

посевного материала в форме гранул — биологически активных гранул (БАГ). При этом органические отходы промышленных производств (гидролизный лигнин, птичий помет и опилки, взятые в определенном отношении) после предварительной биологической обработки смешиваются с семенами и гранулируют. В лабораторных условиях получены положительные результаты, проводятся испытания в полевых условиях при норме высева — 1,5-2 т/га. Согласно данным института биологии, продолжительность I этапа может составить 4-6 лет. II этап представляет собой поглощение культурного сообщества зональной растительностью. По их наблюдениям, около 15 лет может происходить формирования вторичного биогеоценоза. На этом этапе ведутся мониторинговые исследования. При этом снимается интенсивное антропогенное влияние. Одним из сложных вопросов, который возникает на II этапе природовосстановления является возобновление биоразнообразия. Этот этап требует глубокого изучения и главным инструментом этого являются наблюдения в динамике.

В работах Кхариф М., Зольниковой Н.В. и Яковлева В.И. из Санкт-Петербургского технического университета и Бедринной Л.Ю., Зверевой Т.С., Рохинсон Э.Е. из Санкт-Петербургского Агрофизического НИИ РАСХН предложено введение в загрязненную почву микроорганизмов-алканотрофов. Их введение способно обеспечить интенсивное разрушение углеводов и восстановление среды. Апробация действия микроорганизмов-алканотрофов, окисляющих нефть в почве в полевых условиях Северо-запада России, дала положительные результаты. Подобраны эффективные культуры микроорга-

низмов. Добавка в почву биоорганического удобрения БАМИЛ совместно с культурами нефтеокисляющих микроорганизмов способствовала стабилизации их жизнедеятельности. В докладе Киреевой Н.А., Тарасенко Е.М. (БГУ, Уфа) и Снеговой Е.С., Ждановой Е.В. (БашНиПиНефть) говорится, что при разработке экологически и экономически обоснованных способов борьбы с загрязнением почвы нефтью и нефтепродуктами наиболее перспективными являются биологические методы, основанные на способности микроорганизмов использовать углеводороды нефти в качестве единственного источника питания. При этом отмечено, что существует два пути для активизации деятельности углеводородокисляющих микроорганизмов: активизация аборигенной микрофлоры с деструктивной активностью и инокуляция микроорганизмов-деструкторов. Для успешного применения данного метода необходимо создать эффективные препараты микроорганизмов-алканотрофов, адаптированных к конкретным почвенно-климатическим условиям и разработать биоорганические присадки, стабилизирующие жизнедеятельность микроорганизмов-нефтедеструкторов в загрязненной почве. Таким образом, представленный краткий обзор выполнения технического и биологического этапов восстановления нарушенных при бурении скважин земель в северных условиях является актуальным и требует дальнейших научно-практических исследований.

Работа представлена на Общероссийскую научную конференцию «Проблемы качества образования», Иркутск (5-7 июля 2010). Поступила в редакцию 08.06.2010 г.

Экономические науки

БРЕНДИНГ ИННОВАЦИОННЫХ ТОВАРОВ

Шкарупа Т.В.

*Новосибирский государственный
технический университет*

Как правило, инновационный товар является плодом многолетнего научного поиска, на который фирма затрачивает значительные финансовые средства. Поэтому одной из важнейших задач становится успешное продвижение инновационного товара на рынок.

По отношению к инновационным товарам можно использовать те же инструменты их продвижения на рынке, что и для любых

других товаров, однако пристальное внимание здесь следует уделять обращениям. Обращения используются для передачи знаний об инновационном товаре. Необходимо, чтобы обращение было получено потенциальным покупателем, правильно понято, воспринято с доверием и принято как сигнал к действиям. Наиболее эффективным средством достижения этого является бренд. Брендом в современном понимании является образ товара в представлении покупателя, который позволяет ему выбирать тот или иной товар, т. е. бренд представляет собой некий образ товара, содержание и смысл которого, значимы для покупателя [2]. Бренддинг — целенаправленная деятельность по формированию и управлению развитием брендов — становится в условиях сверхкоммуникативного общества то-

варного изобилия ключевым способом продвижения инновационных товаров на рынок.

