

СТУДЕНЧЕСКОЕ НАУЧНОЕ ОБЩЕСТВО

ДОННУ

ISSN 2522-4824

ВЕСТНИК СНО

ВЫПУСК 11

ТОМ 3:

Экономика



Донецк - 2019

ISSN 2522-4824

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
СТУДЕНЧЕСКОЕ НАУЧНОЕ ОБЩЕСТВО

ВЕСТНИК

СТУДЕНЧЕСКОГО НАУЧНОГО ОБЩЕСТВА
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ВЫПУСК 11

ТОМ 3

Экономика

Донецк – 2019

ББК У.я52
УДК 378:33(05)

Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет». – Донецк: ДонНУ, 2019. – Вып. 11, том 3: *Экономика*. – 310 с.

Редакционная коллегия
Вестника студенческого научного общества
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

Главный редактор – Сторожев В.И., д-р техн. наук, профессор, проректор по научной и инновационной деятельности

Зам. главного редактора – Бровец А.И., председатель Совета СНО

Ответственный секретарь – Самарёва Т.Н.

Технический редактор – Торба А.А.

Члены редакционной коллегии:

Асланов П.В., канд. физ.-мат. наук, доцент

Зайцева Н.В., канд. экон. наук, доцент

Гапотченко Н.Е., канд. филол. наук,
доцент

Миннуллин О.Р., канд. филол. наук, доцент

Никольский В.Н., д-р ист. наук, профессор

Сафонов А.И., канд. биол. наук, доцент

Тимошенко Н.А., канд. юрид. наук, доцент

Тофан А.Л., канд. экон. наук, доцент

Химченко А.Н., канд. экон. наук,
доцент

Щепин Н.Н., канд. физ.-мат. наук,
доцент

Щепина Н.Д., канд. хим. наук, доцент

В одиннадцатом выпуске ежегодного сборника (в 6 томах) опубликованы результаты научных исследований студентов ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» в области естественных и технических (том 1), гуманитарных (том 2), экономических (том 3) и юридических наук (том 4,5,6). Работы печатаются в авторской редакции, максимально снижено вмешательство в структуру отобранных материалов. *Ответственность за содержание статей, аутентичность цитат, правильность фактов и ссылок несут авторы статей.* Редакционная коллегия не несет ответственность за достоверность информации, представленной в рукописях, и оставляет за собой право не разделять взгляды некоторых авторов на те, или иные вопросы.

Вестник СНО включен в Аналитическую базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ), номер договора № 452-11/2018.

Адрес редакции:

283001, г. Донецк, пр-т Гурова, 14, гл. корпус ДонНУ, к. 215;

Тел.: (062) 302-92-26;

E-mail: t.samareva@donnu.ru

URL: <http://donnu.ru/science/sno>

*Печатается по решению Ученого совета
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»,
протокол № 3 от 02. 04. 2019 г.*

© ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», 2019

Содержание

<i>Акопов О.К.</i> СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	5
<i>Алиева Е.Ф.к.</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ	9
<i>Аревицкая А.А.</i> УПРАВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЕЙ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	14
<i>Бабенко М.</i> ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ КАК ОСНОВА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ	18
<i>Баланда Б.В.</i> ТЕНДЕНЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	22
<i>Бедин Е.Д.</i> СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ»	26
<i>Белик М.А.</i> МОНИТОРИНГ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ИСЛАНДИИ	30
<i>Бобошко А. В.</i> МЕСТО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ СИЛЫ	34
<i>Бодякова О.М.</i> ОБОСНОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ "ЦИФРОВОЙ" И "ЗЕЛеноЙ" ЭКОНОМИК	40
<i>Бондаренко И.И.</i> АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ	44
<i>Бритва Т.В.</i> РОЛЬ И МЕСТО ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА В НАРОДНОМ ХОЗЯЙСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	50
<i>Брушницкая Е.В.</i> ЭВОЛЮЦИЯ ВЗГЛЯДОВ НА СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ В БУХГАТЕРСКОМ УЧЕТЕ	53
<i>Воробьева А. Е.</i> ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ЛИЗИНГА	58
<i>Воронова А.С.</i> ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА КИТАЯ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	63
<i>Галюк Ю.С.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	66
<i>Голобородова В.В.</i> ПРЯМЫЕ ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СИНГАПУРА	72
<i>Гутник Н.А.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ КОМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ТМ «ЛУЧИАНО»)	76
<i>Дегтярев С.В.</i> СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МОЛОДЕЖНОЙ БЕЗРАБОТИЦЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	83
<i>Демченкова К.С.</i> АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ КИТАЯ, ЯПОНИИ И ЮЖНОЙ КОРЕИ	88
<i>Дрындак А.А.</i> ТРАНСФОРМАЦИЯ УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ	91
<i>Иванченко А.Е.</i> ПРИМЕНЕНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ	96
<i>Ильченко В.А.</i> ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ	100
<i>Каверзина А.А.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ	106
<i>Кавун К.А.</i> ВЛИЯНИЕ РОБОТИЗАЦИИ НА МИРОВОЙ РЫНОК ТРУДА	110
<i>Ковалев И.С.</i> ВЗАИМОВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА И СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ	114
<i>Козлова Ю.С.</i> К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ	118
<i>Крикля Е. Ю.</i> ИНВЕСТИЦИИ В РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА: ОБРАЗОВАНИЕ, МЕДИЦИНА, МОБИЛЬНОСТЬ	124
<i>Кузнецова М.А.</i> АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРЫ ПРИГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И КИТАЯ	129
<i>Кутявин К.А.</i> ВЫЯВЛЕНИЕ СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ «УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ»	134
<i>Кушнир А.С.</i> АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ РФ СО СТРАНАМИ АТЭС	140
<i>Леонова Ю.А.</i> ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО РЫНКА	143
<i>Логинова А.С.</i> ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПАО «ГАЗПРОМ»	147
<i>Лукашек В.Г.</i> БЮДЖЕТНЫЙ ПРОЦЕСС В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ	151

<i>Макаренко М. Д.</i> АНАЛИЗ МЕТОДИК И ТЕХНОЛОГИЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМЫ НА ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ МОТИВЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	155
<i>Манчева И.К.</i> АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ	160
<i>Марина А.А.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫМИ ЗАПАСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ	166
<i>Мозолевская А.В.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	171
<i>Онищенко А.А.</i> ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТИ	175
<i>Орлова Е.В.</i> ДИАГНОСТИКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА С ПОМОЩЬЮ ДИСКРИМИНАНТНОГО АНАЛИЗА НА ПРИМЕРЕ ПАО «АЗОТ»	180
<i>Осадчая М.И.</i> АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	185
<i>Остроухова А.А.</i> ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ «ЗЕЛеноЙ» ЛОГИСТИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	191
<i>Пересторонин А.А.</i> РОЛЬ И ЗНАЧИМОСТЬ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ РОССИИ СО СТРАНАМИ - ПАРТНЕРАМИ В РАМКАХ ЕАЭС	194
<i>Пидкова А.И.</i> АДАПТИВНАЯ МЕТОДИКА ДЛЯ РАСЧЕТА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА НА ОСНОВЕ ОЦЕНОК РА «ЭКСПЕРТ»	198
<i>Приходная Ю.А.</i> ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОП «ШАХТА ИМ. М. И. КАЛИНИНА» ГП «ДУЭК»	204
<i>Рамазанова В.Р.</i> СУЩНОСТЬ ФАКТОРА ВРЕМЕНИ И ЕГО РОЛЬ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	209
<i>Родченко Г.С.</i> ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	214
<i>Саламатин В.В.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SWOT-АНАЛИЗА В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ	220
<i>Святенко Е.А.</i> РАЗВИТИЕ «ЗЕЛЕННЫХ» ИНВЕСТИЦИЙ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	224
<i>Сирота А.А.</i> ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК	228
<i>Стукало А.С.</i> РАЗРАБОТКА МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛАКОНД»	233
<i>Тарков В.В.</i> МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕОРИЙ ЭФФЕКТИВНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	237
<i>Темертей Д.Н.</i> АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ОТДЕЛА КУЛЬТУРЫ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДА ДОКУЧАЕВСКА	242
<i>Торба А.А.</i> АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КЛАСТЕР КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ)»	247
<i>Тронза А.А.</i> АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И СОСТАВА ПОКАЗАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТЧЕТНОСТИ	251
<i>Хаменок А.А.</i> СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ОБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	258
<i>Хромова М.Н.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ - ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ	264
<i>Шарафудинова К.А.</i> МИРОВОЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ СТРАТЕГИЙ РАСШИРЕНИЯ	270
<i>Шевелева Л.Д.</i> ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ (E-BANKING) В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	275
<i>Шепелев И.В.</i> АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ТРУДОВОЙ СРЕДЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ	280
<i>Шмалый В.Д.</i> ПРИМЕНЕНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	283
<i>Щавелева Н. В.</i> НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ	289
<i>Энгель О.О.</i> ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ КИТАЯ	294
<i>Яковенко А.А.</i> ЭКОЛОГИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ «ЗЕЛеноЙ» ПРОМЫШЛЕННОСТИ	299
<i>Двирченко Т.А.</i> ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ДНР	303

*Акопов О.К.,
Научный руководитель: Баев К.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме. В данной статье были рассмотрены и проанализированные современные маркетинговые коммуникации, определена их роль и значение для предприятия, а также изучены мировые тенденции развития маркетинга.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, маркетинговая деятельность предприятия, потребитель, продвижение, стимулирование сбыта.

Актуальность темы исследования. Происходящие в настоящее время в экономике и обществе изменения предъявляют повышенные требования к способности предприятий адаптироваться к изменяющимся условиям рынка. В связи с этим, в условиях динамично изменяющейся среды и усиления конкуренции возрастает потребность в маркетинге, который представляет собой не только экономическую науку, но и целый набор практических инструментов, способных в значительной степени повысить эффективность функционирования организации и вывести ее на абсолютно новый уровень. Иными словами, целью маркетинга является создание условий для наибольшей адаптации производства к требованиям рынка.

Степень изученности проблемы. Изучением маркетинговых коммуникаций занимается довольно значимое количество зарубежных и отечественных ученых, среди которых можно отметить Н. Бэка, К. Келлера, Г. Кука, Д. Ригла, М. Михайлюк, А. Панкрухина, С. Сергеенка. Однако в условиях динамичности экономики данные исследования требуют постоянного изучения и обновления.

Целью данного исследования является анализ современных маркетинговых коммуникаций как способа повышения маркетинговой деятельности предприятия.

Основная часть. На сегодняшний день нет единого определения термина «маркетинг» как в зарубежной, так и в отечественной литературе. Так, Американская ассоциация маркетинга (The American Marketing Association) определяет данное понятие как «осуществление различных видов хозяйственной деятельности, направляющих поток товаров и услуг от производителя к конечному или промежуточному потребителю» [1].

По определению Британского Института управления (British Institute of Marketing and Sales Management), маркетинг – это «один из видов творческой управленческой деятельности, который содействует расширению производства и торговли и увеличению занятости путем выявления запросов потребителей и проведения исследований и разработок для удовлетворения этих запросов, маркетинг увязывает возможности производства с возможностями реализации товаров и услуг, обосновывает характер, направление и масштабы всей работы, необходимой для получения прибыли в результате продажи максимального количества продукции конечному потребителю» [2].

Для реализации маркетинга на практике необходима тесная взаимосвязь между различными субъектами и структурными элементами – иными словами коммуникация. В научной литературе под каналом коммуникации понимается среда, через которую потребитель взаимодействует с компанией [3, с.96]. А.П. Панкрухин описывает маркетинговые коммуникации как деятельность по осуществлению поиска и анализа, формирования и распространения информации, которая имеет значение для субъектов маркетинговых отношений [4, с.307]. Ж.Ж. Ламбен маркетинговые коммуникации описывает как процесс взаимодействия между субъектами системы маркетинга, который

осуществляется за счет использования совокупности сигналов, направленных в адрес различных аудиторий (например, потребителей, партнеров, посредников, акционеров, конкурентов, органов управления, а также собственного персонала организации) [5, с.455].

В более узком смысле под маркетинговыми коммуникациями понимается деятельность по формированию и поддержанию взаимоотношений с реальными и потенциальными потребителями продукции и услуг компании [6, с.175], иными словами – маркетинговые коммуникации - это средства общения и методы их стимулирования

Согласно данным Американской ассоциация маркетинга самыми эффективными маркетинговыми коммуникациями были признаны рекламные ролики в СМИ (рис.1).



Рис.1 Рейтинг результативности маркетинговой коммуникационной рекламы (составлено автором по данным [1])

На сегодняшний день, учеными выделяется несколько основных, в том числе относительно новых, моделей маркетинговых коммуникаций: одноканальные и многоканальные, интегрированные, кросс-канальные, мультиканальные и омниканальные [7, с.170].

Одним из простейший способов коммуникаций, являются *одноканальные маркетинговые коммуникации* предполагают общение с потребителем за счет с использования одного единственного коммуникационного канала (интернет-магазин или онлайн-сервис) [8, с.27].

Многоканальные (или мультиканальные) маркетинговые коммуникации предполагают использование компаниями в своей деятельности несколько коммуникационных каналов [8, с.18], действующих независимо друг от друга (установление личных контактов, общение через официальный сайт или Direct-mail.

Кросс-канальные маркетинговые коммуникации связаны с такой особенностью, что современный потребитель взаимодействует с продавцом тем способом, который ему наиболее предпочтителен, и он должен иметь возможность переключаться на другой канал коммуникации при необходимости. Для обеспечения непрерывности взаимодействия с потребителем требуется интеграция каналов коммуникации между собой, а также облегчение перехода с физических каналов (бумажные каталоги, печатная реклама, ценники, упаковка) в виртуальные с помощью QR-кодов, штрих-кодов,

инструментов дополненной и виртуальной реальности (особенно в молодёжных сегментах), прочих новаторских технологий[9, с.147].

Оmnikanальные маркетинговые коммуникации (англ. omni-channel) предполагают объединение всех коммуникационных каналов вокруг пользователя. Важно подчеркнуть, что подобные omnikanальные коммуникации являются основой современного смешанного маркетинга (англ. Blended marketing). Маркетинговая стратегия такой направленности рассматривает синергетическую добавленную стоимость, которую компания получает от совместного использования различных средств коммуникации. Такой смешанный маркетинг основан на онлайн и оффлайн коммуникациях.

Необходимо отметить, что именно omnikanальные маркетинговые коммуникации являются одной наиболее популярных современных тенденций развития маркетинговой деятельности на предприятии через формирование стратегии, подразумевающей максимальную персонализацию и формирование единого клиентского опыта.

Можно говорить о том, что такие коммуникации являются высшей степенью интеграции взаимодействия всех служб компании с потребителем, для которого важен, прежде всего, его опыт сотрудничества с данной организацией.

При таком подходе потребитель взаимодействует с брендом, а не с каналом коммуникации. Происходит многоканальное взаимодействие, которое сосредоточено на интегрированном подходе к потребителю через все доступные каналы коммуникации - магазин, интернет-магазин, социальные сети, по телефону, по каталогу, или другим способом. Таким образом, потребитель не осознает разницу в коммуникационных каналах, что особенно важно при повторном обращении или совершении повторной покупки, так как он уже знает, что ожидать от компании и что она, учитывая имеющийся опыт взаимодействия, предложит ему свои продукты или услуги с учетом его интересов.

Исходя из этого, omnikanальный подход в маркетинге предприятия предполагает использование всевозможных каналов коммуникации с целевой аудиторией; единые цены и ассортимент; возможность оплаты любым способом (в офисе, в банке, безналичный перевод, оплату через сайт и др.); а также единую базу данных о клиентах и их истории покупок и запросов.

Основными преимуществами использования omnikanальных маркетинговых коммуникаций являются [1, с.322]:

1. расширение доли рынка за счет расширения числа маркетинговых каналов и охвата целевой аудитории;
2. внедрение персонифицированных программ лояльности при помощи и наличия единой базы данных о клиентах;
3. повышение гудвилла бренда за счет увеличения узнаваемости организации на рынке среди потребителей;
4. увеличение объема оборота компании.

Стоит отметить, что omnikanальные маркетинговые коммуникации характерны, в большей степени для зарубежных корпораций, лидеров мирового рынка. Рассматривая тенденции, сложившиеся в Российской Федерации, данные коммуникации только начинают использоваться в среднем и крупном бизнесе. Как правило, для российского рынка характерны следующие форматы маркетинговых коммуникаций:

1. событийный маркетинг (event marketing);
- 2) детский маркетинг (kids marketing);
- 3) промо-акции,
- 4) мерчандайзинг и киномерчандайзинг;
- 5) каталог - промо или «центр выдачи призов».

Событийный маркетинг - это комплекс мероприятий по поддержанию имиджа компании и ее продукции, продвижению ее торговых марок и услуг с помощью ярких и

запоминающихся событий. Таким образом компания взаимодействует с широкой общественностью, сообщает о себе и своей продукции то, что представляет информационный интерес, формирует благоприятное мнение о себе, хорошую репутацию производителя. Мероприятия событийного маркетинга можно разделить на следующие виды:

- специальные мероприятия (special events): фестивали, вручение премий, рекламные туры, участие с отдельной программой в городских праздниках, спортивные мероприятия и мероприятия для прессы.
- мероприятия для партнеров, дилеров и дистрибьютеров (trade events). К ним относятся конференции, презентации, приемы, семинары, форумы, конгрессы, целью которых является наглядная демонстрация достоинств товара, «преподнесение» новых услуг, обмен опытом и поиск новых стратегических партнеров.
- корпоративные мероприятия (corporate events): совместный отдых работников, дни их рождения, юбилеи компании, профессиональные праздники. Эти мероприятия дают руководству компании возможность повысить свой авторитет, донести свои идеи непосредственно до каждого сотрудника, демонстрируют заботу начальства о персонале.

Детский маркетинг. Маркетинговые стратегии, адресованные детской потребительской аудитории, базируются на глубоком изучении ее специфики. В детском маркетинге все элементы и способы позиционирования и продвижения товаров разработаны с учетом особенностей детских запросов, специфики восприятия ребенка.

Разрабатывая такую стратегию продвижения, компании, как правило, учитывают и распределение ролей в семье. Дети – пользователи многих товаров, но далеко не всегда их покупатели. Решение о покупке принимают один или оба родителя, при этом роль детей как оказывающих влияние на решение имеет огромное значение. Родители отчасти определяют и способность своих детей оценивать рекламную информацию, мотивацию их потребления, помогают детям формировать предпочтения в отношении торговых марок.

Промо-акции. С целью продвижения компании организуют всевозможные презентации и шоу, финансируют фестивали и соревнования, устраивают дегустацию своей продукции и раздают бесплатные образцы товаров. Тем самым производители стремятся добиться быстрого эффекта от маркетинга - через активное продвижение новых брендов, а также напоминание об уже существующих марках товара.

Мерчандайзинг. Это одно из нововведений в области маркетинговых коммуникаций. «Мерчандайзинг» обозначается все, что позволяет создать в торговом зале оптимальные условия для контакта покупателя с продвигаемым товаром, с учетом психологических особенностей потребительского восприятия. Основная функция мерчандайзинга – сделать товар доступным и привлекательным, облегчить процесс его покупки. Особенно важный момент в мерчандайзинге - выбор и размещение рекламных материалов. К ним относятся плакаты, буклеты, ценники, подвесные и «стоячие» модели товара, монетницы, стенды. Товар, имеющий привлекательный для целевой группы дизайн, обращает внимание уже своим наличием на полке, тем более, если выкладка выполнена в заметном для покупателя месте, а товар занимает достаточное пространство.

Киномерчандайзинг. При оформлении упаковки все чаще используется образ того или иного известного персонажа кино или мультфильма, фигурирующие в кино предметы отождествляются с рекламируемым товаром («заменяются» им). Использование на потребительском рынке кинобренда очень эффективно. В особенности большое преимущество дает продвижение продукта на базе

существующего образа персонажа: снижаются издержки на запуск новых продуктов, сокращается время вывода нового товара на рынок.

Каталог-промо - это акция, построенная на механизме накопления покупок и на обменах подтверждения покупок на определенные гарантированные призы, получаемые как через специальные центры обмена, так и посредством почты.

Выводы. Подводя итог можно говорить, что маркетинговые коммуникации позволяют предприятиям устанавливать тесные взаимоотношения с потребителями, выводя их «отношения» на абсолютно новый уровень. Благодаря развитию маркетинговой деятельности, организации могут занимать лидирующие позиции в своих сегментах, увеличивать долю рынка и диктовать свои условия нахождения на нем.

Помимо этого, развитие маркетинга на предприятии через коммуникационную составляющую создаст предпосылки для создания корпоративного духа внутри организации, т.е. сплотит коллектив, что существенно отразится на эффективности функционирования компании в рамках достижения поставленной цели.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. The American Marketing Association. URL: www.ama.org (дата обращения 26.01.2019).
2. Понятие и значение банковского маркетинга URL: <http://www.banmarket.ru> (дата обращения 24.01.2019).
3. Neslin, S.A., Grewal, D., Leghorn, R., Shankar, V., Teerling, M.L., Thomas, J.S., Verhoef, P.C., Challenges and opportunities in multichannel customer management. J. Serv. Res. 9 (2), 2006. P.95–112.
4. Панкрухин А.П. Маркетинг. Москва : Омега-Л, 2006. – 661 с.
5. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Санкт-Петербург : Наука, 1996. – 539 с.
6. Никифорова С. В., Совершаева С. В. Эффективность маркетинговых коммуникаций в диджитал-среде // Проблемы современной экономики, 2013. №2 (46). – С.175-178.
7. Сергиенко Е.С. Сущность современных рекламных кампаний, реализуемых на агропродовольственном рынке// Практический маркетинг № 7 (149). – 2009. – С.19-30
8. Сергиенко Е.С. Модели рекламных кампаний продовольственных товаров на современном рынке // Практический маркетинг № 1 (155). – 2010. – С.15-24.
9. Марцулевич Д.В. Кроссканальные маркетинговые коммуникации как фактор повышения ценности российских интернет-магазинов // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2017. №1-2 (103). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/krosskanalnye-marketingovye-kommunikatsii-kak-faktor-povysheniya-tsennosti-rossiyskih-internetmagazinov> (дата обращения 25.01.2019).
10. Omni-channel retail – A Deloitte Point of View - 2015 [electronic source] // URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/se/Documents/technology/> (дата обращения 21.01.2019).

УДК 330.14.01

Алиева Е.Ф.к.

*Научный руководитель: Некрасова О.Л, д. эк. н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме. В данном исследовании изучены теоретические основы организационно-экономического механизма управления интеллектуальным капиталом предприятия и построена его концептуальная схема. *Ключевые слова:* интеллектуальный капитал, механизм управления, организационно-экономический механизм.

Постановка проблемы и ее связь с научными или практическими задачами. В современном мире происходят важные экономические трансформации, связанные с интенсификацией накопления и использования интеллектуального капитала. Интеллектуальный капитал во многом определяет возможности и направления применения финансового и материально-вещественного капитала.

