

ем регионального правительства размер арендной платы за пользование им сохранен на уровне 2008 г. В 2009 г. реализовался проект по поддержке стартового бизнеса. Ее получили 356 бизнес-планов из 600 поданных на целевой конкурс. Это около 1500 вновь созданных рабочих мест. Приоритетным правом на получение грантов обладали выпускники высших и средних профессиональных учебных заведений, безработные граждане и предприниматели, занятые в сфере производства. Общий объем финансирования мероприятия по предоставлению грантов в 2009 г. составил 101,7 млн. р. Софинансирует такие программы областное правительство. Работа, направленная на поддержку малого и среднего предпринимательства в 2010 г., предполагает увеличение объемов прямой финансовой поддержки малого бизнеса через уже запущенные и зарекомендовавшие себя проекты.

**Д.А. Бондарь, М.А. Головина,
Е.И. Чучкалова***

Российский государственный профессионально-педагогический университет

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ГРАДООБРАЗУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В Свердловской области к монопрофильным городам относится 13 населенных пунктов: Каменск-Уральский, Серов, Асбест, Полевской, Краснотурьинск, Ревда, Верхняя Салда, Североуральск, Качканар, Красноуральск, Волчанск, Карпинск, Нижний Тагил. В министерстве экономики и труда области уверены, что на 12 февраля 2010 г. ни в одном из моногородов Свердловской области критической ситуации нет. Однако мировой финансово-экономический кризис вносит существенные ограничения в деятельность градообразующих предприятий. Снижение стоимости экспортной продукции приводит к снижению рентабельности производства, вынужденным сокращениям персонала, сворачиванию инвестиционных и социальных программ. Значительной статьей расходов многих градообразующих предприятий является выделение финансирования на поддержку городского транспорта и коммунального хозяйства. Между тем, сохранение конкурентоспособности предприятий является необходимым условием поддержания экономики моногородов. В связи с этим в сложившихся условиях необходимо снятие бремени неформальной социальной нагрузки на предприятия, формирование новой модели взаимодействия государства и бизнеса в части поддержки социального сектора.

В настоящее время возможна реализация двух альтернативных сценариев перераспределения ответственности государства и бизнеса в части поддержки

* Лауреат Всероссийского научного конкурса «Научный стиль»

социальной сферы. Первый сценарий предполагает сохранение существующего распределения ответственности: формально за государством, фактически за бизнесом. В случае реализации данного сценария возможно снижение конкурентоспособности градообразующих предприятий, сокращение расходов на социальную сферу без выделения приоритетов, обострение социальной напряжённости. Второй сценарий предполагает совмещение формальной и фактической ответственности, закрепление ее за государством. В этом случае возможно сохранение финансирования социальной инфраструктуры, в том числе путем привлечения межбюджетных трансфертов в бюджеты субъектов федерации и городских округов, обеспечение социальной стабильности и улучшение социального самочувствия населения.

Новая модель взаимодействия государства и предприятий в части поддержки социального сектора моногородов основана на втором сценарии перераспределения ответственности и включает предложения по совмещению формальной и фактической ответственности, привлечения финансовых ресурсов, разработке городских антикризисных программ, информационной поддержке преобразований.

Е.В. Бородинова, С.И. Логвинов

Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого

ОПРЕДЕЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТОВАРА ОТ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Маркетинговые исследования являются основным методом получения необходимой и достоверной информации, особое место отводится исследованиям потребителей, так как они направлены на изучение мнения, интереса, реакции, внимания, стимулов конечного пользователя, от которых зависит результат всей деятельности производителя. Целью проведенного исследования являлось выявление наличия зависимости между факторами, влияющими на поведение потребителя и его выбором товара (мобильных телефонов). В ходе проведения эксперимента основными техническими характеристиками мобильных телефонов были приняты: марка, рыночная цена телефона, эксплуатационно-технические характеристики (ИК порт, аудио, Bluetooth, карта памяти, java, медиаплеер, gprs, камера, диктофон). Основное внимание было уделено наиболее известным маркам: Motorola, Nokia, Sumsung и Sony Eric.

В результате исследования было установлено, что процесс принятия решения о покупке мобильных телефонов в меньшей степени определен их характеристиками, чем их субъективным восприятием характеристик потребителями. Это субъективное восприятие обусловлено факторами, влияющими на