репутацию, о чем заявили более 90% респондентов. Кроме того, было выявлено: во-первых, знания покупателей о работе торговых компаний в области корпоративной социальной ответственности носят разрозненный характер и часто недостоверны, в то время как улучшение деловой репутации в результате социально ответственного поведения невозможно без информирования о нем широкой общественности. Наиболее приемлемыми (с точки зрения покупателей) способами распространения информации о социальной активности торговых компа-

ний являются СМИ, а также информационные материалы, располагаемые непосредственного в магазинах, то есть листовки, буклеты, плакаты и т.п. Во-вторых, по мнению покупателей, наиболее важным признаком социально ответственной торговой компании выступает качество реализуемых товаров и обслуживания, а также создание благоприятных условий труда и быта персонала; наименее важным – содействие развитию культуры, науки, образования, спорта, здравоохранения. Следовательно, обязательным условием создания положительной деловой репутации хозяйствующих в торговле субъектов является обеспечение первого из указанных признаков, в то время как отсутствие мероприятий второго направления не окажет значительного влияния на восприятие компании покупателями.

Список литературы

1. Иванов Г.Г., Майорова Е.А. Деловая репутация и эффективность торговли // Економічний часопис-XXI. – 2014. – Т. 1. – № 1-2. – С. 54-57.

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ИЗМЕНЕНИЯ СТРУКТУРЫ ИНВЕСТИЦИЙ НА ОСНОВЕ КАЧЕСТВЕННЫХ ОЦЕНОК СТРУКТУРНЫХ СДВИГОВ ПО ПРОФИЛЯМ СТРУКТУРЫ

Титов В.А.

ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Москва, e-mail: vtitov213@yandex.ru

Структурные трансформации экономики в инновационном направлении невозможны без соответствующей инвестиционной политики, особенно в отношении капитальных инвестиций. Переход экономики на инновационный путь развития требует значительных капиталовложений в технологические инновации, без которых невозможен рост доли выпуска конечного продукта – инновационно активной продукции.

Среди различных подходов к классификации внутренних затрат на исследования и разработки особый интерес представляет распределение затрат по экономическим целям, таким, как развитие экономики, повышение экономической эффективности и технологического уровня производства, социальные цели, охрана окружающей среды, охрана здоровья населения, социальное развитие и общественные структуры, общее развитие науки, исследование и использование Земли и атмосферы, использование космоса в мирных целях.

Традиционно анализ динамики распределения затрат по экономическим целям принято проводить путем сравнения диаграмм Парето, построенных для различных моментов времени и дающих представление об изменении ранжирования экономических целей по годам. Однако такое представление динамики распределения внутренних затрат на исследования и разработки по целям ненаглядно. Предлагается анализ динамики изменения структуры внутренних затрат на исследования и разработки по целям проводить путем сравнения профилей структуры, при этом в качестве базового профиля использовать ранжированную последовательность целей по величине отвечающих им затрат.

При этом построение на одной диаграмме нескольких профилей дает возможность выявить как качественные, так и количественные изменения.