Очевидно, что решение проблемы формирования эффективных систем управления интеллектуальным капиталом на отечественных предприятиях связано с такими важнейшими научными и практическими задачами, как повышение конкурентоспособности предприятий, модернизация экономики, эффективное использование национального интеллектуального потенциала [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Исследования сущности интеллектуального капитала освещены в работах многих зарубежных ученых, таких как Л. Эдвинссон, М. Мэлоун, Т. Стюарт и др. Также заслуживают внимания работы российских ученых, среди которых следует выделить Б.Б. Леонтьева, В.Л. Иноземцева, которые предложили комплексный подход к управлению интеллектуальным капиталом.

Однако, несмотря на значительное количество научных работ, остаются недостаточно раскрытыми вопросы обоснования концепции организационно-экономического механизма управления интеллектуальным капиталом и исследование методов оценки эффективности управления интеллектуальным капиталом предприятия.

Целью данной статьи является изучение сущности и содержания организационно-экономического механизма управления интеллектуальным капиталом и обоснования его концепции.

Эффективность использования интеллектуального капитала предприятия во многом зависит от качества организационно-экономического механизма управления этим капиталом.

Понятие «организационно-экономический механизм управления» применительно к различным экономическим объектам достаточно часто встречается в современной научной экономической литературе. Однако, общепринятого развернутого определения термина, который бы в полной мере раскрывал его специфику и особенности управления интеллектуальным капиталом, пока нет.

Объектом управления является интеллектуальный капитал предприятия, и экономические цели его использования. То есть, когда речь идет об организационно-экономическом механизме управления интеллектуальным капиталом, экономическая составляющая этого механизма будет заключаться не только в методах, но и в целях его функционирования. Соответственно организационная составляющая не ограничивается только организационными методами управления, то есть она содержит в себе и организационно-структурные, социально-психологические и административные аспекты. В процессе взаимодействия происходит взаимопроникновение экономических и организационных элементов механизма управления. Следовательно, механизм управления интеллектуальным капиталом имеет, прежде всего, организационно-экономическую природу. [2]

Главной задачей организационно-экономического механизма управления интеллектуальным капиталом является обеспечение его эффективного использования и развития. Соответственно назначение организационно-экономического механизма управления интеллектуальным капиталом должно заключаться в следующем:

- формирование системы управления интеллектуальным капиталом предприятия и обеспечения ее адекватности соответствующим внешним и внутренним условиям деятельности предприятия;
- обеспечение эффективного функционирования интеллектуального капитала;
- воспроизведение интеллектуального капитала;

- рациональное использование всех видов интеллектуального капитала;
- создание нормативной базы управления интеллектуальным капиталом с целью обоснования принимаемых управленческих решений.

Как и любая система управления, организационно-экономический механизм управления интеллектуальным капиталом состоит из двух подсистем: управляющей и управляемой, которые находятся в диалектической взаимосвязи. Управляемая подсистема в данном случае представлена интеллектуальным капиталом и его функциями. Структура и содержание управляющей системы, которая является основой механизма управления, требует более детального анализа и обоснования.

Как отмечается в работах ведущих специалистов по менеджменту, исходными характеристиками системы управления являются цели, которые должны быть актуальными, конкретными, измеряемыми, стимулирующими, обозначенными во времени. Цели, в свою очередь, конкретизируются через задачи, которые представляют собой краткосрочные ориентиры. Решение поставленных задач осуществляется с помощью выполнения соответствующих функций. Функции управления являются основой для формирования структуры управляющей системы и взаимодействия ее компонентов. Они определяют сущность и содержание управленческой деятельности на всех уровнях и этапах управления.

Для целей формирования организационно - экономического механизма управления интеллектуальным капиталом, определение его качественных и количественных характеристик представляется необходимым подход, основанный на рассмотрении общих функций управления как категорий, которые совмещают виды управленческой деятельности. Поэтому такие функции следует, прежде всего, рассматривать не как отдельные, а как функции комплексные, обобщенные. Взяв за классификационный признак содержание процесса управления интеллектуальным капиталом, можно выделить три основные общие комплексные функции управления: планирование, организацию и контроль. При этом стоит учитывать, что реализация функций управления носит не одноразовый, а постоянный характер.

Функции управления реализуются через организационную структуру управления интеллектуальным капиталом. Таким образом, еще одним важнейшим элементом механизма является организационная структура управления интеллектуальным капиталом, которая упорядочивает процесс управления, взаимодействие звеньев, устанавливает подчиненность и соподчиненность, распределяет ответственность.

Под методом управления интеллектуальным капиталом следует понимать целенаправленный порядок деятельности управляющей подсистемы и использования управленческих ресурсов относительно управляемой подсистемы (видов интеллектуального капитала) при соблюдении установленных условий и ограничений.

[3]

В организационно-экономическом механизме управления интеллектуальным капиталом существуют следующие методы управления: организационные (распорядительные); экономические; социально-психологические; правовые.

При выборе методов управления необходимо учитывать тип интеллектуального капитала и подразделение организации, в которой осуществляется управление (научно-исследовательское, производственное, финансовое, маркетинговое и прочее.).

Ни один из названных методов управления не может претендовать на универсальность и исключительность. Более того, специфика интеллектуального капитала как объекта управления предопределяет необходимость и целесообразность использования комбинированных приемов, предполагающих привлечение одновременно нескольких методов управления. Организационно-экономический механизм управления интеллектуальным капиталом должен предусматривать рациональное сочетание методов управления, которые в свою очередь должны

обеспечить эффективную реализацию функций интеллектуального капитала и достижение поставленных целей.

Исходя из того, что процесс управления интеллектуальным капиталом осуществляется с помощью интеллектуального труда, механизм мотивации является еще одним важнейшим элементом организационно-экономического механизма управления интеллектуальным капиталом предприятия. [4]

Мотивационный механизм интеллектуального труда – это совокупность закономерных связей и отношений, определяющих переход от актуализированных потребностей (интересов) индивидов к трудовому поведению. В нем реализуется то, что было сформировано в процессе социализации индивида.

Исходя из того, что важнейшей характеристикой организационно-экономического механизма управления является саморегулируемость и самонастраиваемость, то это предполагает постоянную оценку эффективности управления и выполнение корректирующих действий по результатам этой оценки. Поэтому ключевым элементом данного механизма является система оценки эффективности управления, которая является основой для принятия управленческих решений, своего рода «нервной системой» всего организационно - экономического механизма управления интеллектуальным капиталом.

Обобщая вышесказанное, можно отметить, что в целом структура и содержание управляющей подсистемы представлена субъектами управления, целями, задачами, функциями, организационной структурой, методами управления, мотивационным механизмом интеллектуального труда и системой оценки эффективности управления.

Таким образом, под организационно-экономическим механизмом управления интеллектуальным капиталом предприятия: следует понимать - саморегулирующуюся систему элементов управления (субъектов управления, целей, функций, структуры управления, методов управления интеллектуальным капиталом, мотивационного механизма интеллектуального труда, критериев и методов оценки эффективности управления интеллектуальным капиталом) и объектов управления (типов и видов интеллектуального капитала), в которой происходит целенаправленное преобразование влияния элементов управления на необходимое состояние или реакцию интеллектуального капитала и которая имеет входящие влияния в форме внешних требований и исходную реакцию в виде результатов использования и воспроизводства интеллектуального капитала.

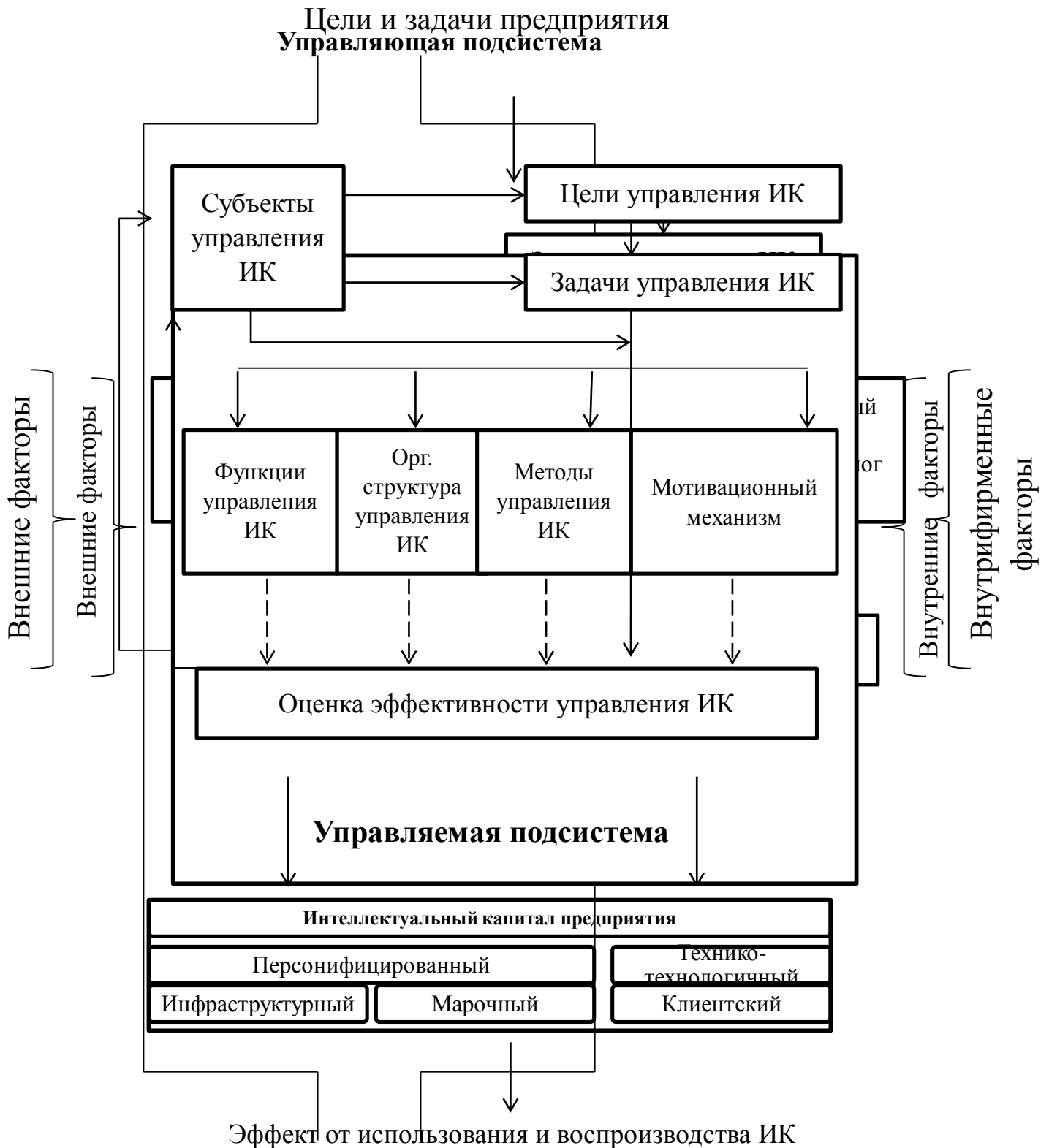
Концептуальная схема организационно - экономического механизма управления интеллектуальным капиталом представлена на рисунке 1.

Организационно-экономический механизм управления интеллектуальным капиталом объединяет в единую систему субъект, объект управления, промежуточный и конечный результат функционирования данного механизма. Таким образом, механизм управления интеллектуальным капиталом является не только экономической, но и социальной системой, которая объединяет в единый социальный организм людей, обладающих как способностью к интеллектуальной работе, так и средствами производства в виде своих знаний.

Организационно-экономический механизм управления интеллектуальным капиталом позволяет преодолеть деструктивное влияние частной собственности, которое согласно классическим положениям экономической теории обуславливает противоречия между непосредственным производителем и владельцем на средства производства [5].

Вывод. Таким образом, важнейшей характеристикой организационно-экономического механизма управления интеллектуальным капиталом предприятия в подсистеме управления персонифицированными интеллектуальными ресурсами является сглаживание традиционного политэкономического противоречия между

непосредственным производителем и собственником на средства производства и результаты труда.



1. Супрун, В. А. Интеллектуальный капитал. Главный фактор конкурентоспособности экономики в XXI веке. М.: Либроком, 2015. - 192 с.
2. Томас, А.С. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций. М.: Поколение, 2016. - 368 с.
3. Рассел, Д. Интеллектуальный капитал. М.: Книга по Требованию, 2016. - 343 с.
4. Быченко, Ю. Инновационный механизм устойчивого развития человеческого капитала. М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2016. - 532 с.
5. Старобинский, Э. Е. Интеллектуальный капитал предпринимателя. - Москва: Гостехиздат, 2015. - 304 с.

УДК 331.101.3

Аревицкая А.А.

*Научный руководитель: Шпандарук В. А., к.э.н., ст. преподаватель
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

УПРАВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЕЙ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме. В данном исследовании изучена специфика мотивации и управления мотивацией персонала предприятия. Установлены особенности построения эффективной системы мотивации на современном предприятии.

Ключевые слова: мотивация, потребности, подходы к мотивации, принципы мотивации.

В современном управлении все большее значение приобретают мотивационные аспекты. Мотивация персонала является основным средством обеспечения оптимального использования ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Основная цель процесса мотивации – это получение максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов, что позволяет повысить общую результативность и прибыльность деятельности предприятия. Особенностью управления персоналом при переходе к рынку является возрастающая роль личности работника. Соответственно, меняется соотношение потребностей и стимулов, на которых может базироваться система мотивации и стимулирования. Для стимулирования сотрудников предприятий используют как материальные, так и нематериальные методы вознаграждения. Между тем, однозначного мнения о соотношении отдельных аспектов мотивационной сферы сотрудников и наиболее эффективных методов управления ними ни теория менеджмента, ни практика управления персоналом не имеет. Таким образом, выбранная тема является достаточно актуальной.

Вопросы мотивации и связанные с ними проблемы стали привлекать внимание ученых с 1930-х годов. Значительный вклад в исследование мотивации внесли зарубежные ученые Дж.С. Адамс, К. Альдерфер, В. Врум, Ф. Герцберг, Э. Лоулер, Д. Мак Грегор, Д. Мак Клелланд, А. Маслоу, В.С. Мерлин, Л. Портер, Б.Ф. Скиннер, Ф. Тейлор, Х. Хекхаузен. Среди отечественных исследователей можно выделить следующих: В.Г. Асеев, В.К. Вилюнас, В.И. Ковалев, А.Н. Леонтьев, П.В. Симонов, Д.Н. Узнадзе, А.А. Файзуллаев, М.Ш. Эминов, П.М. Якобсон. Однако, несмотря на многочисленность исследований по данной теме, проблема управления мотивацией остаётся самой актуальной и самой неразрешенной в практическом плане [1;2;3;4;5].

Целью данной статьи является изучение теоретико-методических основ и разработка научно-практических рекомендаций по построению эффективной системы мотивации персонала предприятия.

Анализ различных подходов к пониманию сущности мотивации позволяет выделить три различных направления. Первое исходит из того, что в основе мотивации лежат внешние или внутренние побуждения экономического субъекта для активизации эффективного выполнения поставленных задач. Во втором направлении под мотивацией понимают психологические силы человека, направленные на повышение уровня усилий, настойчивости, при столкновении с затруднениями или в конкретных ситуациях. Третье направление рассматривает мотивацию как состояние, желание и побуждение человека, которые должны быть направлены на определённую трудовую деятельность, благодаря чему у него возникнет удовлетворение потребностей [6].

Следовательно, несмотря на многообразие существующих определений, ни в одном из них нет достаточно полного объяснения понятия «мотивация».

В современных условиях хозяйствования под мотивацией целесообразно понимать систему мотивационного управления как процесс внешнего и внутреннего побуждения себя и других экономических субъектов к определённой деятельности для достижения конечных целей предприятия и удовлетворения личных потребностей через трудовую деятельность [6].

Управление мотивацией требует сосредоточения внимания на проблеме создания эффективной системы управления персоналом, в которой формируется необходимый уровень мотивации работников к эффективному труду.

Современные подходы к мотивации персонала формировались под влиянием содержательных и процессуальных теорий. Содержательные теории мотивации исследуют нужды работающих на предприятиях людей. Опираясь на них, менеджеры получают возможность глубже осознать нужды подчиненных. Внимание сторонников процессуальных теорий мотивации сконцентрировано на изучении мыслительных процессов, влияющих на поведение человека, объяснении того, какими способами работники стремятся к вознаграждению [7].

Мотивация основывается на двух категориях: потребности (ощущении физиологической или психологической нехватки чего-либо) и вознаграждении (том, что человек считает ценным для себя). Потребности, в свою очередь, делятся на первичные (физиологические) и вторичные (психологические), вознаграждение – на внутреннее и внешнее.

Обобщенная модель мотивации через потребности представлена на рис. 1.

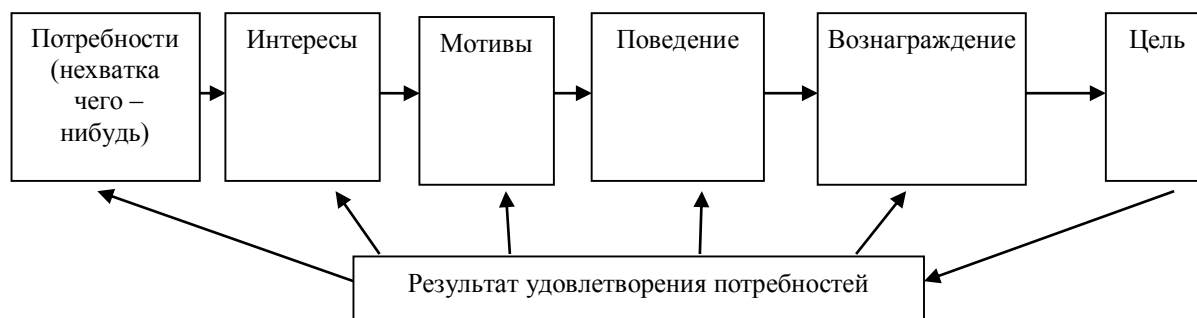


Рис. 1. Модель мотивации через потребности [8]

Потребности порождают в сознании человека интерес, а он – мотивы. Соответственно мотивы обуславливают определенное поведение человека, побуждают его к поступкам и действиям с целью получения вознаграждения и достижения личных целей.

Ведущие теоретики в сфере менеджмента выделили три основных подхода к управлению персоналом: экономический, органический и гуманистический, которые заключаются в оценке роли человека на предприятии. В разрезе подходов к управлению персоналом выделяют системный и стратегический подходы к его мотивации (рис. 2).

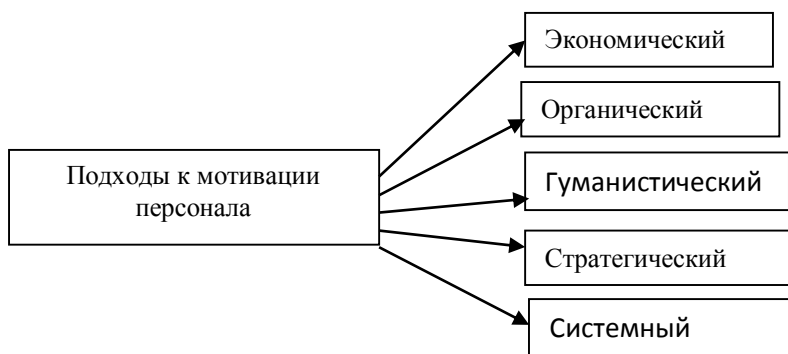


Рис. 2. Подходы к мотивации персонала организации [8]

При экономическом подходе человека рассматривают как объект управления, причем главный интерес представляет его функция – труд, измеряемый затратами рабочего времени и заработной платой. Предприятие является набором механических отношений, поэтому должно действовать подобно механизму: эффективно, надежно и предсказуемо. При таком подходе мотивация персонала состоит, прежде всего, в материальном стимулировании работников, то есть повышении заработной платы, выплате премий и т.п.

Органический подход базируется на совокупности целей, стратегий и методов, влияющих на поведение руководителей и сотрудников. Процесс мотивации осуществляется на уровне взаимодействия руководства и работников.

Гуманистический подход предполагает мотивацию персонала, которая учитывает поведение человека и организацию как культурный феномен. Такой подход предполагает нематериальную мотивацию работников, а именно обеспечение культурного отдыха, создание благоприятных условий труда, привлечения внимания к своим подопечным.

Стратегический подход к мотивации персонала предполагает, что руководство предприятия ставит амбициозные и перспективные цели, ориентируя персонал на их достижение.

Системный подход к мотивации основан на всестороннем учете психологических принципов мотивационного процесса индивидуальной и групповой деятельности, а также действенных методах привлечения, удержания и эффективного труда. Такой подход включает управление мотивацией работников на всех уровнях с использованием всех видов мотивации: в зависимости от временных рамок - долгосрочной, среднесрочной, краткосрочной и сиюминутной; в зависимости от стимулов - материальной и нематериальной, денежной и неденежной.

Согласно опросу, проведенному на предприятиях Днепропетровской области, 98,7% работников определили для себя самым главным нематериальным мотивом постоянную трудовую занятость; 98,0% – благоприятные условия труда; 93,3% – признание со стороны руководства и коллег. На последних местах оказались условия профессионального роста, престиж профессии (квалификации), шансы на продвижение по службе, моральное поощрение (благодарности, грамоты и др.) [8].

При внедрении направлений нематериального вознаграждения работников следует уделить целому комплексу статусных, трудовых и моральных мотивов. Эффективная система моральной мотивации является составляющей частью организационной культуры. Нематериальная мотивация побуждает работников к достижению лучших результатов в долгосрочной перспективе, позволяет им максимально раскрыть и реализовать трудовой потенциал.

Современная эффективная система мотивации должна базироваться на следующих основных принципах: соблюдение законодательства, объективность, предсказуемость и

управляемость, своевременность, справедливость и прозрачность, пропорциональность, дифференциация, комплексность, уважение достоинства сотрудников.

Только сочетание всех этих принципов делает современную систему мотивации эффективной как в крупной корпорации, так и в частной, семейной фирме. Принципы вознаграждения должны излагаться во внутренних политиках и быть доступными для ознакомления персонала.

Разработка системы мотивации персонала должна проводиться с помощью специальных методов и основываться на объективном анализе ситуации как внутри предприятия, так и на рынке труда. С этой целью предлагаем следующую последовательность действий:

1. Сначала полезно провести обучающий семинар для руководителей предприятий, который посвящен вопросам мотивации, стимулирования и оплаты труда персонала. Создание высокой мотивации сотрудников на достижение целей компании – это задача всех руководителей, а не только генерального директора или менеджера по персоналу.

2. Необходимо провести диагностику существующей системы мотивации на предприятии. Данный этап выполняется с целью выяснения сложившейся ситуации и анализа реальных причин низкой мотивации работников на исполнение должностных функций и требований руководителей.

3. Целесообразно провести диагностику и анализ структуры трудовой мотивации персонала предприятия.

4. Нужно изучить особенности существующей системы оплаты труда на предприятии. На данном этапе производится анализ всей доступной информации для определения оптимального размера оплаты труда работников.

