

адаптированная к организационной структуре и специфике деятельности конкретной аудиторской организации, позволяет получить некоторые конкурентные преимущества и обеспечить высокое качество аудита.

**А.Н. Кислицын, В.И. Накарякова**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **ИННОВАЦИИ В РАЗВИИИ РЕКЛАМЫ**

Все активнее развиваются мобильная, интерактивная, 3D-реклама. Для новых технологий в рекламе характерна все большая нацеленность на конкретную аудиторию и построение контакта с потребителями. Еще один инновационный принцип в рекламе – это размещение на площадках, полезных потребителю. К примеру, сегодня популярны z-card: когда реклама размещается на картах метро, картах городов, путеводителях и т.д. Активно стали использоваться всевозможные изображения-проекции на стены зданий, которые моментально захватывают внимание горожан.

3D-анимация, 3D-реклама не только овладевает взглядами потребителя, но и делает рекламу запоминающейся. 3D-анимированный постер не затеряется в "толпе" себе подобных плакатов, основанных на привычных рекламных технологиях. 3D-технологию можно использовать для продвижения самых разных товаров: при грамотном применении она способна серьезно удивить покупателя. 3D-дисплеи, расположенные в местах продаж, прекрасно передают объемное изображение, наилучшим образом представляя товар. Одним из развивающихся видов рекламы можно назвать SMS/MMS-рекламу. Ее использование гарантирует 100%-е получение информации и ее прочтение.

Именно поэтому мобильный контент активно продвигается и используется многими рекламодателями. Кроме того, здесь мы имеем еще одно важное преимущество – возможность сделать рекламу четко направленной на целевую аудиторию и отобрать узкий сегмент потребителей (например, только студентов, только родителей и т.д.). Эта технология очень эффективна для использования в презентациях, на выставках. Она представляет собой специальную систему, которая реагирует на движение людей. Ее преимущества – это большой размер, наглядность, яркость и оригинальность, что обеспечивает внимание со стороны аудитории. Мобильная реклама способна лучше других видов продвижения привлекать внимание. Она движется, озвучивается и вместе с тем довольно не назойлива. Скорее, такая реклама призвана развлекать и вовлекать потребителя в процесс, чем просто рассказывать о качествах товара. Высокая степень интерактивности эффективнее работает с целевой аудиторией, что обеспечивает высокий отклик покупателей. Голографическая реклама также

является необычным решением для продвижения товара. Голографический экран выглядит как прозрачный проекционный экран, который формирует голографический эффект. Достоинства такого вида продвижения и презентации продукции – это хороший угол обзора, привлекательность и яркость изображения, а также представление товара в оригинальном виде.

**Е.С. Китаева, О.А. Петрова**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ В РОССИИ**

Оценивая инвестиционный климат России по международным стандартам, используя такие критерии, как политическая и социальная стабильность, динамизм экономического роста, степень либерализации внешнеэкономической сферы, наличие развитой промышленной инфраструктуры, банковской системы и системы телекоммуникаций, наличие рынка относительно дешевой квалифицированной рабочей силы. Можно констатировать, что практически по всем этим параметрам Россия уступает большинству стран мира.

Притоку в инвестиционную сферу частного национального и иностранного капитала препятствуют политическая нестабильность, инфляция, нестабильность обменного курса рубля, несовершенство законодательства, неразвитость производственной и социальной инфраструктуры, недостаточное информационное обеспечение. Взаимосвязь этих проблем усиливает их негативное влияние на инвестиционную ситуацию. Слабый приток прямых иностранных инвестиций в российскую экономику объясняется отсутствием стабильной правовой базы. Не менее важным фактором, влияющим на инвестиционный климат, являются коррупция и криминализация отдельных сфер коммерческой деятельности, которые поразили многие звенья внешнеэкономических связей России.

Для обеспечения устойчивого долгосрочного роста экономики Россия должна ежегодно получать как минимум 60–70 млрд. долл. инвестиций. Однако на фоне общего падения в 2009 г. объема прямых иностранных инвестиций в мировую экономику реальные инвестиции в страну снизились на 41%.

Низкая оценка инвесторами делового климата в стране ставит Россию в рейтинге стран с благоприятными условиями для ведения бизнеса, по данным Всемирного банка, – на 120 место из 183 стран. Поэтому, создание комфортных условий для инвесторов остается одной из главных задач, которая пока не решена. Для России эта проблема приобретает принципиальное значение еще и в силу того, что она не обладает достаточными денежными средствами для бюджетного финансирования долгосрочных программ развития промышленности. Несмотря на многочисленные проблемы, Россия остается в выгодном по-