Бренды инновационных товаров, первые выходящие на рынок получают хорошую возможность добиться лояльности. Бренд становится фактически родовым для данной товарной области [3]. Создание бренда инновационного товара повышает эффективность в области коммуникаций. Бренд позволяет делать предложение ценности инновационного товара более эмоциональными и убедительными. Сильный бренд формирует предпочтения и может выступать в роли барьера для переключения на появляющиеся товары конкурентов. Компании, обладающие хорошо известными брендами, могут устанавливать премиальную цену. Кроме того, сильный бренд обладает привлекательностью для финансовых и инвестиционных рынков.

Бренд инновационного товара — это гарантия будущего компании, имея сильный бренд проще противостоять любым кризисам [1].

Список литературы:

1. Котлер Ф. Бренд-менеджмент в B2B сфере. — Москва: Вершина, 2007. — 432 с.
2. Макашев М.О. Концепция организации управления деятельностью брендинга. М.: ИД «Славянский мир», 2005. — 184 с.
3. Чернатони Л. Брендинг. Как создать мощный бренд. — М.: ЮНИТИДАНА, 2006. — 559 с.

Работа представлена на Общероссийскую научную конференцию «Новые технологии, инновации, изобретения», Иркутск (5-7 июля 2010). Поступила в редакцию 15.06.2010.

Юридические науки

МОШЕННИЧЕСТВО В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА И ОСОБЕННОСТИ

Анчабадзе Н.А.

*Волгоградская академия МВД
Российской Федерации*

Обзоры следственной и судебной практики говорят о серьезных изменениях, которые произошли в криминальной околобанковской среде. Прежде всего, эти изменения выражаются в приобретении криминальными структурами профессионализма и координированности, наличии у них высокого информационного обеспечения и технических возможностей, а также правовой подготовленности. Организованные преступные сообщества хорошо трактуют издержки правового и экономического характера в Законодательстве в свою пользу, используя связи во властных структурах и правоохранительных органах. Во многом благоприятно на развитие возможностей криминалитета повлиял и наступивший финансовый кризис.

Все началось с выдачи «хороших» и «плохих» кредитов. Их выдача проходила со значительными нарушениями. Прежде всего, эти нарушения носили договорной характер. Так, например, формально соблюдая условия договоров о залоге, само заложенное имущество не представляло ликвидность, и цены на него завы-

шались в несколько раз. Для этого фальсифицировались источники происхождения имущества, его качество и т. д.

Одно и то же имущество закладывалось в нескольких банках. Выступающие физические и юридические лица, как правило, за собой не имели никакого имущества, а если и имели, то незначительное. Для того, чтобы показать обороты средств в самой банковской схеме создавались пирамиды, которые образовывались просто тем, что одну и ту же сумму на счет «сажали» несколько раз, увеличивая таким образом сумму и обороты. После чего, показывая обороты больших сумм денег, получали крупные кредиты в различных банках.

По оценкам самих банковских аналитиков свыше 30% таких кредитов похищаются. Анализ, проведенный нами по банкам Волгоградской области, к сожалению, оправдал подобные предположения. Так, все крупные кредиты в области банками были выданы одним и тем же лицам или организациям через подставных лиц. Например, только четырем волгоградским банкам невозврат таких кредитов за 2009 года составил более чем 1 млрд. рублей.

Таким образом, злоупотребление при выдаче кредитов прямо пропорционально наступившему результату. Анализ таких действий наводит на мысль о виновности банков.

Другая нарушение банков заключалось в продаже кредитных рисков инвесторам со стороны с помощью перевода кредитов в ценные бумаги. Банки стали зарабатывать на комиссии при каждой продаже и переоформлении кредита.