5. Проводится разработка и обоснование постоянной части заработной платы. На данном этапе определяются или корректируются шкалы должностных окладов, нормативные показатели результатов, определяются квалификационные надбавки и доплаты за особые условия труда.

6. Осуществляется разработка переменной части заработной платы. На данном этапе анализируются возможности использования на предприятии различных видов премий, таких, как премия по индивидуальным результатам, премия за вклад в работу подразделения, целевая премия, премия по общим результатам работы компании.

7. Выполняется анализ и обоснование социального пакета.

8. Разрабатываются неденежные виды и формы мотивации.

Создание эффективной системы мотивации невозможно без развитой системы материального поощрения. Поэтому наряду с системой гарантированной заработной платы, обязательно должна использоваться система дополнительного материального поощрения.

Таким образом, только в условиях комплексного использования разнообразных принципов, подходов и поощрительных систем возможно эффективно мотивировать работника к достижению необходимых предприятию результатов.

Применение предложенных рекомендаций позволит значительно повысить эффективность процесса управления мотивацией персонала предприятия.

Перспективами дальнейших исследований будет разработка рекомендаций по мотивации с учетом особенностей предприятий и персонала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Воронина Э.М. Менеджмент предприятия и организации / Э.М. Воронина. - М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2004. - 256 с.
2. Драчева Е.Л. Менеджмент: учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования / Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов. - М.: Академия, 2012. - 304 с.
3. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы / Е.П. Ильин. - СПб.: Питер, 2002 - 512 с.

4. Ковалев В.И. Мотивы поведения и деятельности / В.И. Ковалев. - М.: Наука, 1988. - 193 с.
5. Пересветов Ю.В. Менеджмент: курс лекций / Ю.В. Пересветов, М.В. Карпычева, Е.А. Иванова. - М: МИИТ, 2010. - 176 с.
6. Пономаренко А.П. Понятия мотивации и стимулирования, их отличительные особенности и взаимодействие / А.П. Пономаренко // Экономика промышленности. – 2009. -№5. – С.211-215.
7. Бабенко А.Г. Социально-экономические факторы производительности труда в контексте управления персоналом сельскохозяйственных предприятий / А.Г. Бабенко, К.В. Бондаревская // Вестник Полтавской государственной аграрной академии. – 2012. – Том. 2. – Вып. 4(1). – С. 39-45.
8. Перевозчикова Н.А. Особенности мотивации персонала на современных предприятиях [Электронный ресурс] / О.Н. Перевозчикова, И.Ю. Котова// Эффективная экономика. – 2014. – №3. – Режим доступа: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

УДК 339.138:303.72.4

*Бабенко М.
Научный руководитель: Молохова Я.О., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ КАК ОСНОВА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

Резюме. В данной статье рассматривается сущность цифрового маркетинга, его особенности, основные методы и подходы к продвижению товара, а также анализируется его роль для предприятия.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, социальные сети, продвижение, товар, конкуренция.

Актуальность. Происходящие в мировой экономике процессы все чаще нуждаются в создании и использовании новых, модифицированных подходов и способов управления. Как следствие этого происходят трансформации в понимании сущности маркетингового управления предприятиями и организациями. Можно говорить о том, что происходит цифронизация экономической среды и общества в целом, которая предполагает создание цифрового маркетинга как одного из наиболее эффективных способов управления конкурентоспособность бизнеса.

Степень изученности проблемы. Изучением становления и развития цифрового маркетинга занимаются такие российские ученые как В.В. Головина, О.В. Казнина, М.С. Москалев, Д.М. Скотт и др. Однако в условиях динамичности и изменчивости окружающей среды данная проблема нуждается в дальнейшем изучении и анализе.

Целью исследования является анализ цифрового маркетинга как основы функционирования организаций.

Основная часть. Цифровой маркетинг – это новый вид маркетинга, который позволяет взаимодействовать с клиентами и партнерами по средству цифровых информационных технологий. В более широком смысле под цифровым маркетингом можно понимать создание и реализацию маркетинговой деятельности через электронные коммуникации. Такой подход является особо важным для предприятий в современной экономической среде, которая характеризуется повышением уровня конкуренции и ужесточением «правил выживания» - наличием барьеров для успешного функционирования. Использование современных технологий позволяет проводить не только координацию всех действий предприятия, но и выявлять более точно «узкие» места, проблемные зоны, тенденции и желания рынка.

Важно подчеркнуть, что цифровой маркетинг на прямую касается Интернет-маркетинга, но в отличии от последнего он устанавливает тесные взаимосвязи с группами

потребителей в офлайн режиме через использование различных мобильных и компьютерных приложений и технологий.

Основными элементами цифрового маркетинга является контекстная реклама, поисковые системы, почтовая рассылка, благотворительность, спонсорство, игровой и вирусный маркетинг. Однако наиболее значимое место занимает медийный маркетинг в социальных сетях. Его суть заключается в привлечении внимания потребителей к товару, услуге через различные информационные платформы. Иными словами – это канал распространения информационных сообщений в целях продвижения товара для зарегистрированных пользователей, которые могут общаться между собой и быть распространителями данных информационных сообщений [1].

Ключевым моментом успешной рекламы является контент, которым можно легко делиться через социальные платформы самостоятельно, не требуя координации и контроля действий. Таким образом, возникает новая, более усовершенствованная коммуникативная связь между предприятиями и общественностью. При этом, такие информационные сообщения вызывают больше доверия у потенциальных пользователей по средству отзывов и опыта предыдущих клиентов.

Стоит отметить, что подобное продвижение через социальные платформы и сети дает возможность влиять на потребителей и их действия, выбирать нужную целевую аудиторию для точечного воздействия и соответствующие коммуникационные инструменты.

Таким образом, маркетинг социальных сетей содержит довольно широкий инструментарий, множество методов, методик и подходов, позволяющий эффективно взаимодействовать с потребителями. Среди них можно выделить бренд-сообщества - представление организаций в социальных сетях. Данный метод подразумевает создание репутации путем рекламирования своего товара через нестандартное SMM-продвижение на просторах Интернета.

Основными подходами такого продвижения являются [2]:

1. Создание групп – медиа-площадок для привлечения потребителей.
2. Таргетированная реклама в виде баннеров или контекстных объявлений и ссылок, ведущие на сайт или иную площадку.
3. Рекламный контент в виде блогов и социальных страничек.
4. Френдинг – или игровой маркетинг.
5. Рассылка инвайтов - приглашение на закрытые интернет-ресурсы, группы, форумы, сайты или их разделы от администратора или представителя организации.

Как ранее уже упоминалось в статье, компании используют различные социальные сети в роли маркетинговых коммуникаций. Это связано с возможностью выделить четыре основные направления развития [3]: мониторинг соцсетей; продвижение в соцсетях; управление репутацией; клиентская поддержка в соцсетях.

Согласно данным Statista цифровым маркетингом пользуется порядка 47% компаний, общее количество подписчиков которых составляет порядка 67,8 млн россиян. Наиболее популярными каналами продвижения являются YouTube и ВКонтакте – 63% и 61% соответственно (рис.1).

По данным исследований, в современный пользователи социальных сетей тратят на различные интернет-платформы несколько часов в день. В течение всего этого времени пользователь находится в зоне информационного влияния, оказываемого социальными сетями, а значит они являются объектами воздействия различных предприятий с целью мотивации к покупке.

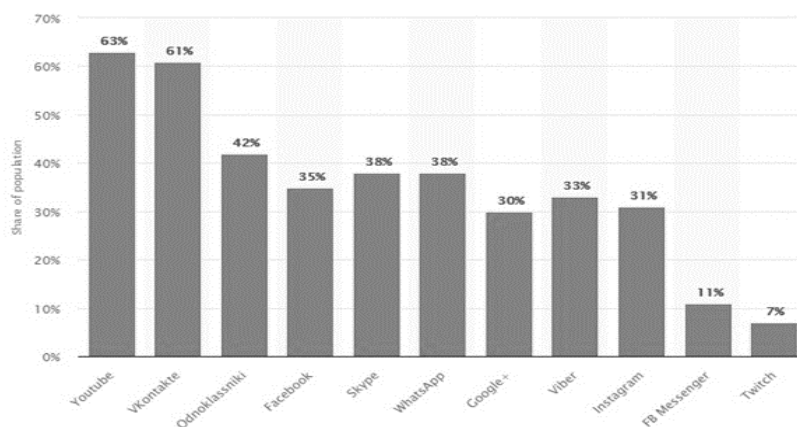


Рис. 1 Рейтинг популярности социальных платформ в Российской Федерации в 2018 г., % [4]

При этом для каждой возрастной категории предназначены свои социальные сети, с соответствующей рекламой и ее подачей. Так, сетью «ВКонтакте» пользуются преимущественно молодые люди в возрасте до 30 лет и несовершеннолетние лица. Для «Мой Мир» и «Одноклассники» характерно преобладание пользователей в возрасте 35-44 лет, а для «Facebook» и «LiveJournal» - в возрасте от 18 до 34 лет (рис.2).

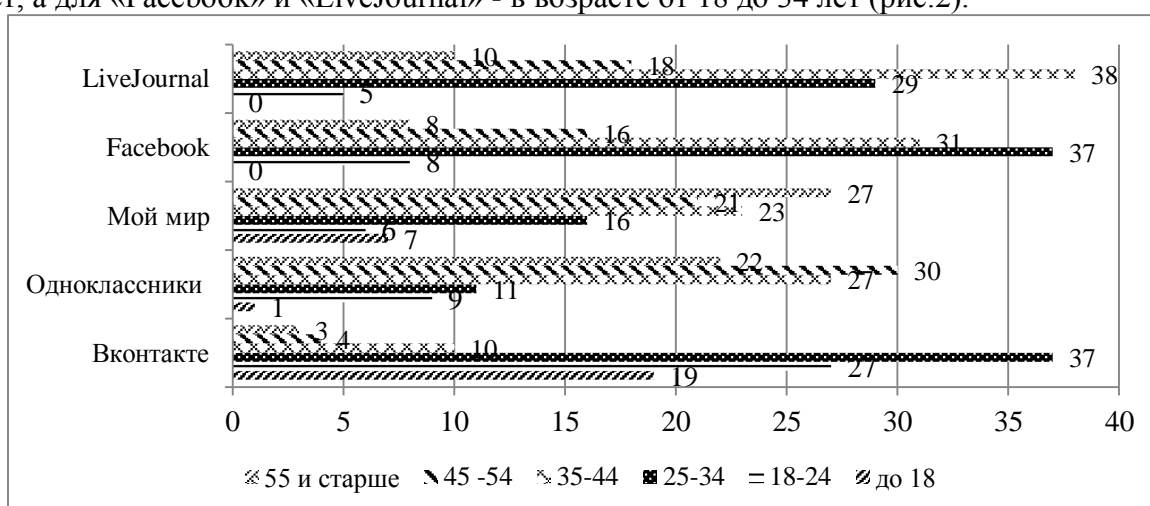


Рис.2. Возрастная структура российских пользователей социальных сетей в 2018 г., %, [5]

Помимо этого, одним из направлений цифрового маркетинга является digital marketing, который включает маркетинговые бизнес-процессы по средству использования различных информационных технологий. Ключевую роль в данном играют интегрированные маркетинговые информационные системы. Благодаря им обеспечивается автоматизация всех процессов на всех уровнях управления. Стоит отметить, что такой маркетинг нуждается в постоянной поддержке со стороны современных информационных методов управления на основе маркетингового подхода, который в конечном обеспечивает контроль и координацию всей маркетинговой деятельности предприятия.

Исходя из этого, можно выделить ряд задач цифрового маркетинга:

1. Увеличение числа цифровых каналов для более массового и полного информирования потребителей о своем товаре и привлечения новых клиентов.

2. Усиление конкуренции. Так как цифровые каналы являются относительно дешевыми, по сравнению с традиционными средствами массовой информации это делает их доступными для использования в сферах практически любого бизнеса и любого масштаба компании, что в конечном итоге приводит к усложнению конкуренции среди организаций.
3. Получение только необходимых объемов данных. Так как потребители оставляют огромное количество собственных данных в цифровых каналах (поисковые запросы, отзывы о товарах, вопросы на форумах, заказы в интернет-магазинах, просмотр рекламных роликов через сеть), массив информации становится чрезвычайно большим, что приводит к затруднению поиска нужной информации и невозможности провести целенаправленную рекламную кампанию.

Таким образом, можно сделать вывод, что увеличение цифровых каналов информирования является первоочередной задачей, т.к. это позволит реализовать следующие задачи цифрового маркетинга.

Важно отметить, использование таких технологий на практике существенным образом влияет на функционирование и жизнедеятельность предприятия. Рассматривая продвижение товаров, можно утверждать, что изменения специфики товаров и каналов их распространения привело к изменению способов их продвижения. Следствием этого стала неактуальность использования традиционного маркетинга и проведения исследований, в частности в полевых условиях. Исследования показывают, что более 90% пользователей интернета читают онлайн-отзывы о продукте или услуге перед совершением покупки. Более того, порядка 67% решений о покупке потребительских товаров основаны на информации, предоставленной пользователями, а не компаниями. В среднем, перед совершением покупки пользователи читают как минимум четыре отзыва [6].

Касаемо предприятий, то цифронизация маркетинга позволила им отслеживать все этапы покупательского поведения и адаптировать свою деятельность в соответствии с ними.

Еще одним важным аспектом является увеличение важности проводимых PR-мероприятий в социальных сетях. Непосредственное общение со своими и потенциальными потребителями позволяет лучше понимать желания клиентов, их ожидания и вкусы, а также узнавать реальное мнение и впечатления от использования продукции предприятия. Помимо этого, под влиянием цифрового маркетинга происходит трансформация маркетинговой деятельности предприятия, которая помогает находить высокоприбыльные ниши и сегменты.

Еще одним важным элементом в системе маркетинговых коммуникаций предприятия являются потребители. В данном случае для успешного функционирования нужны квалифицированные сотрудники, так называемые информационные работники, «работники знаний», которые обязаны находиться всегда на связи со своими клиентами, быть компетентными и сглаживать конфликтные ситуации при их возникновении. Таким образом, стираются традиционные границы между рабочим и свободным временем. Однако это приводит к развитию каналов интернет-продаж и росту необходимости круглосуточного обслуживания клиентов, за счет которого можно получить существенное конкурентное преимущество на рынке.

Вывод. На основе проведенного исследования, можно говорить о том, что современные цифровые технологии являются основой для создания нового потребителя - потребителя социальных сетей. Помимо этого, он целенаправленно развивает маркетинговый инструментарий, создавая более совершенные инструменты, а также, формируют предпосылки и необходимые условия для модернизации производственной, организационной и технологической базы компаний. На современном рынке

преобладает новый вид маркетинга – цифровой, позволяющий сделать из средней организации серьезного рыночного конкурента при минимальных затратах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Соловьева, Ю.Н. Направления развития маркетинговой компетентности в условиях цифровой экономики // Маркетинг-менеджмент в цифровой экономике. – 2015. – № 2. – С. 20–29.
2. Казнина О.В. Современные методы продвижения бренда: Digital-брендинг // Брендменеджмент. 2015. № 1. С. 22–35.
3. Digital-продвижение: что главнее — механика или идея [Электронный ресурс]. URL: <http://cabmarket.kz/article/node/22262-digital-prodvizhenie-chto-glavnee-mekhanika-ili-deya> (дата обращения 01.02.2019)
4. Тренд социальных сетей в России [Электронный ресурс]. URL: <https://www.web-canape.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/> (дата обращения 04.02.2019)
5. Социальные сети в России. Цифры, тренды, прогнозы // Brand Analytics [Электронный ресурс]. URL: br-analytics.ru (дата обращения 03.02.2019)
6. Скотт Д.М. Новые правила маркетинга и PR: Как обращаться напрямую к покупателям с помощью социальных медиа, блогов, новостных релизов, онлайн-видео и вирусного маркетинга. – 2011. – 349 с.

УДК 339.9: 330.322

Баланда Б.В.

*Научный руководитель: Бойко А.Н., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ТЕНДЕНЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Резюме. В данном исследовании была проанализирована международная инвестиционная активность на современном этапе, а также выделены её основные тенденции. Рассматривается внешняя инвестиционная деятельность России, её проблемы, перспективы и пути развития. Установлено, что перспективным направлением для улучшения положения внешней инвестиционной активности является активизация сотрудничества со странами Азиатско-Тихоокеанского региона.

Ключевые слов: прямые иностранные инвестиции, инвестиционная активность, Азиатско-Тихоокеанский регион, инвестиционные проекты.

Актуальность. В современных условиях развития международных экономических отношений все более актуальными становятся вопросы, затрагивающие аспекты международного движения капитала. Особо значимую роль в этом процессе имеют инвестиции, которые сегодня дают не только возможности для развития отдельно взятых субъектов хозяйственной деятельности, но и государств в целом, стимулируя диверсификацию и модернизацию различных отраслей экономики. Во времена нестабильности экономического развития данный процесс имеет большое значение для России, переживающей экономическую блокаду со стороны Западной Европы и США, перспективным направлением для которой явилось развитие партнерских отношений с АТР.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам международного движения капитала и инвестиционной деятельности посвящено много работ отечественных и зарубежных ученых, среди которых: Л.П. Гончаренко, В.П. Орешин, А.З. Астапович, С.А. Маковецкий, А. Кейн, У.Ф. Шарп и другие. Несмотря на большое количество публикаций по разным аспектам инвестиционной деятельности,

недостаточно исследованными остаются вопросы реализации инвестиционной политики и её влияния на экономику страны в современных условиях.

Цель исследования: анализ основных тенденций международной инвестиционной деятельности между Россией и АТР.

Результаты исследования. Публикации многих ученых-экономистов подтверждают тот факт, что без притока иностранных инвестиций государство, обычно, не в состоянии обеспечить должный уровень развития, выражающийся в стабильных и растущих макроэкономических показателях, расширении производства, росте конкурентоспособности на мировых рынках, современной инфраструктуре и научно-техническом прогрессе. Все эти аспекты определяет эффективная промышленная и инвестиционная политика страны, которые в той или иной степени всегда взаимосвязаны между собой.

Особое значение для роста промышленности играют прямые иностранные инвестиции (ПИИ), позволяющие обеспечить не только приток дополнительных капитальных вложений, но и международного опыта в ведении бизнеса, технологий, высококвалифицированных кадров. Для того, чтобы понять современную обстановку международной инвестиционной активности следует рассмотреть график динамики объема глобальных ПИИ.

Анализируя график можно заключить, что в современном мировом пространстве начиная с 2015 года отмечается падение данного показателя, что, прежде всего, связано со снижением доходности инвестиций [1]. Такая тенденция привела к тому, что темпы международного производства замедлились, что поставило под угрозу темпы развития отдельных стран, а следовательно, и мирового хозяйства в целом (рис. 1).

Так, если в 2015 году объем глобальных ПИИ составлял 1,92 трлн. долл. США, то уже в 2016 и 2017 гг. данный показатель составлял 1,87 и 1,43 трлн. долл. США соответственно. Особо резкое падение в 23% отмечалось в период с 2016 по 2017 гг. Если же рассматривать динамику по группам стран, то можно отметить, что в развитых странах и странах с переходной экономикой ПИИ сократились на 37% и 27% соответственно по сравнению с 2016 годом. Тем не менее в развивающихся странах данный показатель практически не изменился.

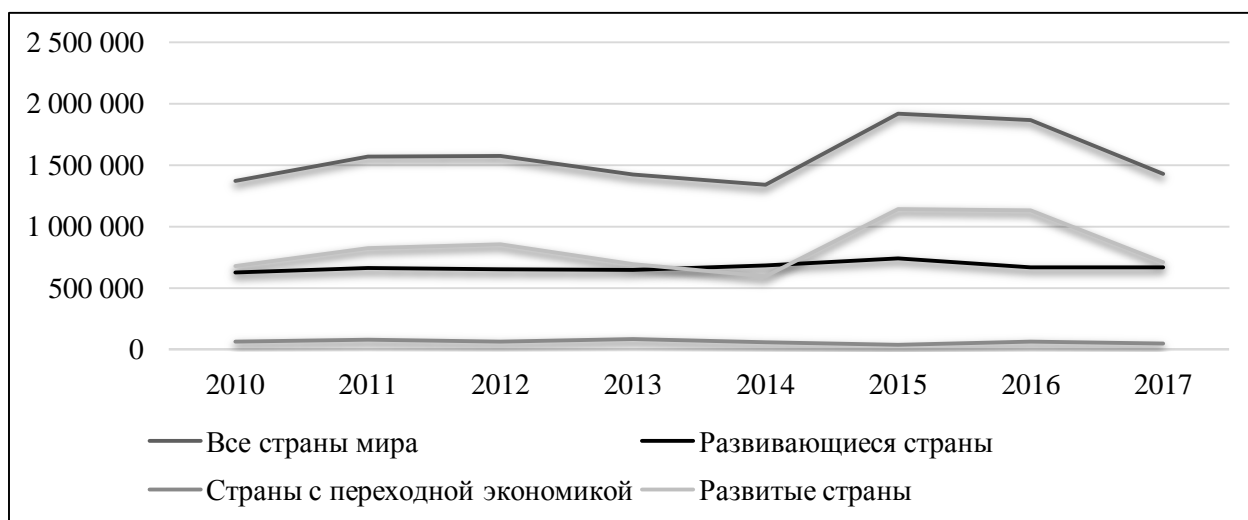


Рис. 1. Объемы глобальных ПИИ по миру и по группам стран за 2010-2017 гг. в млн. долл. США [2]

Показателем, который наиболее ярко отражает состояние внешней инвестиционной деятельности России, является объем прямых иностранных инвестиций.

Рассматривая динамику данного показателя, можно заметить её нестабильность. После 2013 года – наивысших значений объемов импорта и экспорта ПИИ в 53397 и 70685 млн. дол. США, соответственно, на протяжении 2014-2015 годов данные показатели значительно снижались до рекордно низких значений, и в конце 2015 года составили 11858 и 27090 млн. дол. США. Однако в 2016-2017 годах последовало восстановление объемов ПИИ с небольшими колебаниями, которые на конец 2017 года составляли 25284 и 36032 млн. дол. США (рис. 2).

