

рынках. С точки зрения вышеизложенного к достоинствам метода предельного ценообразования отнесем эффективное распределение ресурсов в отрасли.

Выделим недостатки метода эффективного ценообразования: снижение качества продукции и услуг; дестабилизирующее влияние перераспределительных эффектов, возникающих в национальной экономике, если источником средств на выплату субсидий выступают потребители фирмы-монополиста; осведомленность государственных регулирующих органов о функциях спроса и предложения фирмы-монополиста; асимметричность информации, ведущая к неэффективности управленческих решений; возможность роста неэффективности организационной и управленческой структуры фирмы-монополиста вследствие замещения частного предприятия государственным и децентрализованного функционирования централизованным; убыточность производства; асимметричность распределения объема потребления между различными группами потребителей.

Ценовая дискриминация наблюдается там, где субституты продаются по разным ценам различным покупателям, а также там, где субституты продаются одному и тому же покупателю по разным ценам. Ценовая дискриминация не включает те случаи, когда различие в цене сопряжено с различными издержками по транспортировке. Реализация государством политики ценовой дискриминации с установлением одной из цен на уровне предельных издержек направлено на достижение безубыточности функционирования субъектов несовершенной конкуренции в результате назначения различных цен на одинаковые единицы продукта, необусловленное различиями в издержках производства.

#### **РЕОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКИМИ УСЛУГАМИ НА РОЗНИЧНОМ РЫНКЕ**

Зоранян С.Е., Каченко О.С., Мамонова Е.В.,  
Вукович Г.Г.

*Институт экономики, права и гуманитарных  
специальностей  
Краснодар, Россия*

В современных условиях развитие банковского сервиса на потребительском рынке неразрывно связано с внедрением инновационных банковских технологий обслуживания населения, а также с выбором инструментов, повышающих востребованность банковских услуг. В то же время в российских условиях розничный рынок банковских услуг остается одним из самых неразвитых сегментов клиентского обслуживания. Рост реальных доходов населения создал предпосылки к увеличению доли розничного рынка банковских услуг, но банковский сервис не получил широко-

го распространения. Обеспечение массового потока индивидуальных потребителей банковских услуг при минимальных операционных издержках на обслуживание каждой конкретной операции требует создания привлекательной для населения и простой в использовании модели розничного бизнеса.

Перманентная актуализация темы исследования обусловлена трансформацией банков в институты социального значения, устойчивое и динамичное развитие которых предполагает достижение баланса интересов самих банков через усиление социальной составляющей в их деятельности и населения как потребителей банковских услуг.

Сегодня императивным подходом к теоретическому осмыслению управленческих отношений, складывающихся на розничном рынке банковских услуг, служит программа «Базель-2», вступившая в силу в декабре 2006 г. С одной стороны, она априори предполагает адекватность российского розничного рынка банковских услуг международным стандартам, с другой стороны – будет способствовать повышению конкурентоспособности отечественного банковского сервиса.

#### **ФОРМЫ МЕЖЛИЧНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Кравченко Я.Ю., Проценко А.А., Петрань Е.В.,  
Подзолкова А.Ю.

*Институт экономики, права и гуманитарных  
специальностей  
Краснодар, Россия*

Коммуникативная деятельность представляет собой сложный конструкт, в строение которого соучаствуют как вербальные, так и невербальные явления. И человек, как бы хорошо ни владел системой устойчивых эталонных единиц языка и как бы эта система хорошо ни работала, не зная особенности сопутствующих, словесно невыраженных компонентов, не может овладеть способностью общаться. Во-первых, никакая система сама по себе в ее имманентном виде просто очень хорошо работать не будет; ведь всякая работа совершается в условиях локализованности ее в локусах. Во-вторых, коммуникативный смысл не представляет собой простой синтез значений эталонных языковых знаков, поскольку формирование такого смысла всегда требует наличия и использования множества других дополнительных средств. В-третьих, языковые и речевые явления вряд ли сопоставимы по линии устойчивости / неустойчивости, неизменяемости / изменяемости, идеальности/материальности, а также эталонности/неэталонности, ибо это опять приводит к резкому противопоставлению языковых и речевых систем.

Известно, что в познавательной деятельности человека важное место занимает создание