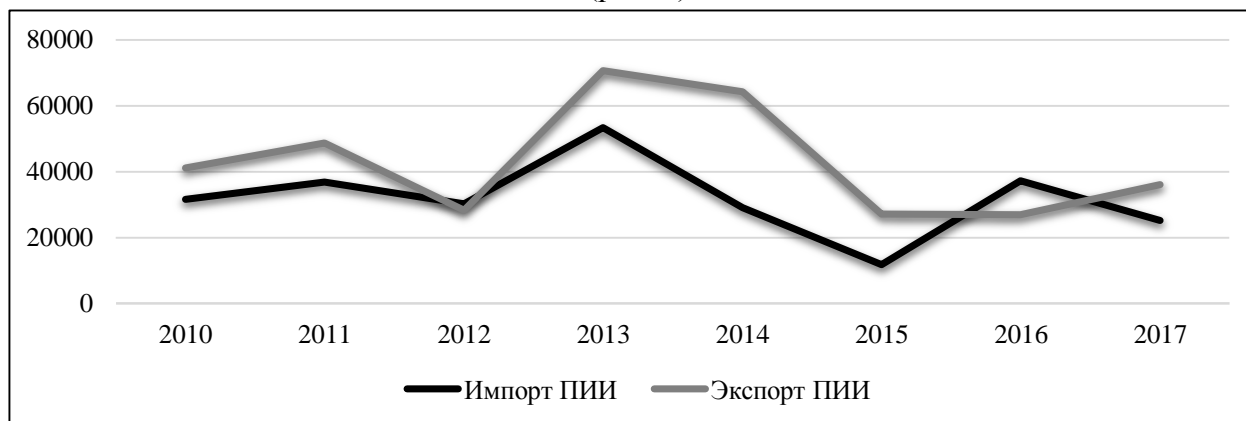


Рис 2. Динамика объемов ПИИ в России за 2010-2017 гг., млн. дол. США [2]

Спад в период с 2014 по 2015 годы обусловлен общим снижением эффективности российской экономики во многих секторах, нестабильностью национальной валюты, ухудшением делового климата, сложившейся геополитической напряженностью и санкциями со стороны Западной Европы и США, сократившими объемы потоков ПИИ. Несмотря на некоторое повышение показателей динамика остается нестабильной.

Перспективным направлением решений данной проблемы можно считать активизацию инвестиционных отношений со странами АТР, которая не только стимулировала бы восстановление инвестиционной стабильности, но и способствовала экономическому росту Российской Федерации в целом. Особо важную роль в этом вопросе играет взаимная выгода, которая и позволит стимулировать деловую активность между странами.

Примерами таких потенциальных направлений можно считать следующее:

➤ **Энергоресурсы – Инновации.** Особое значение данное направление имеет для развития российско-японских отношений. Так, рассматривая энергетический баланс Японии можно заметить, что 90% энергоресурсов приходится на импорт, что повышает интерес японских партнеров в инвестиционном сотрудничестве с Россией. Среди прочих стимулов отмечается потребность в снижении зависимости от энергоресурсов стран Ближнего Востока, а также обеспечение стабильности поставок. В свою очередь японские контрагенты могут предложить российской экономике технологии и капитал, которые помогли бы активизировать темпы инновационного внедрения в производство страны, что стимулировало бы экономический рост в целом [3].

➤ **Природные ресурсы – Легкая промышленность.** Такое направление характерно для российско-китайских отношений, что обусловлено дефицитом природных ресурсов в Китае, нехватка которых может замедлить рост экономики страны. В свою очередь в номенклатуре российских потребительских товаров наблюдается нехватка продукции легкой промышленности, производство которой налажено в КНР. Такая взаимодополняемость сможет способствовать росту инвестиционного и экономического сотрудничества между странами [4].

Также, для большей конкретики можно рассмотреть примеры некоторых актуальных инвестиционных соглашений, заключенных между сторонами (табл. 1).

Инвестиционные проекты между Россией и АТР

Проект	Сумма	Год	Инвесторы
Строительство лесообрабатывающего комплекса по производству пиломатериалов для деревянных домокомплектов и строительство-продажа деревянных малоэтажных домов [5].	14,96 млрд. руб.	2018	АНО АПИ (Россия), Iidagroup (Япония)
Строительство завода по производству метанола на базе завода «Химпром» в Волгограде. Начало строительства ожидается в 2020 году, а окончание – в конце 2022 [6].	Более 800 млн. дол. США	2018	РФПИ, и АЕОН (Россия), Marubeni Corporation (Япония)
Строительство целлюлозно-бумажного комбината в городе Амурск Хабаровского края [7, с. 85].	145 млн. дол. США	2017	АПИ (Россия), China Paper (Китай)
«Ямал СПГ» - крупный проект по сжиганию газа в Арктике на полуострове Ямал [8].	Около 23,4 млрд. дол. США	2013-2018	CNPC (Китай), Фонд шелкового пути (Китай), Китайский банк развития, Экспортно-импортный банк Китая

Тем не менее, как можно заметить, главная потребность стран АТР в России заключается, преимущественно, в энергоресурсах и сырье, на что в долгосрочной перспективе рассчитывать не следует. Такие обстоятельства требуют развития других направлений инвестиционного сотрудничества, что должно выражаться в стимулировании роста несырьевых отраслей, а также в освоении и внедрении инноваций в производственный процесс. В противном случае, оставаясь сырьевым придатком, российская экономика не сможет рассчитывать на стабильное и устойчивое азиатско-тихоокеанское партнёрство.

Несмотря на предпринимаемые шаги, в сотрудничестве РФ и АТР остается ряд проблем, ограничивающих активизацию российско-азиатских инвестиционных отношений.

Среди основных препятствий усиления данного процесса можно выделить следующие:

1. Незрелость российской инфраструктуры, что определяется несовершенством законодательства, коррупцией, бюрократизацией, таможенными барьерами и высокими издержками на организацию и функционирование бизнеса.

2. Ограниченность отраслевой разветвлённости, характеризующаяся превалированием добывающей промышленности и сельского хозяйства в общей структуре производства, что в свою очередь ограничивает круг интересов азиатских инвесторов к российской экономике [4].

3. Недостаточная информированность об существующем инвестиционном климате, что снижает осведомленность азиатских партнеров о потенциальных выгодных проектах и льготных условиях на ведение инвестиционной деятельности.

4. Геополитическая напряженность и санкции, что выражается, прежде всего, в сокращении доверия и уверенности инвесторов в благонадежности российской экономики, а также в ограничительном характере потока инвестиций со стороны некоторых стран АТР.

5. Волатильность рубля, порождающая рост валютных рисков и непредсказуемость работы инвестиций, обусловленная затруднительным прогнозированием дохода от капиталовложений.

Для нивелирования влияния перечисленных факторов необходимо принять ряд таких мер, в осуществлении которых первостепенную роль должно играть государство:

- ✓ разработать оптимальную законодательную базу, отвечающую потребностям инвесторов и экономической безопасности государства;
- ✓ внедрить инновации в производственный процесс и развивать высокотехнологические отрасли;
- ✓ создавать информационные центры с целью непрерывного информирования потенциальных инвесторов [9];
- ✓ урегулировать экономико-политические проблемы путем расширения деловых отношений с другими странами.

Выводы. Современное положение международной инвестиционной деятельности показывает нестабильность и тенденцию к снижению объема глобальных инвестиций, что весьма неблагоприятно может сказаться на мировом хозяйстве. Особую роль это играет для российской экономики, которая находится сегодня в затруднительном положении из-за наложенных санкций. Решение данной проблемы может заключаться в стимулировании инвестиционного сотрудничества со странами АТР, что позволило бы устранить существующую нестабильность внешнего инвестиционного процесса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. World Investment Report 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018_overview_ru.pdf – (дата обращения: 23.01.2019).
2. Статистический сайт Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unctadstat.unctad.org> – (дата обращения: 23.01.2019).
3. Кузнецов А.В. Особенности инвестиционной стратегии Японии и перспективы сотрудничества с Россией // Финансы: Теория и Практика. Выпуск No. 21. Том 6. 2017. С. 108-117.
4. Ярков Д.А. Анализ модели развития российско-китайских инвестиционных отношений на современном этапе // Общество: политика, экономика, право. Выпуск No. 3. 2017.
5. Итоги работы Восточного экономического форума – 2018. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://forumvostok.ru/news/itogi-raboty-vostochnogo-ekonomicheskogo-foruma-2018/> – (дата обращения: 25.01.2019).
6. Российский фонд прямых инвестиций. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://rdif.ru/fullNews/3405> – (дата обращения: 25.01.2019).
7. Крутаков Л. АТР как новая зона роста мирового рынка/ Л. Крутаков // Официальный журнал Восточного экономического форума. – 2018. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://forumvostok.ru/upload/iblock/d05/d05b4bf9240ac25829a236d3c6c61edb.pdf> – (дата обращения: 25.01.2019).
8. Рычагов М. Поднебесная экспансия. Китайцы инвестируют миллиарды в российский бизнес // Журнал Forbes. – 2018. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.forbes.ru/biznes/368233-podnebnaya-ekspansiya-kitaycy-investiruyut-milliardy-v-rossiyskiy-biznes> – (дата обращения: 25.01.2019).
9. Самойленко П.Ю. Проблемы интеграции России в АТР в контексте имиджевой и инвестиционной привлекательности регионов Дальнего Востока // Таможенная политика России на Дальнем Востоке. No. 73. 2015. С. 46-53.

УДК 658

Бедин Е.Д.

*Научный руководитель: Вертиль Н.Н., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Резюме. Рассмотрено содержание понятия результативности деятельности предприятия и его экономическая сущность. Выявлена разница между результативностью и эффективностью деятельности предприятия. Установлено, что результативность в первую очередь связана с разработкой целевых программ, выбором стратегии и достижением целей.

Ключевые слова: результативность, эффективность, управление предприятием, оценка деятельности организации.

Актуальность темы. В современном мире проблема результативности деятельности предприятий является одной из основных проблем субъектов рыночного хозяйства, поскольку в управлении любой организацией (вне зависимости от формы собственности, отраслевой принадлежности, размера, сложности, стадии жизненного цикла и прочих характеристик) лежит измерение результативности и эффективности ее функционирования. В рамках конкурентной среды результативность предприятия рассматривается по отношению к его конкурентам. Предприятие является конкурентоспособным и может функционировать в конкурентной борьбе, когда результативность его деятельности находится на уровне конкурентов или выше, в ином случае оно будет вытеснено с рынка.

Хотя полученные знания и опыт заключаются в том, что каждая организация стремится к достижению поставленных целей, нет единого мнения ни в отношении значения, ни в измерении результативности организации.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам исследования категории «результативность деятельности предприятия» посвящено множество научных исследований и публикаций такими авторами, как: Б.А. Райзберг, И. В. Кальницкая, Д.С. Синк, В.К. Кондрашова, О.Г. Исаева, М. Армстронг, А. Бэрн, Е.М. Мерзликина, С.А. Бескоровайная и другие. При этом стоит отметить, что авторы И. В. Кальницкая, В.К. Кондрашова, О.Г. Исаева рассматривают экономическую категорию результативности наряду с категорией эффективности как неотъемлемые компоненты единого целого.

Цель исследования. Рассмотреть и систематизировать теоретические подходы к определению понятия «результативность деятельности предприятия», выявить отличительные особенности понятий «эффективность» и «результативность», определить сущность экономической категории «результативность».

Результаты исследования. Вопросы соотношения категорий «эффективность» и «результативность» являются традиционно актуальными вне зависимости от объемов полученных знаний. В научной литературе продолжает существовать практика подмены или же синонимизации понятий «эффективность» и «результативность», что существенным образом отражается на правильности понимания сущности и восприятия этих понятий.

Так, согласно стандартам ГОСТ Р ИСО 9001-2015, где результативность (effectiveness) понимается как степень реализации запланированной деятельности и достижения запланированных результатов, а эффективность (efficiency) рассматривается как соотношение между достигнутым результатом и использованными ресурсами [1].

В экономическом словаре Б.А. Райзберга понятие результативности трактуется как степень достижения цели управления, ожидаемого состояния объекта управления; определяется значениями выходных параметров, показателей деятельности объекта управления, а эффективность – как относительный эффект, результативность процесса, операции, проекта, определяемые как отношение эффекта, результата к затратам, расходам, обусловившим, обеспечившим его получение [2].

П. Друкер называет следующие отличительные признаки исследуемых терминов: «результативность» (effectiveness) означает «умение делать правильные вещи» (doing the right things), а «эффективность» (efficiency) – «умение делать вещи правильно» (doing things right). По мнению П. Друкера, вначале необходимо определиться с выбором стратегии, с целевой направленностью деятельности, а затем – достигнуть поставленных целей с минимально возможными затратами, т.е. исходно верная стратегия при эффективном использовании ресурсов должна непременно привести к намеченному результату[3].

Сравнительная таблица экономических категорий «результативность» и «эффективность»

Признак	Результативность	Эффективность
Содержание	Достижение целей	Отношение эффекта к издержкам
Значение	Делать правильные вещи	Делать вещи правильно
Время	Долгосрочная перспектива	Краткосрочная перспектива
Подход	Экстравертированный	Интровертированный
Деятельность	Формулирование стратегии	Реализация стратегии
Ориентация	Стратегии	Операции

Исходя из вышенаписанного, можно сделать заключение, что экономические категории «результативность» и «эффективность» не являются тождественными, поскольку первое непосредственно связано со степенью достижения четко определенных целей, задач или планов, а второе характеризует отношение полученного результата к ресурсам, кои были израсходованы в ходе его реализации.

Однако в экономической литературе не существует единого мнения относительно категории «результативность». Данное понятие рассматривалось учеными с различных точек зрения:

Кальницкая И. В. определяет понятие результативность деятельности организации как способность формулировать свои цели с учетом внешних и внутренних условий функционирования и достигать поставленных результатов при фиксированных затратах или способность минимизировать затраты при достижении требуемых результатов. При этом отмечает, что проблема эффективности и результативности организации затрагивает все направления ее деятельности: производственную, маркетинговую, финансовую, социальную, инновационную и др [4].

Известный экономист Д. Синк под эффективностью организационной системы понимает результативность ее функционирования, которая складывается из следующих семи составляющих [5]:

1. действенность — степень достижения поставленных целей;
2. экономичность — степень использования ресурсов;
3. качество — степень соответствия спецификациям и назначению;
4. прибыльность, или соотношение между валовым доходом и суммарными издержками;
5. производительность — соотношение количества произведенных продуктов к потребленным ресурсам;
6. качество трудовой жизни — степень удовлетворения личных потребностей и запросов участников производства в процессе трудовой деятельности;
7. внедрение новшеств как характеристика преобразования научно-технического потенциала предприятия.

В. К. Кондрашова и О. Г. Исаева рассматривают экономическую категорию результативности наряду с категорией эффективности как неотъемлемые компоненты единого целого: «Между эффективностью и результативностью такой же контраст, как между пассивностью и активностью. Эффективность связана с практичностью, с умением ориентироваться в текущих делах. Результативность требует ясного видения будущих целей и направлений. Результативность характеризует достижение поставленных целей, а эффективность — средства, методы, способы, используемые для достижения этих целей. В то время как эффективность — минимальное условие выживания, после того как успех был достигнут, результативность — способность расширять границы предприятия, т. е. основа нового успеха. Пример результативности — выпуск продукции без брака, эффективности — минимизация ее стоимости [6]».

Интересна и точка зрения М. Армстронга и А. Бэрона: «Часто результативность рассматривают исключительно с точки зрения конечного результата – достигнуты ли количественные целевые показатели. На самом деле это нечто большее: важны цели, стремления, а также качественные сдвиги. Этот аспект результативности можно оценить, соотнеся с установленными стандартами, заданными в следующей форме: «Результативность отвечает установленным стандартам, если...» Разумеется, результаты можно оценивать и количественно. Оценка такого рода появляется, когда проект или задача (конечная или промежуточная), выполнена на минимально удовлетворительном уровне. Но результативность – это вопрос не только того, что сделано, но и как [7]».

Исходя из вышенаписанного, можно выделить основные элементы (таблица 2), которые, по мнению ученых, составляют категорию «результативность», и провести анализ на соответствие (таблица 3) единому толкованию данного понятия.

Таблица 2

Основные составные элементы экономической категории «результативность»

№	Источник	Основные элементы
1	ГОСТ Р ИСО 9001-2015	Степень реализации запланированной деятельности и достижения запланированных результатов.
2	Б.А. Райзберг	Степень достижения цели управления, ожидаемого состояния объекта управления.
3	П. Друкер	Умение выбрать «правильные» стратегии и целевую направленность деятельности.
4	Кальницкая И. В.	Способность формулировать цели. Способность достигать поставленных результатов при фиксированных затратах. Способность минимизировать затраты при достижении требуемых результатов.
5	Д. Синк	Действенность, экономичность, качество, производительность, качество трудовой жизни, внедрение новшеств.
6	В.К. Кондрашова, О.Г. Исаева	Способность ясного видения будущих целей и направлений. Способность достижение поставленных целей. Способность расширять границы предприятия.
7	М. Армстронга, А. Бэрон	Степень достижения целевых количественных и качественных показателей.

На основании этих данных можно создать таблицу соответствия толкований экономической категории «результативность» (таблица 3).

Из этого следует, что результативность это способность формулировать цели, задачи, планы, подбирать правильную стратегию для их реализации и достигать намеченных результатов.

Выводы. В современной рыночной экономике руководство каждого предприятия должно знать разницу между эффективностью и результативностью для понимания того, как необходимо функционировать, чтоб поддерживать конкурентоспособность и успешно развиваться в условиях ограниченных ресурсов. Эффективность – это показатель того, насколько хорошо ресурсы используются для достижения целей. Результативность – взвешенная характеристика того, как правильно были сформулированы цели и как протекает процесс их достижения.

Таким образом, оценка эффективности и результативности деятельности организации – это необходимая процедура, которая способствует достижению целевых показателей и рационализации расходуемых ресурсов.

Соответствие толкований экономической категории «результативность»

№\Источник	ГОСТ Р ИСО 9001-2015	Б.А. Райзберг	П. Друкер	Кальницкая И. В.	Д. Синк	В.К. Кондрашова, О.Г. Исаева	М. Армстронг, А. Бэрн
1	+	+	+	+	+	+	+
2	+	+	+	+	+	+	+
3	+	+	+	+		+	
4	+	+	+	+		+	+
5					+		+
6			+	+		+	
7	+	+			+		+

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р ИСО 9000–2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – Введ. 2015–09–28. – М.: Стандартинформ, 2015. – 53 с.
2. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. - 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 512 с.
3. Друкер П.Ф. Управление, нацеленное на результаты: пер. с англ. / П.Ф. Друкер. – М.: Технологическая школа бизнеса, 1994. – 191 с.
4. Кальницкая И. В. Оценка эффективности и результативности деятельности организации [текст] / И. В. Кальницкая // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – №2. – С. 312-319.
5. Синк Д. Скотт. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение / Под ред. В. И. Данилова-Данильяна. – М.: Прогресс, 1989. – 528с.
6. Кондрашова В. К., Исаева О. Г. Экономика полиграфического предприятия: Учебник для вузов. – М.: Изд-во МГУГГ, 2000. – 320 с.
7. Управление результативностью. Система оценки результатов в действии / Майкл Армстронг, Анжела Бэрн; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 248 с.

УДК 338.1, 339.972

Белик М.А.

**Научный руководитель: Кошеленко В. В., старший преподаватель
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет**

МОНИТОРИНГ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ИСЛАНДИИ

Резюме. В данной статье проанализированы экономические показатели Исландии и дана оценка возможностям ее предстоящего роста. После проведенного исследования было выявлено, что ежегодно благодаря своим высоким экономическим показателям Исландия попадает в лидеры различных рейтингов. Страна имеет большие перспективы для дальнейшего развития и имеет все шансы уже в ближайшем будущем стать страной с образцовой экономической системой.

Ключевые слова: динамика, Центральный банк, валюта, экономическое развитие.

Взаимодействие различных факторов показывает формирование экономики того или иного государства мира. В непрерывном обновлении нуждаются нынешние знания об этом процессе. Быстрота формирования области экономической действительности на сегодняшний день молниеносно обгоняет темп ее изучения. Колоссальное воздействие на все страны мира оказывают интенсивные процессы интеграции,

интернационализации и глобализации. Актуальностью данной работы является изучение совокупного и целостного развития экономики страны в этап глобализации.

Если говорить о типе экономической системы в этом государстве, то Исландия является страной со свободной социально-рыночной экономикой скандинавского типа, сочетающей в себе капиталистическую структуру и принципы свободного рынка с устойчивой системой социального обеспечения. В Исландии была принята макроэкономическая политика, которая предопределяла снижение процентной ставки, которая сейчас удерживается на более или менее низком уровне. До 2009 года она была одной из крупнейших в мире – 18%. Также во время кризиса 2008 года в первую очередь был принят план повышения социальных расходов для смягчения негативного влияния кризиса на наиболее уязвимые группы населения. Именно поэтому люди чувствуют себя защищенными, несмотря на свой социальный статус.

Исландия является островным государством в Европе, которое расположено в северной части Атлантического океана на Срединно-Атлантическом хребте. Она насчитывает около 325 тысяч населения и имеет общую площадь 103 000 км². Столица и крупнейший город - Рейкьявик, где, с прилегающими районами в юго-западном регионе страны, проживает около двух третей населения страны.

Наш выбор относительно исследования социально-экономической системы страны пал именно на это государство из-за того, что, несмотря на небольшую территорию, малое количество населения и не слишком благоприятные для экономического развития географические условия (примерно лишь 0,7% от площади поверхности Исландии занято пахотными участками, так как местность острова в основном горная и вулканическая), Исландия остается одной из самых богатых и самых развитых стран мира. В Исландии, как и в других скандинавских странах, трудно выделить единую форму собственности, потому что эти государства специализируются на развитии каждой из них (частной, государственной, кооперативной и др.). Однако, следует отметить, что по сравнению с другими странами Европы она имеет очень мощный государственный сектор, фундамент которого был заложен еще в послевоенные годы с помощью идей социал-реформизма и построения «государства всеобщего благосостояния».

По данным Международного банка (рис.1) стоимостной объем ВВП Исландии (в текущих ценах) составил в 2016 году — 20047 млрд. долл. При этом по данным МВФ в расчете на душу населения ВВП страны (по ППС) достиг 49123 долл. Средний темп роста ВВП за период 2011-2016 гг. составил 3,5%. По данным рис.1 можем наблюдать наибольший показатель ВВП Исландии в 2016 году – 20047 млрд.долл. По сравнению с 2014 годом этот показатель увеличился на 2868 млрд.долл. Самый низкий показатель мы видим в 2015 году, когда ВВП составлял 1678 млрд.дол.

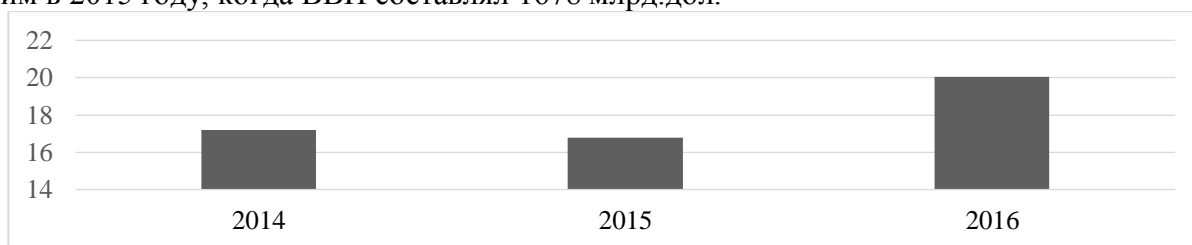


Рисунок 1. ВВП Исландии 2014-2016 гг., млрд. долл. [6]

Уровень безработицы в Исландии в 2016 году составляет 3,76%. По этому показателю страна занимает второе место в Европе, уступая только Беларуси (Чехия - 4,05%, Германия 4,31%, Швейцария - 4,59%, Беларусь - 0,53%). По 2014-2016 годы этот показатель снизился на 1,14% и имеет тенденцию к дальнейшему снижению. Это свидетельствует об удачной социальной политике государства (рис. 2).



Рисунок 2. Уровень безработицы в пяти странах Европы в 2016 году, % [6]

Уровень инфляции в Исландии в 2016 году составляет 1,9%. Это единственный слабый макроэкономический показатель этой страны, держался выше 10% до кризиса, однако во время кризиса инфляция не изменилась дефляцией, как во многих развитых странах, а только снизилась до 3-4%. Но, несмотря на это за последние 3 года этот показатель уменьшился с 2,0% до 1,9%. Это свидетельствует о некоторых успехах в экономической политике Исландии, однако, для выхода на один уровень с развитыми странами Европы нужны более эффективные средства.



Рисунок 3. Уровень инфляции в Исландии в 2006-2016 гг., % [6]

Согласно сведениям (рис.4.), на конец 2016 года курс национальной валюты Исландии составлял 1 USD = 112.53 ISK. В течение 2014-2016 годов он испытывал значительный рост до значения 1 USD = 140.35 ISK, но на конец 2016 года все-таки вернулся к стабильным значениям анализируемого периода. Это свидетельствует о стабильности Исландской Кроны как валюты и правильных шагах Центрального банка Исландии.

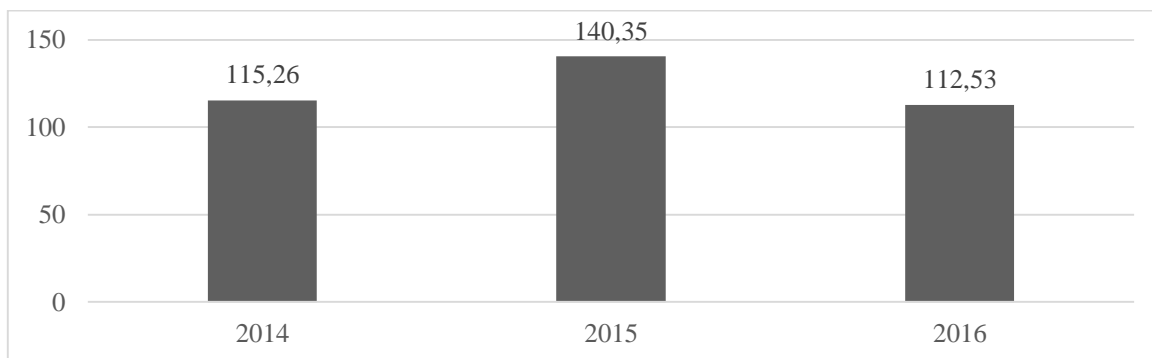


Рисунок 4. Гистограмма колебаний курса национальной валюты Исландии в 2014-2016 гг. [7]

Что касается объема экспорта Исландии, то в 2015 году он составил 543 млрд.долл. В периоде с 2014 по 2015 он сократился примерно на 400 млн.долл., хотя в целом стоимость экспорта остается на стабильном уровне. Важнейшими товарами для экспорта страны являются:

- 1) товары животного происхождения;
- 2) металлы;
- 3) продукты питания;
- 4) машинное оборудования;
- 5) инструменты.

Главные страны-партнеры по экспорту: Нидерланды, Франция, Германия, США, Великобритания, Норвегия.

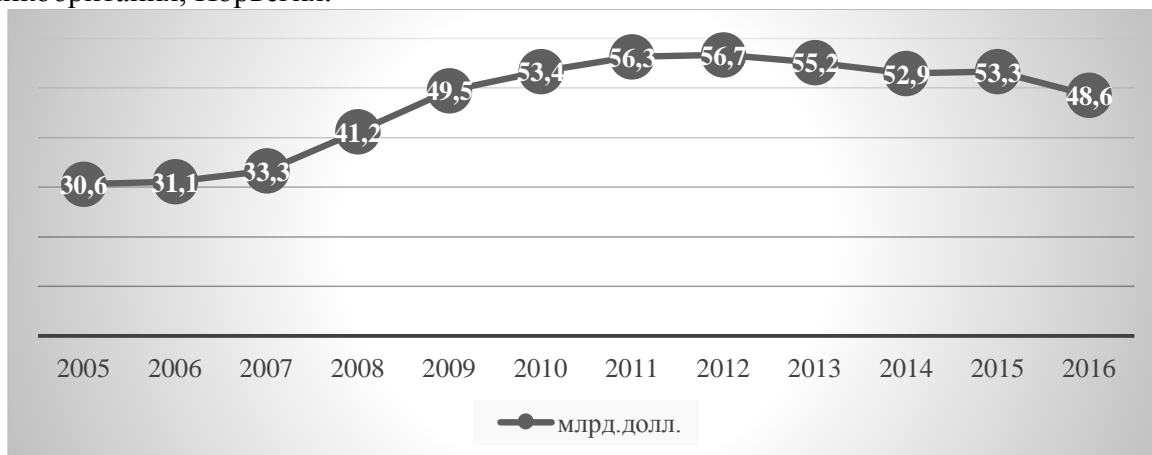


Рисунок 5. Динамика экспорта Исландии в 2005-2016 гг, млрд долл.[8]

По данным на рис.6 объем импорта Исландии составляет 5,44 млрд долл. За период 2013-2015 годов стоимость импорта стабилизировалась в отличие от периода после кризиса 2008 года. Важнейшими товарами для импорта страны являются:

- 1) машинное оборудование;
- 2) транспорт;
- 3) химия;
- 4) минеральные продукты;
- 5) металлы.

Главные партнеры по импорту: Норвегия, США, Германия, Бразилия, КНР.

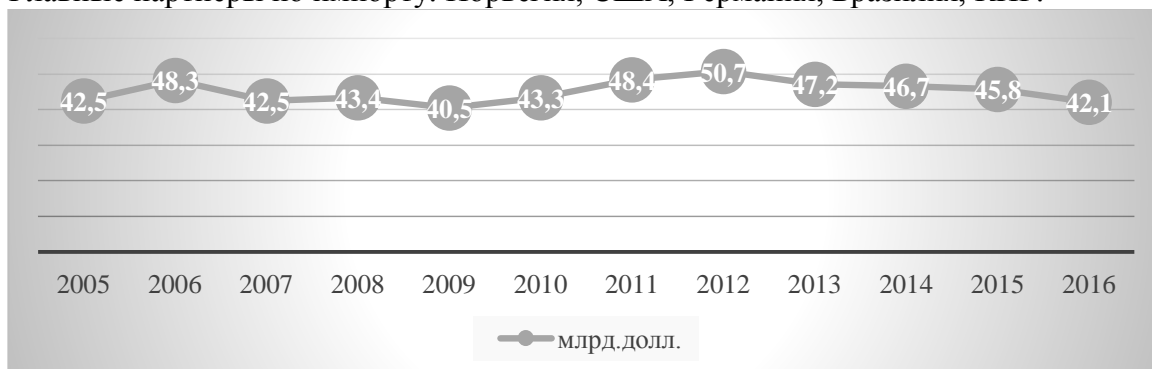


Рисунок 6. Динамика импорта Исландии в 2005-2016 гг, млрд долл.[8]

Таким образом, можно сказать, что Исландия - одна из наиболее развитых стран Европы и мира. Ее экономика находится на очень высоком уровне и продолжает подниматься, даже ускоряя темпы своего роста. В целом макроэкономические показатели этой страны показывают положительную динамику. Главным органом, благодаря которому удастся это сделать, является Центральный банк. Он регулирует

денежную массу, стабилизирует цены и курс национальной валюты. Выполняя план макроэкономической политики, Центральный банк иногда выполняет интервенцию в иностранной валюте для поддержания исландской кроны. Кроме того, только в последние годы правительство медленно продвигает реформы, которые по своему содержанию направлены на улучшение социального состояния населения. Из-за этого большинство населения чувствует себя уязвимым на социальном уровне до мельчайших внешних раздражителей и не верит в экономическое развитие государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Основные показатели экономического развития Исландии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://catalog.fmb.ru/island2010-5.shtml>
2. Исландия - первая жертва глобального кризиса [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/islandiya-pervaya-zhertva-globalnogo-krizisa>
3. Экономика Исландии: промышленность, сельское хозяйство, транспорт, финансы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gecont.ru/articles/econ/island.htm>
4. Экономика Исландии. Экономическая характеристика Исландии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.world-globe.ru/countries/iceland/economy/>
5. Смешанная экономика Исландии [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://spravochnick.ru/ekonomika/suschnost_celi_i_zadachi_smeshannoy_ekonomiki/smeshannaya_ekonomika_islandii/
6. Официальный сайт Всемирного банка [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.worldbank.org/>
7. XE - The World's Trusted Currency Authority: Money Transfers & Free Exchange Rate Tools [Electronic resource] – Access mode: <http://www.xe.com>
8. OEC: The Observatory of Economic Complexity [Electronic resource] – Access mode : <https://atlas.media.mit.edu/en/>

УДК 339.91

*Бобошко А. В.
Научный руководитель: Кошеленко В. В., ст. преп.
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

МЕСТО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ СИЛЫ

Резюме. Статья посвящена рассмотрению процессов миграции высококвалифицированной рабочей силы России на международном и межрегиональном уровнях. Выявлены основные проблемы данного явления – нарастающий отток специалистов с высшим образованием за рубеж, а также «утечка мозгов» из периферийных регионов в центральные крупные районы. Основными странами-донорами, а также принимающими государствами российских мигрантов являются страны ближнего зарубежья. На основе динамики интеллектуальной эмиграции российских работников высокой квалификации в 2010-2017гг. определены прогнозные показатели на 2018 и 2019 года. Предложены ряд направлений и действий по удержанию отечественных человеческих ресурсов с высоким уровнем образовательного потенциала в России, а также по удержанию квалифицированных работников в регионе рождения.

Ключевые слова: миграция, высококвалифицированная рабочая сила, «утечка мозгов», последствия миграции.

Одна из характерных закономерностей современной международной миграции населения заключается в произошедших в ней качественных изменениях, суть которых состоит в значительном увеличении среди мигрирующих доли лиц с высоким уровнем образования и профессиональной квалификации, что поспособствовало выделению такого типа миграции, как *интеллектуальная миграция* – миграционные потоки

образованных и квалифицированных кадров, представителей творческой интеллигенции, а также студенческая миграция. [1]

Рабочая сила с высоким уровнем образовательного потенциала является наиболее конкурентным сегментом мирового рынка труда. Каждое государство предпринимает различные действия по привлечению квалифицированных работников на отечественный рынок труда. И Российская Федерация не является исключением из общей тенденции, не смотря на поздний выход в мировое пространство – в 1990-х гг. Миграционные процессы высококвалифицированных кадров в России следует рассматривать на двух уровнях: международном и межрегиональном.

На 2017 г. эмиграционный отток квалифицированной рабочей силы в количественном выражении ниже, нежели приток мигрантов с высшим образованием. Положительное сальдо миграции высококвалифицированных работников составляет 38 268 человек (см. табл. 1) [2]

Таблица 1

Число прибывших и выбывших высококвалифицированных мигрантов (в т.ч. студентов и аспирантов) по РФ в 2017 г., чел.

	Число мигрантов России в возрасте 14 лет и старше		Высшее профессиональное		Неполное высшее	
	Прибывшие	Выбывшие	Приб.	Выб.	Приб.	Выб.
Международная миграция	533 265	348 291	96 852	58 584	12 995	9 063
в том числе:						
миграция со странами СНГ	341 632	203 597	51 041	27 504	6 996	4 503
миграция с другими странами	191 633	144 694	45 811	31 080	5 999	4 560

Существенное количество прибывших работников с высшим образованием составляют мигранты со стран ближнего зарубежья: Армения, Казахстан, Узбекистан, Республика Молдова, Украина. Доля европейских стран-доноров высококвалифицированной рабочей силы составляет 54,017%. Лидирующую позицию занимает Украина – 38 414 человек с высшим образованием.

Основными центрами притяжения российских квалифицированных специалистов за пределами стран СНГ являются Германия, Грузия, Израиль, Китай, США, Эстония.

Что касается мигрантов с неполным высшим образованием, то есть студентов и аспирантов, то в 2017 году их приток в количественном выражении составил 12 995 человек. Основными государствами-донорами стран СНГ являются Казахстан (22,4%), Узбекистан (16,9%), Таджикистан (14,8%), другие страны – Украина (72,2%) Германия (1,7%), Грузия (2,4%), Китай (2,5%). Следует отметить, что ключевыми странами-реципиентами российских студентов и аспирантов в группе других стран также являются Украина (65,6%) Германия (2,5%), Грузия (2,1%), Китай (3,7%), что говорит о незначительном оттоке потенциальных высококвалифицированных кадров в случае с Германией и Китаем.

Следует отметить, что, не смотря на статистические данные, некоторые эксперты рынка труда прогнозируют новую значительную эмиграционную волну интеллектуальной рабочей силы для Российской Федерации. Более того некоторые учёные склоняются к мнению о том, что большую часть притока мигрантов в Россию составляют так называемые «возвращенцы», а также приезжие из ближнего зарубежья,

что обуславливает неуместность упоминания значительного «притока мозгов» в целом, а также из других зарубежных стран, относительно России. [3]

Объективной тенденцией миграционных процессов высококвалифицированных кадров также является участие в них значительной доли молодого населения, что обусловлено их более высоким уровнем мобильности. Основными причинами, обуславливающими процесс «утечки мозгов» из России, являются:

1. Отсутствие необходимого материально-технического и информационного обеспечения для работы и учёбы. Например, в 2016 году на гражданскую науку из бюджетов всех уровней и внебюджетных фондов было выделено 402,7 млрд рублей – на 8,5% меньше, чем годом ранее. В 2017 году они были сокращены еще на 20%, до 336,2 млрд рублей, а к 2019 году будут урезаны на 26%, до 319 млрд рублей. [4]

2. Политическая и экономическая нестабильность в стране, неуверенность мигрирующих в будущем.

3. Невосприятие компаниями важности человеческого капитала, как одного из эффективных ресурсов для их развития.

4. Отсутствие перспектив развития из-за низкого престижа науки в обществе.

5. Слабый уровень защиты прав интеллектуальной собственности. [5]

Интеллектуальная эмиграция из РФ осуществляется в различных формах и проявлениях, а именно:

➤ эмиграция высококвалифицированных работников на постоянное место жительства;

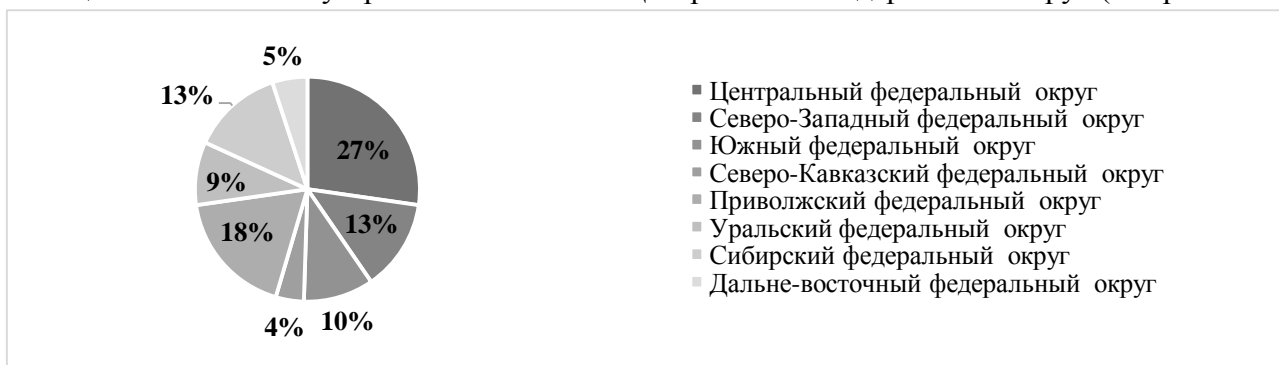
➤ через постдокторские программы и стажировки, предлагаемые многими университетами и компаниями мира;

➤ по временным контрактам, которые могут трансформироваться в гражданство страны-реципиента;

➤ эмиграция студентов через канал обучения;

➤ эмиграция по семейным причинам (например, заключение брака с гражданами страны-реципиента, с последующим трудоустройством). [6]

В межрегиональном аспекте российских миграционных процессов человеческих ресурсов с высоким уровнем образовательного потенциала необходимо отметить преобладание тенденции «утечки умов» из периферии в центральные районы. Как внутренние, так и внешние миграционные потоки направлены преимущественно в южные и центральные регионы европейской части России. На 2017 г. лидирующую позицию по количеству приезжих занимает Центральный Федеральный округ (см. рис.

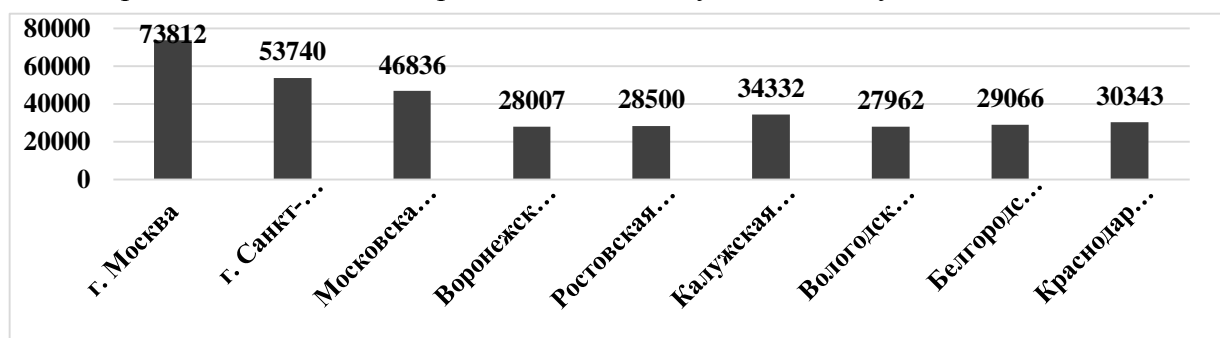


1)

Рисунок 1. Внутривоссийская миграция населения по территориям прибытия в 2017 г.,

Основным центром притяжения внутренних мигрантов в России является Москва (1485,2 тыс. чел. – 2017г.) и Московская область, причем свою роль эти регионы в последние годы нисколько не утратили. Второй центр всероссийского масштаба, существенно уступающий столичному, – Санкт-Петербург (252,5 тыс. чел.) с Ленинградской областью.

В большей степени мотивами переезда внутренних мигрантов, в том числе высококвалифицированных кадров, в европейские районы Российской Федерации являются причины экономического характера: низкий уровень заработной платы периферийных регионов, недостаточная информационная и техническая обеспеченность для самореализации, нехватка рабочих мест, отсутствие доступности качественного



образования.

Рисунок 2. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников по субъектам Российской Федерации на 2017 г., руб.

Например, сравнивая среднемесячную номинальную заработную плату работников по субъектам РФ данный показатель значительно выше в г. Москве, г. Санкт-Петербурге, Московской обл., нежели в других областях России, приведённых в рис. 2.

Безусловно, такое различие регионов России по уровню экономического развития является одним из первостепенных вопросов для государства. Следует отметить, что «утечка мозгов» в центральные районы – острейшая проблема снижения интеллектуального потенциала региона, и это только способствует последующей их дифференциации.

Проанализировав динамику оттока людей с высшим образованием, а также студентов и аспирантов из России в период 2010-2017гг. с помощью методов аналитического выравнивания и экстраполяции были выведены прогнозные показатели на 2018 и 2019 гг., которые соответственно составляют – 67545,38 и 74578,53 чел. (рис. 3) [8].

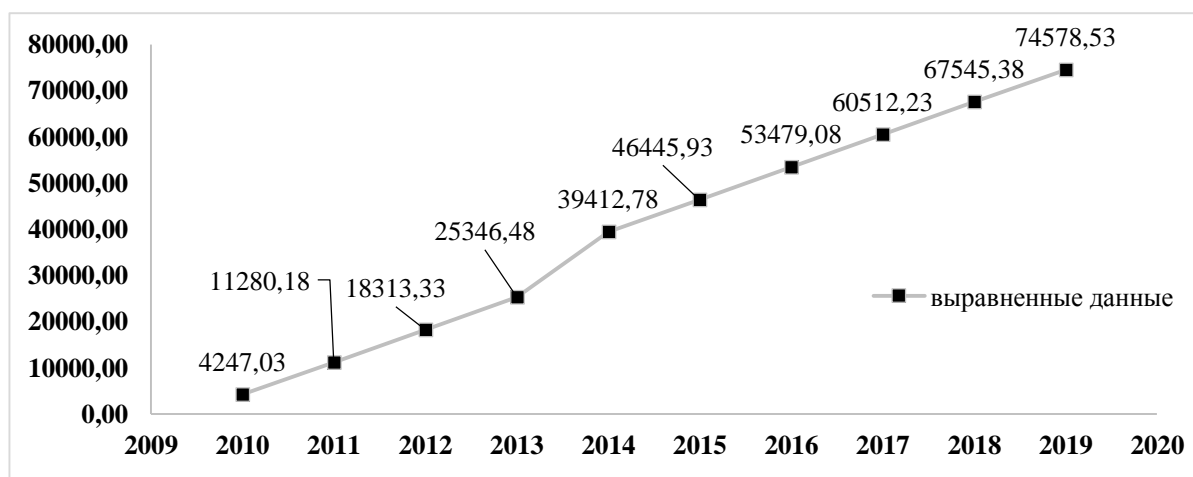


Рисунок 3. Динамика эмиграции высококвалифицированных кадров (в т.ч. студентов и аспирантов) из РФ в период 2010-2019 гг., чел.

Согласно данным цифрам прослеживается тенденция к росту количества выбывших высококвалифицированных кадров. По оценкам Министерства

экономического развития РФ, для осуществления модернизационного рывка в экономике России, необходимо ежегодно приглашать около 40–60 тыс. высококвалифицированных зарубежных научных работников. [9] Для того, чтобы не прибегать к осуществлению данной меры, необходимо создавать условия для развития отечественных квалифицированных человеческих ресурсов, разрабатывая эффективные образовательные программы, мотивируя занятие научной деятельностью и т.д.

Многие эксперты и учёные склоняются к мнению о том, что миграционная политика Российской Федерации является не окончательно скорректированной и нуждается в доработке. В России миграционная политика направлена на увеличение численности привлекаемой иностранной рабочей силы. Является не целесообразным отрицать, что привлечение высококвалифицированных кадров из-за рубежа может привести к притоку инвестиционных ресурсов в страну. Данное явление может поспособствовать снижению уровня оттока российских квалифицированных работников, так как иностранные инвестиции содействуют созданию новых рабочих мест, также работа с зарубежными специалистами является привлекательной для отечественных кадров и представляется показателем профессионального роста. Однако, следует подчеркнуть, что привлечение рабочей силы высокой квалификации со стороны не решает проблему.

Для удержания отечественных квалифицированных специалистов необходимо выполнить ряд действий в следующих направлениях:

1. Повышение имиджа научной сферы в обществе путём конкретизации и детализации целей и задач проведения различных конференций, форумов, коллоквиумов, что подчеркнёт ценность и целесообразность результатов научной деятельности, а также путём диверсификации способов материального поощрения (не только премии и награды, а также, например, предоставления возможности роста по карьерной лестнице).

2. Совершенствование системы высшего образования: корректировка и оптимизация учебных программ, факультативов, программ дополнительного образования (разработка программ с равными долями практической и теоретической части обучения, отказ от жестко регламентированных, контролируемых, алгоритмизированных способов организации учебно-воспитательного процесса в пользу развивающих, стимулирующих творчество личности и т.д.)

3. Изменение значения интеллектуального капитала в структуре ресурсов компании путём реализации эффективной кадровой политики, субъективной модели менеджмента, рациональной политики заработной платы.

4. Создание федерального агентства связи с отечественными высококвалифицированными кадрами, проживающими за рубежом, для создания и поддержки совместных научных исследовательских программ.

Необходимо заметить, что одним из ключевых направлений формирующейся государственной миграционной политики России всё же становится поддержание связей с российской научной диаспорой за рубежом, а также выстраивание сотруднических взаимоотношений с международными научными институтами. Ещё одной сферой деятельности миграционной политики России является действия по возвращению на родину соотечественников-специалистов – с сентября 2012 года в России стартовала ***«Государственная программа по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом»***, которая предусматривает мероприятия по приёму переселяющихся людей, компенсация затрат на переезд, выплату подъемных (единовременного пособия на обустройство). Участник данной программы и члены его семьи при переселении на постоянное место жительства в Российскую Федерацию имеют право: осуществлять трудовую деятельность в качестве наемного работника; получать профессиональное образование, дополнительное

профессиональное образование (с 2014 г.); заниматься инвестиционной и предпринимательской деятельностью, в том числе без образования юридического лица и без создания новых рабочих мест и т.д. [10]

Также в данной работе была подчеркнута такая проблема миграционных процессов России (как на международном, так на межрегиональном уровне), как «утечка умов» из периферии в центральные регионы. **Для сокращения масштабов данного явления необходимо принять следующие меры:**

1. Разработка программ, содержащих условия: при окончании высшего учебного заведения в регионе рождения вести трудовую деятельность в этом регионе в течении некоторых лет (2-3 года).

2. Нивелирование разницы уровней экономического развития субъектов, а также областей РФ, в том числе показатели заработной платы в регионах.

3. Разработка и реализация национальной политики, направленной на приоритетное финансирование тех исследований, которые отвечают научным интересам молодых специалистов.

Подводя итоги, следует отметить, что миграция населения – это объективный процесс, который будет присутствовать на протяжении всей истории человечества. В связи с явлением глобализации миграция увеличила свой масштаб, а также изменила свою качественную структуру с нарастающим количеством высококвалифицированных мигрантов. С перспективным ростом оттока научных кадров Российской Федерации необходимо корректировать свою политику в отношении данной категории, так как высококвалифицированная рабочая сила обладает наивысшим спросом со стороны государств на мировой арене, является одним из побуждающих факторов к развитию стран во многих сферах. Поэтому её отток в условиях динамично меняющейся конъюнктуры, НТП, информационно-коммуникационной революции, ежедневных инновационных открытий, когда знания и информация занимают позицию на порядок выше, чем другие факторы производства, может губительно сказаться на судьбе государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бойко А.Н. Курс лекций по «Мировой экономике» / А. Н. Бойко, 2017. – 143с. URL: http://ef.donnu-support.ru/moodle/file.php/104/KL_ME/Lekcii_MEN_2017.pdf
2. Статистический бюллетень Федеральной службы государственной статистики (Росстат) «Численность и миграция населения Российской Федерации в 2009-2017 гг.» URL:http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140096034906
3. Кирюшкина А.Г. интеллектуальная миграция в России: причины и последствия // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по мат. III междунар. студ. науч.-практ. конф. № 3(3). URL: <https://nauchforum.ru/studconf/social/iii/770>
4. Финансирование науки в России упало до минимума за последние за 6 лет – 2017. URL: <https://newizv.ru/news/science/29-06-2017/finansirovanie-nauki-v-rossii-upalo-do-minimuma-za-poslednie-za-6-let>
5. Богомолова Ю.А. Миграционные тенденции населения Российской Федерации / Ю.А. Богомолова, А.В. Острецова // Международный научный журнал «Инновационная наука» – Москва. – 2016. – 3с. <https://cyberleninka.ru/article/v/migratsionnye-tendentsii-naseleniya-rossiyskoy-federatsii>
6. Сафронова М.И. Современные проблемы миграции рабочей силы высокой квалификации в России и пути их решения в рамках государственной миграционной политики / М. И. Сафронова // Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации – Москва. – 2016. – 7 с. URL: <https://scienceforum.ru/2016/article/2016023508>
7. Федеральная служба статистики РФ URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/
8. Сидорова А. В. Практикум по теории статистики: учебное пособие / А. В. Сидорова, Н. В. Леонова, Л. А. Масич, – Донецк: ДонНУ, 2003. – 280с.
9. Сафронова М.И. Современные проблемы миграции рабочей силы высокой квалификации в России и пути их решения в рамках государственной миграционной политики / М. И. Сафронова // Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации – Москва. – 2016. – 7 с. URL: <https://scienceforum.ru/2016/article/2016023508>

10. Указ Президента Российской Федерации от 14.09.2012г. «О мерах по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/23937/page/1>

УДК 338.2:504

Бодякова О.М.
Научный руководитель: Кравец Е.О., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

ОБОСНОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ "ЦИФРОВОЙ" И "ЗЕЛЕННОЙ" ЭКОНОМИК

Резюме. Статья посвящена обоснованию необходимости использования цифровых технологий для развития «зеленой» экономики. Инновации становятся возможными благодаря компьютеризированной передаче и обработке современной технологии в контексте глобализации рынка и устойчивого развития. Устойчивое развитие является во многом связанным с сохранением окружающей среды и ее ресурсов. Однако в современных реалиях на экологические аспекты часто не обращают должного внимания.

Ключевые слова: цифровая экономика, зеленая экономика, устойчивое развитие, экология, технологии.

Постановка проблемы. Проблема управления природоохранной деятельностью приобрела статус одной из самых приоритетных и острых проблем, стоящих перед человечеством. Достаточно сложно одновременно сохранять темпы экономического роста и сократить негативные последствия воздействия на окружающую среду. Сегодня инновации в современном мире не просто связаны с возможностями цифровых технологий, но и во многом основаны на них, что позволяет повышать темпы экономического роста, с наименьшим воздействием, а то и вовсе без негативного влияния на природу. Цифровая и «зеленая» экономики на сегодняшний день являются ведущими технологиями будущего. В связи с этим решение вопроса о первоочередности и взаимосвязи таких направлений как цифровые технологии или «зеленая» экономика, на сегодняшний день, являются актуальными.

Целью статьи является исследование современного состояния и взаимосвязь таких явлений как цифровая и «зеленая» экономики.

Вопросами возникновения, этапами развития, плюсами и минусами «цифровой экономики» занимались Николас Негропonte, Дон Тапскотт и др. Дэвид Пирс, Эдвард Барбьер, Энил Маркандия и отечественные ученые Н.В. Пахомова, В.И. Самаруха, А.К. Тулохонов, Т.А. Акимова являются ведущими учеными в изучении вопросов «зеленой экономики».

Цифровые технологии играют решающую роль в достижении долгосрочного баланса между техносферой и природной средой, которая необходима для устойчивого развития. Цифровая экономика, а именно возникновение новых возможностей, безусловно, позитивным образом отражается на жизни человека. На данный момент нет единого определения цифровой экономики. В современном мире понятие цифровая экономика отождествляют с такими терминами как: «информационная экономика» (1970-е гг.), «экономика знаний» и «электронная экономика» (1980-е гг.), «новая экономика» (1990-е гг.) или «сетевая экономика» и «интернет-экономика» (2000-е гг.).

Анализ публикаций о понятии «цифровая экономика» дал понять, что нет единого конкретного толкования, и привел к формированию своего представления об этом.

Цифровая экономика – это деятельность, основанная на развитии и использовании цифровых компьютерных технологий, в экономических, социальных и культурных

системах.

Главная концепция цифровой экономики состоит в производстве товаров, услуг, а обучение на протяжении всей жизни и инновации становятся возможными вследствие компьютеризированной передаче и обработке современной технологии в контексте глобализации рынка и устойчивого развития.

Благодаря развитию цифровых технологий, потребитель имеет возможность быстрее получать необходимые ему услуги, экономить, покупая продукты в интернет-магазинах по более низким ценам и даже может начать свое дело онлайн, стать предпринимателем, не выходя из дома и т.д.

К другим плюсам развития цифровой экономики Всемирный банк в своем обзоре 2016 года «Цифровые дивиденды» относит:

- рост производительности труда;
- повышение конкурентоспособности компаний;
- снижение издержек производства;
- создание новых рабочих мест;
- преодоление бедности и социального неравенства.

И это всего лишь несколько примеров того, как цифровая экономика благоприятно влияет на нашу жизнь, предоставляя множество возможностей рядовому пользователю, и тем самым расширяя возможности самого рынка [1].

В цифровой экономике, особое внимание стоит уделить экологическому аспекту, поскольку он является важнейшим для устойчивого развития.

Устойчивое развитие является во многом связанным с сохранением биосферы и природного капитала совместно с техносферой и социосферой. Однако в реальной жизни на экологические аспекты часто не обращают должного внимания.

В последние годы произошли изменения в формировании экономики государств, особенно в укреплении экологической составляющей. Снижение стоимости сенсорных технологий и распространение сетей позволяют подключить каждый компонент, поступающий в производственный процесс. Данные, которые собираются через такие подключения, дают возможность узнать место происхождения продукта, способ производства и количество энергии, затраченной на его производство. Получаемая на их основе информация дает предприятиям, городам и целым странам возможность более эффективно возобновлять, формировать и перебазировать эти ресурсы. Предлагается брать во внимание вопросы воздействия цифровой экономики на окружающую среду.

Цифровая и «зеленая» экономики на сегодняшний день являются ведущими технологиями будущего. Рассмотрев, что представляет собой цифровая экономика, рассмотрим, что же такое «зеленая экономика», с целью понять, что является ведущим направлением, а что второстепенным.

В рамках Конференции Рио+20 государства была создана концепция «зеленой» экономики как важный инструмент устойчивого развития.

Концепция «зеленой» экономики – это модель, которая ведет к улучшению здоровья и социальной справедливости населения, а также к значительному снижению опасных воздействий на окружающую среду и к снижению экологического дефицита [2].

В простейшей форме «зеленая экономика» рассматривается как низкоуглеродная, ресурсосберегающая и социально-инклюзивная модель экономики.

Согласно классификации Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), «зеленые» технологии охватывают следующие сферы:

- общее экологическое управление (управление отходами, борьба с загрязнением воды, воздуха, восстановление земель и пр.);
- производство энергии из возобновляемых источников (солнечная энергия, биотопливо и пр.), смягчение последствий изменения климата, снижение вредных выбросов в атмосферу, повышение эффективности использования топлива, а также

энергоэффективности в зданиях и осветительных приборах.

Фактически, «зеленые» технологии охватывают все сферы экономики: энергетику, промышленность, транспорт, строительство, сельское хозяйство и т.д. В настоящее время они внедряются во всю цепочку деятельности компаний, включая, помимо производства, потребление, менеджмент и методы организации производства. Среди основных областей исследования «зеленых» технологий ключевой является энергетика. Основные направления ее «экологизации» – повышение энергоэффективности и развитие новых источников энергии, в первую очередь возобновляемых.

К преимуществам внедрения «зеленых» технологий принадлежат, в первую очередь, улучшение окружающей среды и здоровья людей, сохранение ресурсов, увеличение эффективности производства, а значит, конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Концепция «зеленой» экономики не заменяет собой концепцию устойчивого развития. В настоящее время все более широко признается то, что достижение устойчивости практически целиком зависит от формирования «правильной» экономики. За прошедшие десятилетия общество наблюдало новые богатства на основе неэкологичной модели «коричневой» экономики. Устойчивость остается важнейшей целью, но для ее достижения нужно сделать мировую экономику «зеленой». Зелёная экономическая политика помогает развивающимся странам достигнуть социальных и экономических выгод (путём внедрения чистых энергетических технологий, повышения эффективности использования ресурсов, использование более устойчивых методов сельского хозяйства).

Отталкиваясь от вышесказанного, можно сделать вывод, что развитие «зеленой» экономики невозможно реализовывать без цифровых технологий. Цифровые технологии это ведущее направление во всех сферах, в том числе и экологической, которые позволяют сократить и даже устранить негативные воздействия на окружающую среду.

Цифровая и «зеленая» экономики на сегодняшний день объединяются без потери индивидуализации каждой сферы по отдельности и более того не могут функционировать друг без друга.

Планирование экономической деятельности на основе автоматизированной системы будет способствовать снижению транспортных, транзакционных и транзакционных издержек, перераспределению рабочих ресурсов, что в конечном итоге скажется и на снижении загрязнения окружающей среды, что приведет к более активному развитию «зеленой экономики».

Для решения большинства экологических проблем современного мира необходимы новые «зеленые» технологии, позволяющие выстроить «умные» модели управления, повысить качество анализа экологической обстановки, сократить объемы отходов и выбросов и добиться максимального повторного использования ресурсов.

Крупные корпорации все чаще присматриваются к инновационным проектам, интегрируя разработанные ими экологичные решения в свою деятельность и создавая продукты для формирующихся «зеленых» рынков.

Сегодня проводятся множественные конференции, выставки, форумы касательно современной «цифровой» экономики с применением технологий «зеленой» экономики. Одним из примеров является выставка-форум «Экотех-2017» организованная компанией «Делойт» по теме «Цифровая экономика. Как технологии и инновации влияют на устойчивое развитие в области экологии» [3].

IT-компания IBM представила на сессии проект «Зеленые горизонты», посвященный прогнозированию качества воздуха. Разработку опробовали в более чем 30 наиболее загрязненных городах Китая. Прогнозы составляются вплоть до уровня конкретной улицы на ближайшие 72 часа (или на следующие 5–10 дней). На основе полученных сведений местные власти смогут принимать административные меры и решения в области нормирования.

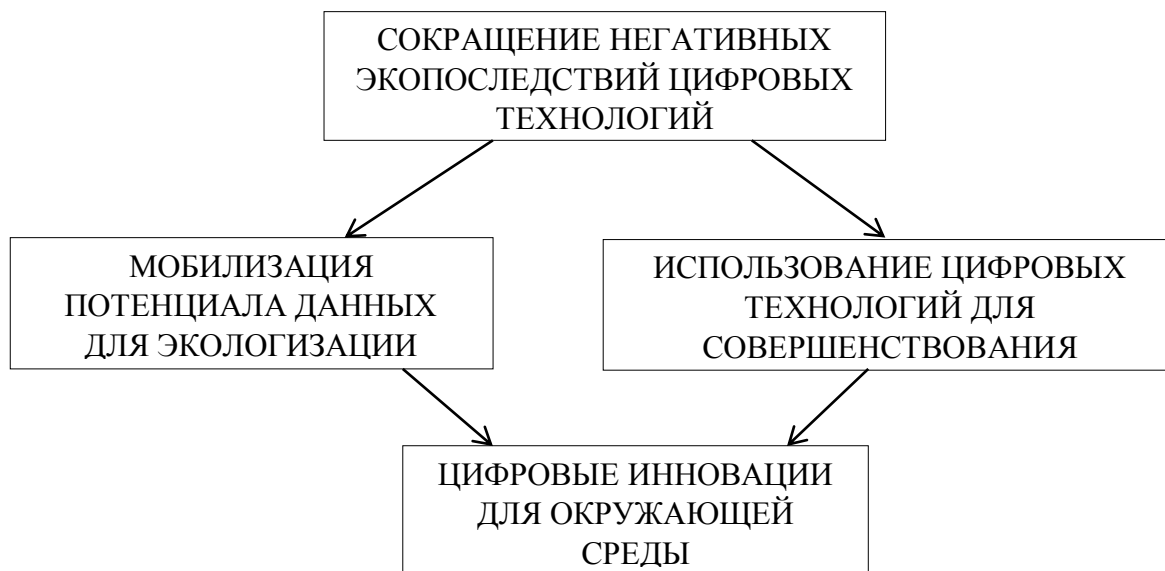


Рис.1. Взаимодействие цифровой и зеленой экономики для достижения синергетики

BMW Group презентовала множество цифровых «зеленых» инноваций. К числу приоритетных направлений относятся программы электрификации, автономное вождение, снижение углеродных выбросов, а в качестве бытовых источников питания использует отработанные батареи из электромобилей.

На заводе L’Oreal (г.Ворсино, Калужская область), установлена собственная солнечная электростанция мощностью 500 кВт, в то время как его энергопотребление оптимизировали путем внедрения системы «умного» управления и цифровой модели энергоэффективности.

Цифровая экономика меняет отношение человека с окружающей средой. В качестве решения экологических проблем, во благо экономики, окружающей среды и общества предлагается концепция «устойчивой цифровой экономики». Возможности синергии между цифровой экономикой и стратегиями зеленой экономики были признаны в развитых странах.

За последние 5–10 лет было достигнуто согласие в отношении того, что ИКТ содействуют развитию зеленой экономики тремя основными способами:

1. Уменьшение непосредственного влияния на окружающую среду производства, распределение, эксплуатация и утилизация ИКТ посредством повышения эффективности использования энергии и материалов, более широкое использование возобновляемых источников энергии, сокращение использования токсичных материалов и улучшение рециркуляции и утилизация ИКТ для жизни.
2. Увеличения благоприятных последствий использования ИКТ с целью развития зеленой экономики посредством повышения эффективности производства, распределения и потребления товаров и услуг во всей экономике и обществе. Сокращения спроса на энергию и материалы посредством полной или частичной замены виртуальных продуктов и услуг вместо их физических эквивалентов и с помощью дематериализации деятельности человека и взаимодействий.
3. Поддержание системных эффектов, которые приводят к трансформации

поведения, установок и ценностей людей как граждан и потребителей; экономических и социальных структур; и процессов управления. ИКТ-индустрия в партнерстве с другими секторами играет ключевую роль в оказании помощи, чтобы сделать влияние общества видимым и продемонстрировать спрос на новые способы снижения этого воздействия [2].

На сегодняшний день мир может реализовать зеленую экономику при помощи цифровой экономики, создавая между ними синергетический эффект (Рис.1). Исследование синергии между зеленой и цифровой экономикой может предложить общее решение с долгосрочными последствиями (см. рисунок). Сокращение негативных последствий, мобилизация потенциала данных для экологизации приведет к обязательному применению в любой сфере жизнедеятельности человека цифровых инноваций для окружающей среды.

Вопрос реализации проекта цифровой экономики требует комплексного подхода. И экология не может оставаться на вторых ролях, так как от благополучия окружающей среды во многом зависит осуществление основной экономической деятельности. Цифровая экономика обязана перейти на новый уровень, перейдя к управлению реальными экономическими процессами, что позволит значительно облегчить контроль над экологией и перейти от «ручного управления» к автоматизированному.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Егорова М. С., Цубрович Я. А. «Зеленая» экономика — решение проблем современной экономики России // Молодой ученый. — 2015. — №8. — С. 523-528. — URL <https://moluch.ru/archive/88/17408/> (дата обращения: 18.01.2019).
2. Научная электронная библиотека «киберленинка» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskie-aspekty-tsifrovoy-ekonomiki>
3. Юмаев Е.А. Инновационно-промышленная политика в свете перехода к индустрии 4.0: Зарубежные тенденции и вызовы для России // Журнал экономической теории. 2017. № 2. С. 181–185.
4. Рыбак С.Ю., Лантратов К.В. «Цифра» будет пронизывать все и вся // Горизонты. 2017. № 2. С. 40–41.
5. Электронный журнал цифровая экономика. Режим доступа: <http://digitaleconomy.ru/stati/modeli-upravleniya-v-tsifrovom-obshestve/> / Дата обращения 20.01.19

УДК 332.12

Бондаренко И.И.
Научный руководитель: Оленичева Ю.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ

Резюме. Ставропольский край является одним из важных субъектов Российской Федерации. Несмотря на возникшие барьеры в связи с введением санкций против Российской Федерации Ставропольский край остается привлекательным для иностранных и российских инвесторов, которые продолжают вкладывать денежные средства в различные региональные проекты. В данном регионе удачно реализовано прогрессивное инвестиционное законодательство страны, которое защищает и гарантирует права инвестора.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность региона, экономический рост, иностранные инвестиции, инвестиционный климат, инвестиционная деятельность.

Одним из показательных индикаторов состояния экономического развития региона является количество привлеченных инвестиций. Приток инвестиционного капитала определяет уровень стабильности региона, поскольку инвесторы вкладывают денежные средства только в перспективные и достоверные проекты, которые на выходе принесут ожидаемую прибыль и не подвергнутся рискам. Риск вложения финансовых ресурсов в инфраструктуру побуждает инвесторов анализировать инвестиционный потенциал и привлекательность региона. В этой связи оценка инвестиционной привлекательности является основой для поддержания экономической стабильности, конкурентоспособности и инвестиционной деятельности региона. Эти особенности и обуславливают актуальность выбранной темы.

Степень исследованности. Рассмотрению возможностей инвестиционной привлекательности региона посвящены работы таких ученых, как В. В. Глухов, Т. П. Некрасова, Н. В. Смирнова, И. М. Волков, М. В. Грачев, В. М. Тарасов, А. В. Денчук и др. Однако не решенной остается проблема выбора методики осуществления оценки инвестиционной привлекательности на региональном уровне.

Целью работы является анализ инвестиционной привлекательности Ставропольского края.

Основная часть. Фундаментом экономического роста и развития, повышения конкурентоспособности любого региона является инвестиционный климат. Привлечение инвестиций открывает большие перспективы для социально-экономической устойчивости региона. От уровня развития инвестиционной деятельности региона в значительной степени зависит инновационная активность, уровень и качество жизни населения, темпы экономического роста. В процессе инвестиционной деятельности выгоду получают объекты инвестирования и инвесторы. Взаимодействие объекта и субъекта инвестирования позволяет поддерживать инвестиционный климат и инвестиционную деятельность. Основу инвестиционной привлекательности региона составляет географическое положение, запасы природных ресурсов, материально-техническое оснащение производства, развитие транспортной инфраструктуры, политическая стабильность в регионе, количественные и качественные параметры человеческих ресурсов, степень развития социальной инфраструктуры, специализация промышленного производства региона и ряд других факторов.

Понятие «инвестиционная привлекательность» является многогранным, так как способствует не только поддержанию экономического роста, но и обеспечивает устойчивость развития общества, которое предусматривает сбалансированность экономической, социальной и экологической составляющих. Именно инвестиционная привлекательность определяет направления движения инвестиций. Вектор направления инвестиций носит факториальный и результативный характер, которые создают предпосылки для повышения инвестиционной активности региона.

В процессе инвестирования могут возникнуть определенные риски под воздействием различных факторов. С целью их минимизации необходимым является оценка инвестиционного потенциала и инвестиционного климата региона.

Рассмотрим инвестиционную привлекательность Ставропольского края. Развитие Ставропольского региона невозможно представить без масштабных инвестиций в производственную и социальную сферу. Рост инвестиционной привлекательности Ставропольского края начался в 2014 году. В 2016 году было привлечено колоссальное количество финансовых ресурсов в экономику региона – 126 миллиардов рублей, а в 2017 году поступление инвестиций составило 140 миллиардов рублей. В 2018 году за первые девять месяцев инвестиционный «портфель» увеличился на 5%, по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Количество инвестиционных соглашений в Ставропольском крае за 2018 год увеличились на 10 позиций по сравнению с 2017 годом [4].

Необходимо акцентировать внимание на том, что из 143 имеющихся инвестиционных проектов 39 были заключены в 2018 году. От данных проектов экономика региона пополнилась на 2 миллиарда рублей капитальных вложений. Помимо этого данные проекты открыли дополнительно около одной тысячи рабочих мест. В Ставропольском крае самым привлекательным участком для инвестирования является Изобильненский городской округ [4].

Инвестиции в основной капитал организаций Ставропольского края в январе-июне 2018 г. составили 20,2 млрд. рублей. Более половины инвестиционных вложений (58,1%) приходится на приобретение машин, оборудования, транспортных средств, 34,4% – на строительство зданий и сооружений. Организации края в качестве источников финансирования большей частью использовали собственные средства – 65,5%; доля привлеченных средств составила 34,5 процента. По сравнению с соответствующим периодом 2017 г. в структуре инвестиций по источникам финансирования в части привлеченных средств доля кредитов банков увеличилась на 7,4 процентных пункта [4].

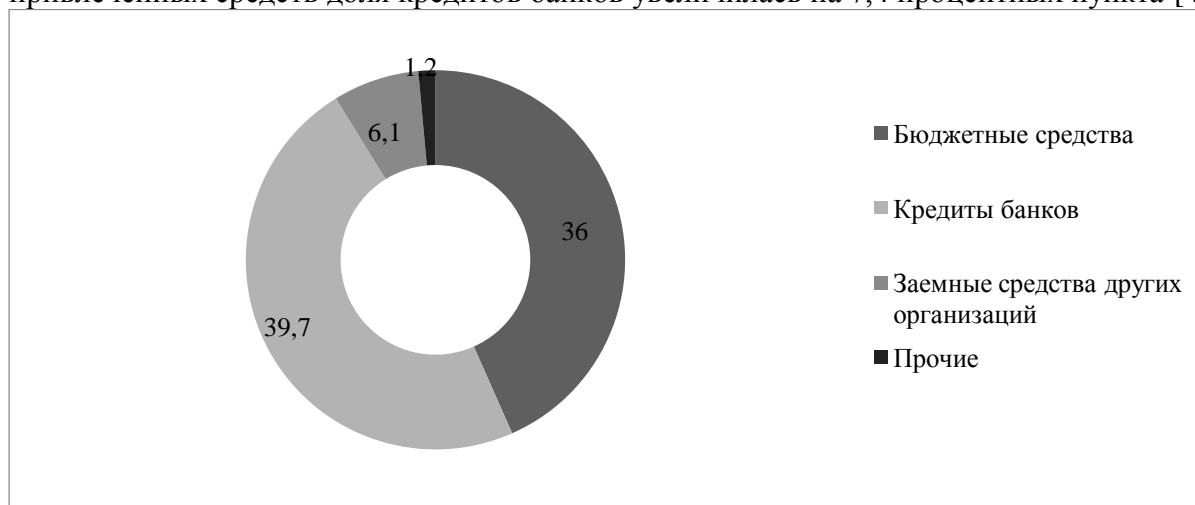


Рис. 1. Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования в части привлеченных средств в 2018 году, в процентах [4]

Сумма, направленная на инвестиционные цели из бюджетов различных уровней в первом полугодии 2018 г., составила 2512,7 млн. рублей, из них 1810,9 млн. рублей – средства федерального бюджета, 436,2 млн. рублей – краевого бюджета, 265,6 млн. рублей – местных бюджетов [4].

Основу инвестиционной привлекательности Ставропольского края составляют:

- выгодное географическое положение;
- значительный ресурсно-сырьевой потенциал;
- наличие законодательства, которое предусматривают льготный налоговый режим и иные преференции для инвесторов;
- наличие уникальных комплексных рекреационных ресурсов;
- благоприятные условия для развития агропромышленного комплекса;
- специализация на производство товаров для ежедневного и систематического пользования;
- наличие развитых транспортных коммуникаций;
- наличие комплекса мер государственной поддержки инвестиционной деятельности;
- наличие достаточного количества высококвалифицированных трудовых ресурсов.

Инвестиционная активность Ставропольского края представлена на основе следующих критериев:

- модернизация диверсификации экономики;
- сопровождение проектов в режиме «одного окна»;
- целевое позиционирование инвестиционного потенциала;
- привлечение финансовых ресурсов и институтов развития;
- развитие муниципального-частного партнерства;
- развитие региональных индустриальных парков.

Рассчитаем инвестиционную привлекательность Ставропольского края по формуле [6]:

$$M_i = \frac{\sum_{s=1}^c k_s \frac{P_{si}}{\bar{P}_s}}{\sum_{s=1}^c k_s}, \text{ где:} \quad (1)$$

M_i – интегральный уровень инвестиционной привлекательности i -го региона;

k_s – весовой коэффициент (весовой балл) s -го показателя;

P_{si} – числовое значение s -го показателя по i -му региону;

\bar{P}_s – числовое значение s -го показателя в среднем по РФ;

$\frac{P_{si}}{\bar{P}_s}$ – стандартизированное числовое значение s -го показателя по i -му региону.

Данная методика включает в себя как качественные, так и количественные показатели. Совокупность количественных показателей ранжируется по степени влияния на показатель объема инвестиций в основной капитал, характеризующий инвестиционную активность в регионе, выявляются наиболее значимые показатели для расчета рисков составляющей. Взаимосвязь между объемом инвестиций и показателями инвестиционной привлекательности определяется с помощью корреляционного анализа.

Для сравнения количественных и качественных показателей и использования их в дальнейших расчетах применяется балльная шкала, в соответствии с которой каждому показателю на основе метода приоритетов присваивается свой весовой коэффициент.

Регионы в зависимости от значения показателя инвестиционной привлекательности классифицируются следующим образом:

$K > 0,4$ – высокая инвестиционная привлекательность;

$0,2 < K < 0,4$ – инвестиционная привлекательность выше среднего;

$0,1 < K < 0,2$ – средняя инвестиционная привлекательность;

$0,05 < K < 0,1$ – инвестиционная привлекательность ниже среднего;

$K < 0,05$ – низкая инвестиционная привлекательность [7].

Преимуществом данной методики является возможность сравнения инвестиционной привлекательности разных регионов страны. Ее применение позволяет по усмотрению аналитика изменять количество рассматриваемых параметров.

Выбор той или иной методики определяется разным набором показателей, оказывающих влияние на инвестиционную привлекательность [7].

Данные для расчета инвестиционной привлекательности Ставропольского края сведены в таблицу 1.

Согласно расчетам по формуле (1) инвестиционная привлекательность Ставропольского края составила 4,29.

$$M_i = \frac{2,46 + 0,909 + 1,78}{0,4 + 0,3 + 0,5} = 4,29$$

Поскольку инвестиционная привлекательность составляет 4,29, то можно сделать вывод о том, что у региона очень высокая инвестиционная привлекательность.

С целью поддержания и дальнейшего развития инвестиционной привлекательности Ставропольского края необходимым видится реализация следующих мероприятий:

–организация контроля за нормативно-правовой базой, регулирующей инвестиционную активность и проведение мер по ее совершенствованию в случае необходимости;

–осуществление ежегодной оценки уровня кредитного рейтинга региона с привлечением независимых экспертов;

–систематическое проведение международных инвестиционных форумов, конференций, деловых встреч;

–осуществление мониторинга ресурсного потенциала Ставропольского края, который является основой инвестиционной привлекательности региона;

–формирование и дальнейшее совершенствование инвестиционных ресурсов в сфере инвестиционной политики;

–разработка комплекса мер по взаимодействию региона с кредитными организациями для согласования и модернизации возможных схем привлечения денежных ресурсов на инвестиционные проекты.

Таблица 1

Данные для расчета инвестиционной привлекательности Ставропольского края

Показатель	Ставропольский край	В целом по России
Производственно-финансовый потенциал отражается следующими показателями:		
Уровень развития добывающих и обрабатывающих производств (объем промышленного производства на душу населения)	100,4	103,8
Темпы развития (индекс) промышленного производства	104,3	101,1
Уровень развития малого предпринимательства	123	181
Внутренние инвестиционные ресурсы организаций	111,8	104,8
Экспорт продукции в дальнее и ближнее зарубежье	113,0	95,1
Обеспеченность региона автомобильными дорогами с твердым покрытием и железнодорожными путями общего пользования	88,2	70,5
Показателями социального потенциала региона являются:		
Уровень развития розничного товарооборота и сферы платных услуг населению	103,4	101,3
Обеспеченность населения собственными легковыми автомобилями	223,6	228,3
Уровень жизни населения	13,8	13,2
К показателям регионального инвестиционного риска относятся:		
Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума	13,8	13,2
Уровень безработицы	4,1	5,1
Уровень экологической загрязненности	5,3	6,6
Уровень дискомфорта климата	12	13

По состоянию на 2018 год Ставропольский край сотрудничает с 95 странами мира. Основными потенциальными «источниками» инвестиционных ресурсов для приоритетных отраслей региона являются республика Азербайджан, Израиль, Итальянская республика, Китайская Народная Республика, республика Белоруссия,

Республика Индия, Турецкая Республика, федеративная республика Бразилия, федеративная республика Германия.

Экспорт Ставропольского края представлен основными секторами, к числу которых относится продукция агропромышленного комплекса, товары машиностроительной и химической промышленности. Создание Северо-Кавказского федерального округа подчеркнуло новые контуры позиционирования на межрегиональной и международной арене Ставропольского края, который становится экономической и геополитической площадкой, благосостояние которой влияет на общее положение Северо-Кавказского федерального округа.

Дальнейшее развитие инвестиционной привлекательности Ставропольского края зависит от грамотно разработанной инвестиционной стратегии. Именно инвестиционная стратегия станет базисом для:

- создания благоприятного инвестиционного климата региона;
- повышения объема инвестиций, привлекаемых в экономику региона;
- снижения административных барьеров для ведения бизнеса в Ставропольском крае;
- увеличения количества высококвалифицированных работников;
- снижения транспортных издержек;
- повышения конкурентоспособности продукции агропромышленного комплекса региона;
- перехода промышленности и энергетики Ставропольского края на инновационную модель развития;
- создания современного санаторно-курортного, гостиничного и медико-реабилитационного туристских комплексов на территории Ставропольского края.

Вывод. Инвестиции являются основополагающим инструментом для поддержания социально-экономического развития и инфраструктуры любого региона. В процессе принятия решения о вложении финансовых ресурсов в тот или иной регион для инвестора главным является инвестиционный потенциал региона. В этой связи оценка инвестиционной привлекательности региона является неотъемлемой составляющей инвестиционной деятельности любого региона. В составе Северо-Кавказского федерального округа Ставропольский край является основным источником для привлечения инвестиций. Проведенная оценка инвестиционной привлекательности показала, что у региона инвестиционная привлекательность на достаточно высоком уровне. Регулярные инвестиции в Ставропольский край станут мощным фундаментом для экономического развития, промышленного производства, роста занятости населения и повышения качества жизни населения всего Северо-Кавказского федерального округа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гришина, И. Комплексная оценка инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности российских регионов: методика определения и анализ взаимосвязей / И. Гришина, А. Шахназаров, И. Ройзман // Инвестиции в России. – 2001. – № 4. – С. 5-16.
2. Инвестиционный меморандум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.stavregion.ru/_/cms_page_media/127/invest-ru.pdf
3. Молчан, А.С. Стратегические приоритеты формирования и ориентиры развития инновационного потенциала региональных социально-экономических систем / А.С. Молчан, А.П. Ануфриева, Н.В. Погребная // Научный вестник Финансового университета. – 2013. – № 6. – С. 31-37.
4. Управление Федеральной службы государственной статистики по Северо-Кавказскому федеральному округу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://stavstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/stavstat/resources/90ee178046bb86bc92cfbfa9f02e5c1a/Инвест-деятельность-6меч2018.pdf
5. Рейтинговое агентство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raexpert.ru>
6. Оценка инвестиционной привлекательности региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/49GJSVDAfWI/all.html>

УДК 339.564.2

Бритва Т.В.

*Научный руководитель: Туралина А.Г., к.э.н., ст. преподаватель
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

РОЛЬ И МЕСТО ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА В НАРОДНОМ ХОЗЯЙСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Резюме. В данном исследовании были рассмотрены проблемы и перспективы развития ТЭК в народном хозяйстве РФ, а также влияние ТЭК на состояние экономики РФ.

Ключевые слова: топливно-энергетический комплекс, промышленность, народное хозяйство, экспорт.

На современном этапе развития общества в период обострения конкурентной борьбы за необходимые факторы производства с целью обеспечения устойчивого экономического роста на основе международного разделения труда, топливно-энергетические ресурсы государства становятся опорой его эффективного развития, что особенно актуально для экономики Российской Федерации (РФ). Топливо-энергетический комплекс – это сложная многоуровневая система, состоящая из совокупности взаимосвязанных производственных структур топливной промышленности и электроэнергетики, которые играют ведущую роль не только в обеспечении экономической безопасности, стабильности, долгосрочного роста экономики смежных отраслей, но и инструментом проведения внутренней и внешней политики РФ.

Россия одна из богатейших стран мира по запасам сырьевых и топливно-энергетических ресурсов, основная часть которых сосредоточена на Дальнем Востоке, а также территории Западной и Восточной Сибири, доля которых в мировых запасах оценивается экспертами достаточно высоко и составляет: нефти – 10-12% (7 место в мире), газа – 32% (первое место), угля – 11% (3 место в мире после США и Китая) [1].

Деятельность Российской Федерации на международной арене в сфере энергетики осуществляется по следующим основным направлениям:

- экспорт топливно-энергетических ресурсов, который формирует основу валового внутреннего продукта страны;
- освоение и разработка энергетических ресурсов на территориях других стран;
- транзит энергоресурсов;
- привлечение иностранных инвестиций в производство и транспорт энергоносителей;
- развитие сферы НИОКР и внедрение передовых технологий.

Обладая богатым природно-ресурсным потенциалом, Российская Федерация является крупным поставщиком топливно-энергетических ресурсов в зарубежные страны и основным - в страны СНГ.

По данным Федеральной Таможенной Службы экспорт российского минерального топлива, нефти и продуктов их перегонки в денежном выражении в период с 2014 по 2018 год суммарно составил 1 225 778 миллионов долларов (рис. 1). Динамика свидетельствуют о снижении показателей экспорта в период с 2014 по 2016 год, что обусловлено обострением внешнеполитической ситуации, в результате которой были введены санкции со стороны США и Европейских государств, суть которых

заклучалась в запрете на поставки оборудования, которое применялось для реализации шельфовых проектов, а также для разведки и добычи нефти. В этой связи Российская Федерация перешла на политику импортозамещения, что позволяет снизить зависимость от импорта в нефтегазовой отрасли и, в связи с этим, расширить выпуск отечественного специализированного оборудования [2].

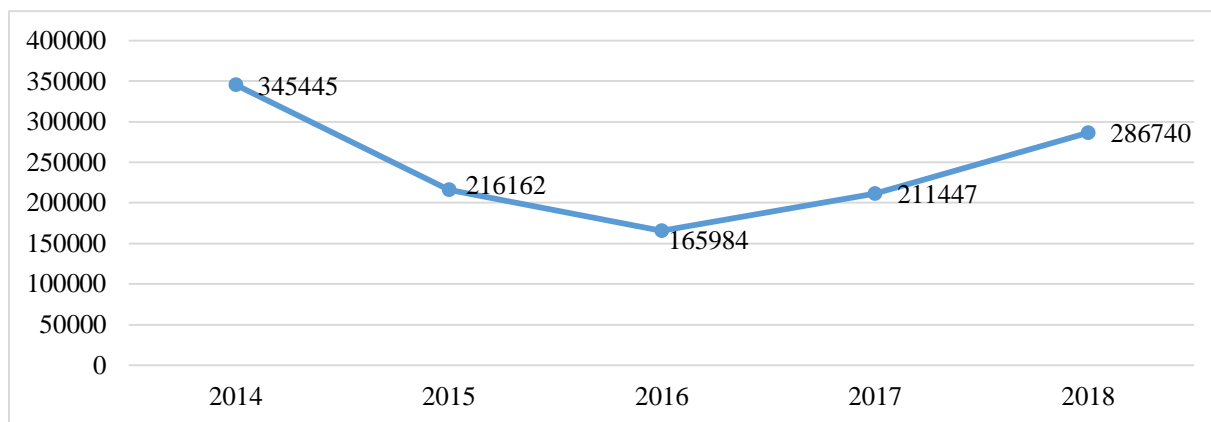


Рис.1 Динамика экспорта российского минерального топлива, нефти и продуктов их перегонки в денежном выражении (млн долл. США)

В период с 2016 по 2018 год можно заметить тенденцию к росту показателей экспорта, что свидетельствует о наращивании экспортного потенциала благодаря эффективной и качественной реализации значимых инфраструктурных проектов.

Предприятия РФ ТЭК активно интегрируются в мировое пространство участием в крупных международных проектах по реализации долгосрочной стратегии развития приоритетных отраслей экономики:

- газовая отрасль – «Турецкий поток», «Ямал СПГ», «Ковыкта-Китай-Корея», «Северный поток», «Сила Сибири», «Голубой поток» и др.;
- нефтяная отрасль – «Баку — Новороссийск», «Восточная Сибирь - Китай» «Балтийская трубопроводная система» и др.;
- электроэнергетическая отрасль – «Балтийское кольцо», «Восток-Запад», «Сибирь-Китай», «Сахалин-Хоккайдо» и др.

Благодаря строительству и разработке новых крупных проектов и модернизации старых - позиции Российской Федерации на внутреннем и внешнем рынках топливно-энергетических ресурсов усиливаются. Это даёт уверенность зарубежным инвесторам для вложения денежных средств в объекты ТЭК, что позволяет внедрять в производство новое оборудование, обеспечивать предприятия и крупные компании трудовыми ресурсами, развивая при этом инновационную активность, а также сферу НИОКР [3].

Необходимо отметить, что топливно-энергетический комплекс тесно связан со всеми отраслями народного хозяйства Российской Федерации. Основным потребителем энергоресурсов данного комплекса является металлургическая промышленность. Не менее важную роль играет отрасль машиностроения, которая, в свою очередь, занимается комплектацией станций электроэнергетики, что позволяет ТЭК обеспечивать другие отрасли народного хозяйства энергией. От эффективного функционирования топливно-энергетического комплекса зависит работа предприятий всех сфер народного хозяйства страны, а, следовательно, на изменение основных экономических показателей, характеризующих ее развитие. К числу таких важных показателей необходимо отнести:

- валовой внутренний продукт;
- валовой национальный доход;
- доход на душу населения;

- курс национальной валюты;
- сальдо платёжного баланса;
- уровень инфляции;
- уровень безработицы и численность занятых и также многие другие.

Наиболее крупными и успешными компаниями топливно-энергетического комплекса РФ являются «Роснефть», «Лукойл», «Сургутнефтегаз» и «Газпром». Транспортировка нефти и нефтепродуктов осуществляется предприятиями акционерных компаний «Транснефть» и «Транснефтепродукт». В первой половине 2018 года нефтегазовые компании заработали дополнительно 1 млрд. рублей, прибыль увеличена на 50%, дивидендная доходность компаний растет быстрыми темпами.

Благодаря отрасли ТЭК в бюджет Российской Федерации поступают не менее 50% валютных поступлений, что позволяет государству иметь положительное внешнеторговое сальдо, увеличивать объём валового внутреннего продукта, что способствует привлечению иностранных инвестиций для развития промышленного сектора экономики, помогает поддерживать курс национальной валюты, а также получать доход от акцизов на нефть и нефтепродукты. Для обеспечения роста и сбалансированности экономики необходимо поддерживать уровень энергетической безопасности государства, основными факторами которой являются:

- сбалансированность поставок топливно-энергетических ресурсов и спроса на них с учетом экономически обоснованных объемов ввоза и вывоза топливно-энергетических ресурсов;
- возможность привлечения иностранных инвестиций для развития топливной промышленности;
- способность потребителей эффективно расходовать энергию;
- наличие конкурентоспособности предприятий топливно-энергетического комплекса Российской Федерации;
- социально-политические, правовые, экономические и международные условия для развития отраслей ТЭК и повышения эффективности использования топливно-энергетических ресурсов их потребителям.

В этой связи необходимо решить ряд возникающих вопросов, среди которых можно выделить:

- износ и устаревание добывающего оборудования;
- расположение минеральных запасов в удаленных местах, в связи с этим отмечается повышение себестоимости продукции;
- загрязнение окружающей среды при добыче и переработке энергетических ресурсов;
- для освоения новых месторождений требуются большие финансовые расходы;
- постепенное истощение запасов [4].

Поскольку развитие топливно-энергетического комплекса оказывает неблагоприятное воздействие на атмосферу, поверхностные воды, а также здоровье и безопасность населения, главной задачей является – необходимость разработки и внедрения государственных и федеральных целевых программ, направленных на сохранение природы и рациональное использование энергетических ресурсов.

Перспективы развития топливно-энергетического комплекса Российской Федерации:

- применение новых методов и систем управления производства топливной промышленности;
- технологическое переоснащение, модернизация оборудования на предприятиях;

- расширение наиболее эффективного нефтепроводного транспорта;
- достижение более высокой конкурентоспособности на мировой арене;
- соблюдение экологических требований при реализации инвестиционных проектов, а также проведение специальных природоохранных мероприятий;
- рациональное использование человеческих ресурсов во время исследования новых месторождений ресурсов, а также их добычи и переработки;
- поддержание экспортного потенциала ТЭК и расширение экспорта его продукции;
- формирование устойчиво благоприятной институциональной среды в энергетической сфере [5].

На основе проведенного исследования можно сделать вывод о том, что топливная промышленность напрямую связана с вопросами о благосостоянии всех граждан страны и окружающей среды, а также с проблемами безработицы и инфляции, устранение которых зависит от развития ТЭК.

Одними из наиболее важных факторов, влияющих на развитие топливно-энергетического комплекса является расширение сферы научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок и внедрение инноваций, которые обеспечат наибольшую эффективность добычи того или иного ресурса с помощью внедрения и модернизации технологий, а также разработку и применение новых техник производства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Топливо-энергетический комплекс Российской Федерации – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://geographyofrussia.com/toplivno-energeticheskij-kompleks-rossii/>
2. Внешняя торговля России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-trade.com/>
3. Родионова Л.Н., Карамутдинова Д.М. Особенности оценки инвестиционных проектов в нефтяной отрасли // Экономические науки. – 2015. – № 9 (130). – С. 50-54.
4. Андрианов В.Д. Актуальные проблемы и перспективы развития топливно-энергетического комплекса России // Общество и экономика. — 2017. — № 6. — С. 75–106.
5. Синяк Ю.В., Некрасов А.С., Воронина С.А., Семикашев В.В., Колпаков А.Ю. Топливо-энергетический комплекс России: возможности и перспективы // Проблемы прогнозирования. — Москва: Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт народнохозяйственного прогнозирования Российской академии наук, 2013. — С. 4–21.

УДК 657

Брушницкая Е.В.

**Научный руководитель: Никитенко А.А., ст.преподаватель
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет**

ЭВОЛЮЦИЯ ВЗГЛЯДОВ НА СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ В БУХГАТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Резюме. В статье рассмотрены подходы к пониманию сущности понятия «Себестоимость», определена роль себестоимости в системе управления расходами предприятия, рассмотрены различные подходы к классификации себестоимости продукции.

Ключевые слова: расходы, себестоимость, калькулирование, управление, предприятие.

Вступление. Проблема совершенствования учета расходов и калькулирования себестоимости продукции является актуальной на современном этапе развития экономики. Значение показателя себестоимости сложно переоценить – он является основным результативным показателем предприятия, оказывающим первоочередное влияние на уровень прибыли. Поэтому изучение различных подходов к определению сущности себестоимости, ее классификации и методики исчисления обуславливает актуальность выбранной темы.

Основная часть. В экономической литературе себестоимость продукции преимущественно определяется как выраженные в денежной форме текущие расходы предприятия на производство и реализацию продукции. Однако, сам термин «себестоимость» — относительно новый, возник он в 1912 г. в работах Рудановского, М. П. Тер-Давыдова и Н. Ф. фон Дитмара. До этого периода использовали понятия «своя стоимость», «общая стоимость», «собственная стоимость», «стоимость производства», «фабричная стоимость», «стоимость», «производительная стоимость», «действительная стоимость», «заводская стоимость», «фактическая стоимость», «полная цена», «истинная цена».

Основная идея Рудановского состояла в том, что себестоимость, исчисляемая по фактическим затратам, носит односторонний характер ввиду весьма возможного различия уровня цен на одинаковые материалы. В связи с этим, считал он, необходимо определять две себестоимости: одну - по фактическим расходам, другую - нормированную. Разрыв между ними должен обуславливать коммерческую политику предприятия.

Рудановский предлагал включать в себестоимость только прямые расходы, полагая, что косвенные расходы возмещаются за счет прибавочного продукта и, следовательно, должны списываться на дебет счета Убытков и прибылей [1]. При этом он понимал, что такое решение не обеспечивает абсолютной точности исчисления себестоимости, так как, с его точки зрения, величина себестоимости представляет математическое ожидание [2].

Если Рудановский трактовал значение себестоимости как величины вероятной, то Галаган стремящийся к ликвидации косвенных расходов, к трансформации их в прямые. Самой трудной была трансформация расходов по содержанию оборудования. Здесь Галаган предлагал сначала исчислять затраты по содержанию каждой машины, а затем определить время изготовления на машине конкретных видов продукции [3]. Такой метод, по его мнению, почти свел бы на нет все накладные расходы (как распределять то небольшое, что останется, несущественно).

Порядок учета расходов интересовал ученых на протяжении всей истории развития бухгалтерского учета. Ученый А. Коррон в 19 веке предложил вести аналитический учет по счету Основного производства, для чего требовалось вести вспомогательные книги по рабочим, в которых для каждого рабочего открывался личный счет для регистрации по дебету количества и себестоимости выданных материалов, а по кредиту количества и себестоимости готовой продукции, сдаваемой рабочим на склад.

На государственном уровне, также велись разработки основ калькулирования себестоимости. Леон Сэй (1826-1896 гг.), будучи министром финансов, академиком и президентом сената, утверждал, что «самое важное в контроле – «своя цена», т.е. «себестоимость». Именно он стал сторонником калькуляции себестоимости каждого вида, выпускаемых изделий; уделял особое внимание денежной оценке побочных продуктов, что приводило к снижению оценки себестоимости основного продукта.

Впервые разделил учет расходов и расчет себестоимости готовой продукции в своем учении Курсель-Сенель. Он утверждал, что калькулирование себестоимости есть цель учета расходов в любом хозяйстве. Структура себестоимости включает прямые (особенные) и косвенные (общие) расходы. К общим расходам он относил амортизацию,

заработную плату (которую невозможно отнести к прямым расходам, например, оплата труда управляющего), затраты на ремонт, страховые взносы, резервирование возможных убытков и др.

По истечении времени взгляды экономистов сфокусировались на том, что себестоимость продукции — это выраженные в денежной форме затраты на ее производство и реализацию. Себестоимость продукции (работ, услуг) предприятия складывается из расходов, связанных с использованием в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов, а также других расходов на ее производство и реализацию.

Таким образом, изучив историю развития понятия «себестоимость рассмотрим различные интерпретации данного термина (Табл. 1.).

Таблица 1.

Взгляды авторов на сущность понятия "себестоимость"

Автор, источник	Определение понятия "себестоимость"
1	2
Безруких П.С. [4]	Себестоимость – это совокупные затраты предприятия на производство и реализацию продукции за определенный период безотносительно к тому, приходятся затраты на законченный продукт или на незавершенное производство.
Стражев В.И., Беляцкая НА. [5]	Себестоимость - расходы как денежное выражение, затраченных предприятием ресурсов, которое соответствует произведенной и реализованной в отчетном периоде продукции.
Есьман А.В. [6]	Категорию себестоимости можно определить с двух позиций; как обособившуюся часть стоимости (как стоимостная категория – себестоимость меньше стоимости на часть новой стоимости, которая создана добавочным трудом) и как денежное выражение затрат на производство и реализацию продукции. С учетной точки зрения понятия «себестоимость» и «затраты на единицу продукции» будут практически всегда совпадать. Исключением будут являться отрасли, в которых производится сопряженная продукция. Другими словами, себестоимость – это денежное выражение израсходованных ресурсов на конкретный вид продукции.
Вахрушина М.А. [7]	Себестоимость продукции — это выраженные в денежной форме затраты на ее производство и реализацию.
Вейцман Р.Я. [8]	Себестоимость продукции – это сумма всех издержек, которые несет предприятие по изготовлению товара и его последующей реализации.
Ушаков. Д.Н. [6]	Себестоимость — это сумма затрат, произведенных предприятием при производстве или приобретении товара.
Сердюк В.Н. [9]	Себестоимость промышленной продукции (работ, услуг) — это выраженные в денежной форме текущие затраты на ее производство и сбыт

Как видно из приведенных определений себестоимость означает лишь совокупность расходов, понесенных на производство продукции в стоимостном выражении. Недостатком данных определений является отсутствие экономической сущности понятия себестоимости.

Себестоимость продукции является качественным показателем, в котором концентрированно отражаются результаты хозяйственной деятельности предприятия, ее достижения и имеющиеся резервы. Чем ниже себестоимость продукции, тем больше экономится труд, лучше используются основные средства, материалы, топливо, тем дешевле производство продукции обходится как предприятию, так и всему обществу. Поэтому для эффективного управления расходами на практике выделяют различные виды себестоимости. Самая распространённая классификация выделяет следующие виды себестоимости:

1. технологическая себестоимость - расходы на сырье, материалы, топливо, энергию, потраченные в процессе изготовления продукции, плюс непосредственно связанные с изготовлением продукции расходы на оплату труда с начислениями и расходы, связанные с содержанием и эксплуатацией оборудования (все эти расходы являются прямыми);
2. производственная себестоимость продукции включает в себя прямые материальные расходы, прямые расходы на оплату труда, другие прямые расходы, переменные и постоянные распределенные общепроизводственные расходы
3. полная себестоимость продукции представляет собой сумму производственной себестоимости продукции и коммерческих и административных расходов за период. Полная себестоимость продукции используется, в основном, для ценообразования.

В зависимости от полноты затрат, включаемых в себестоимость продукции, выделяют следующие виды себестоимости продукции:

1. плановая себестоимость - определяет работу предприятия на определенный плановый период. В ее основе лежат нормы расхода различных видов ресурсов.
2. нормативная себестоимость - рассчитывается на основе текущих норм расхода материальных и трудовых ресурсов столько раз в год, сколько раз происходит изменение данных норм и нормативов.
3. отчетная (фактическая) себестоимость - определяется фактическими расходами на производство и реализацию продукции и характеризует степень выполнения плана за отчетный период. Отклонение отчетной себестоимости от плановой возникает, прежде всего, по причинам, обусловленных неудовлетворительной работой самого предприятия, поскольку в данном случае имеют место реальные потери от простоев, брака или недостатков, которые возникают.

Следующая классификация себестоимости отталкивается от стремлений владельцев предприятия сделать упор на оптимизацию расходов в определенной области бизнеса:

1. цеховая себестоимость - содержит в себе совокупность расходов, понесенных всеми подразделениями компании в процессе выпуска новых товаров.
2. производственная - совокупность цеховой себестоимости, общих и целевых расходов.
3. общехозяйственная - содержит в себе организационные расходы, косвенным образом имеющие отношение к непосредственному выпуску продукции.

При планировании и расчетах выделяют нормативную и фактическую себестоимость. Чтобы вычленивать фактическую величину себестоимости продукции из конечной ее цены, бухгалтер руководствуется текущими показателями расходов. Данный метод несовершенен, поскольку очень часто есть необходимость вычислить себестоимость единицы товара еще до того, как отдел сбыта его продал. А знать ее нужно обязательно, чтобы понимать степень экономической эффективности предпринимательской деятельности.

При вычислении нормативного показателя себестоимости отталкиваются от значений установленных норм в отделе выпуска готовой продукции. С помощью этого метода калькуляции затрат на производство руководству компаний удастся эффективно управлять расходом сырья. Это, в свою очередь, позитивно сказывается на финансовом состоянии организации и уменьшает риск неэффективного использования ее бюджета.

Следует отметить, что в системах финансового и управленческого учета подходы к формированию себестоимости различны.

В управленческом учете себестоимость формируется для того, чтобы управляющий имел полную картину о расходах. Поэтому в системе данного учета могут

использоваться различные методы расчета себестоимости (в зависимости от того, какая управленческая задача решается).

Информация об расходах, собранная в рамках бухгалтерского финансового учета, позволяет в конечном счете сформировать прибыль от реализации продукции, работ, услуг в целом по предприятию. Себестоимость каждого изделия, работы, услуги в этой учетной системе не показывается вовсе или рассчитывается усреднено. В рамках всего предприятия учет и списание расходов на себестоимость могут быть выполнены корректно с точки зрения налогообложения, но информация о структуре отдельных видов продукции при этом может быть искажена [10,11].

Однако для самого предприятия важна достоверная информация о структуре себестоимости - предприятие получает возможность влиять на нее, т.е. управлять своими расходами. Именно такая информация должна формироваться в системе бухгалтерского управленческого учета.

Следовательно, можно отметить, понятие себестоимости тесно связано с понятием калькулирования. В русском языке слово «калькуляция» (лат. *calculatio* - вычисление) появилось во второй половине XIX в. и означает исчисление себестоимости. Калькулирование - это исчисление себестоимости продукции (работ, услуг).

Калькуляция как элемент метода бухгалтерского учета существовала не всегда, и ее возникновение непосредственно связано с развитием производительных сил общества. На заре возникновения бухгалтерского учета, в условиях рабовладельческого строя, когда формировались товарно-денежные и кредитные отношения, бухгалтерский учет велся по простой схеме — «приход–расход». Позже, когда в Италии начали образовываться купеческие товарищества и прибыль должна была распределяться между отдельными купцами пропорционально вложенному капиталу, возникла двойная запись.

В современной экономической литературе [12,13,14,15] калькулирование определяется как система экономических расчетов себестоимости единицы отдельных видов продукции (работ, услуг). В процессе калькулирования соизмеряются расходы на производство с количеством выпущенной продукции и определяется себестоимость единицы продукции.

Калькулирование позволяет изучить себестоимость полученных в процессе производства конкретных продуктов и является объективно необходимым процессом при управлении производством.

Функционировавшие ранее калькуляционные системы преследовали одну цель - оценить запасы готовой продукции и полуфабрикатов собственного производства, что необходимо для внутрипроизводственных целей и для составления внешней отчетности, а также для определения прибыли. Несмотря на важность этой задачи, прежние системы калькулирования не содержали информации, пригодной для решения многих управленческих задач.

Современные системы калькулирования более сбалансированы. Содержащаяся в них информация позволяет не только решать традиционные задачи, но и прогнозировать экономические последствия тех или иных ситуаций, как: целесообразность дальнейшего выпуска продукции; установление оптимальной цены на продукцию; оптимизация ассортимента выпускаемой продукции; целесообразность обновления действующей технологии и станочного парка; оценка качества работы управленческого персонала.

Выводы. Проведенные исследования позволяют сделать следующие выводы:

1. Себестоимость является одним из существенных показателей деятельности предприятия. Она является важнейшим инструментом бухгалтерской оценки и базой для расчета финансового результата.

2. Сущность понятия «себестоимость» носит дискуссионный характер. На современном этапе развития бухгалтерского учета она означает лишь совокупность

расходов, понесенных на производство продукции в стоимостном выражении. Недостатком данных определений является отсутствие экономической сущности понятия себестоимости.

3. Современное калькулирование лежит в основе оценки выполнения, принятого предприятием или центром ответственности плана. Оно не обходимо для анализа причин отклонений от плановых заданий по себестоимости. Данные фактических калькуляций используются для последующего планирования себестоимости, для обоснования экономической эффективности внедрения новой техники, выбора современных технологических процессов, проведения мероприятий по повышению качества продукции, проверки проектов строительства и реконструкции предприятий. По результатам калькулирования можно принять решение о проведении ремонта самостоятельно или с использованием услуг сторонних предприятий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Рудановский А.П. Руководящие начала (принципы) по счетоводству и отчетности в государственных хозяйственных объединениях // Вестник счетоводства. 1924. № 9-10. С. 38-45.
2. Рудановский А.П. Принципы общественного счетоведения. 2-е изд. М.: Макиз, 1925.-310 с.
3. Галаган А.М. Накладные расходы в производстве, методы их учета и распределения // Система и организация. — 1924. — № 10.-565с.
4. Безруких П. С.— 4-е изд., перераб. и доп.— М.: Бухгалтерский учет, 2002.— 719 с.
5. Стражев В.И. Теория бухгалтерского учета.- Минск: Вышэйшая школа, 2012. — 144 с.
6. Соколов Я.В. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней.М.: ЮНИТИ.-1996. - 638 с.
7. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет.-Учеб. для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. — 8-е изд., испр. — М.: Омега-Л, 2010. — 570 с.
8. Вейцман Р.Я. Курс счетоводства. Двойная бухгалтерия в ее применении к различным видам хозяйств. - Одесса.-1909. — 363 с.
9. Сердюк В.Н. Бухгалтерский учет.-Учебно-практическое пособие.-Донецк.-2016.
10. Себестоимость продукции: ее состав и виды. Принципы и методы учета затрат и калькулирование себестоимости продукции.-Studfiles.-Режим доступа:<https://studfiles.net/preview/3974220/page:10/>
11. Себестоимость продукции: ее состав и виды .-Lib.ink.-Режим доступа:https://lib.ink/buhgalterskiy-uchet_814/sebestoimost-produktsii-sostav-54174.html
12. Бородина В.В. Малое и среднее предпринимательство России: бухгалтерский учет и отчетность: Учебное пособие. М.: – 2013.
13. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): учебник для студентов бакалавриата / О. В. Баскакова, Л. Ф. Сейко. - Москва : Дашков и К°, 2018. - 369 с.
14. Головачёв, А.С. Экономика предприятия: учебное пособие / А. С. Головачев. - Минск : РИВШ, 2018. - 395 с.
15. Клочкова, Е. Н. Экономика предприятия / Е. Н. Клочкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова. - М.: Юрайт, 2014. - 448 с.

УДК 339. 5

Воробьева А. Е.
Научный руководитель: Кошеленко В. В., ст. преподаватель
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ЛИЗИНГА

Резюме. В данной статье рассмотрены основные преимущества применения лизинга в качестве способа инвестирования на современном этапе. После проведенного исследования было выявлено, что в настоящее время лизинговые проекты направлены преимущественно на помощь в развитии предприятий с целью большей капитализации прибыли. В Российской Федерации данный вид финансовой помощи достаточно

широко применяется, однако, с нашей точки зрения, данные проекты еще не достигли достаточного уровня развития.

Ключевые слова: лизинг, инвестиции, международная среда, кредитование.

Лизинг на современном этапе является одной из наиболее перспективных форм развития малого и среднего бизнеса. Инвестиционные лизинговые процессы способствуют повышению уровня конкурентоспособности не только отдельных взятых предприятий, но и всей экономики в целом. В Российской Федерации лизинг получил свое развитие не так давно, но на современном этапе развития большинство исследователей подчёркивают важность лизинговых операций для стимулирования производства, следовательно, исследование данной проблемы чрезвычайно актуализировано в современных условиях. Целью работы является исследование инвестиционных возможностей лизинга на современном этапе развития мировой экономики. Также необходимо проследить роль лизинга в деятельности российских компаний и разработать ряд положений, которые будут способствовать развитию данной инвестиционной сферы в государстве.

Зачастую партнером российской фирмы в рамках лизинговой сделки выступает иностранная лизинговая компания. Осуществление скоординированных мер законодательного, нормативно-правового и организационного обеспечения межгосударственного лизинга позволит сделать его эффективным инвестиционным механизмом развития, усиления интеграционных связей, укрепления экономического потенциала.

Лизинг представляет собой способ финансирования инвестиций, который основан на аренде в долгосрочной перспективе различных технических средств с сохранением права собственности. Данная форма является альтернативой банковскому кредитованию, однако лизинг имеет ряд отличий. Он позволяет использовать в сфере производства современную технику без оплаты ее полной стоимости, вооружить обслуживающий персонал новыми знаниями и навыками, повысить квалификацию кадров. В настоящее время, количество данных операций преобладает над классической системой финансового кредитования.

Для полноценного развития экономики любого государства необходимо инвестирование. На современном этапе именно лизинговые операции являются важнейшим механизмом вкладов в производство. С помощью лизинга и инвестирования осуществляется взаимодействие финансового и производственного капитала, что является одним из способов превращения финансовых инвестиций в реальные [1].

Международный лизинг имеет свои особенности, если рассматривать его с точки зрения способа инвестирования. Поэтому на данный момент разрабатывается ряд методик управления лизинговыми операциями для предприятий.

В настоящее время лизинг в российской практике рассматривается как необходимость. Никто не отрицает, что предприятиям необходимо новейшее зарубежное оборудование. Поэтому часто партнерами российских фирм в лизинговых мероприятиях выступает иностранная компания. В данном случае все лизинговые операции проходят согласно законодательству страны – лизингодателя. Стоит отметить, что при инвестировании такого специфического товара, как оборудование, необходимо учитывать не только его характеристики, но и финансовый аспект сделки. В отличие от купли – продажи, данная операция позволяет модернизировать производство без значительных затрат, то есть появляется возможность получить данную технику в экономическую собственность, но при этом не осуществляя финансовую сделку.

Согласно исследованиям RAEX в 2017 году объем лизингового бизнеса вырос на 48 % и достиг 1,1 трлн. руб. Результаты исследования можно наблюдать на рисунке 1.

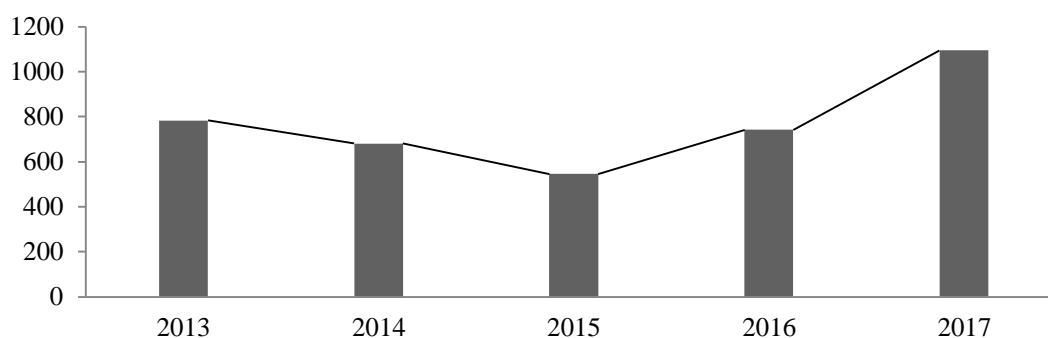


Рисунок 1. Объемы лизингового бизнеса в РФ в 2013 – 2017 г., млн. руб.

Сделки международного лизинга выгодны, так как при этом используется благоприятный налоговый режим, который определен страной-лизингополучателем. Также это эффективный способ продажи оборудования, которая производится предприятием в стране - лизингодателе.

В таблице 1 представлен рейтинг российских лизинговых компаний в 2018 году.

Таблица 1

Рейтинг лизинговых компаний России [2]

№	Название	По объему лизингового портфеля на 1 октября 2018 года, млн рублей	Местоположение
1	Государственная Транспортная Лизинговая Компания	891 840	Москва
2	Сбербанк Лизинг	578 024	Москва
3	ВТБ Лизинг	524 754	Москва
4	ВЭБ - Лизинг	354 636	Москва
5	ТрансФин-М	315 753	Москва
6	Газпромбанк Лизинг	195 814	Москва
7	Альфа - Лизинг	109 441	Москва
8	Европлан	74 100	Москва
9	ЛК «Сименс Финанс»	53 276	Москва
10	Росагролизинг	52 516	Приморский край

Великобритания является одной из стран, которая имеет достаточно высокий уровень проведения лизинговых операций. Данная страна успешно использует все современные формы лизинга. Однако, стоит отметить, что за последнее десятилетие для лизинговых компаний были снижены все налоговые льготы. Кроме того, нормативная база этой страны не поощряет предоставление налоговых освобождений по лизинговым операциям, ориентированным на оказание лизинговых услуг за ее пределами.

Также лизинговая система хорошо развита в ряде азиатских стран. Рассмотрим, например, Японию. Наиболее крупные компании, функционирующие в государстве, открыли свои филиалы в Нью-Йорке, Лондоне, Сингапуре, Гонконге и других странах Восточной Азии. Японские компании активно выходят на европейский и американский рынки лизинговых услуг. Только в Нью-Йорке успешно работают более 20 представительств лизинговых компаний. Основное направление деятельности японских лизинговых компаний — лизинг воздушных и морских судов.

В таблице 2 представлен удельный вес лизингового финансирования в Японии.

Таблица 2

Удельный вес инвестиций в форме лизинга оборудования в общем объеме инвестиций в Японии

Год	Удельный вес инвестиций в форме лизинга оборудования в общем объеме инвестиций, %
1978-1980	4,8-6,2
1981-1983	4,1-5,9
1984-1986	7,1-8,2
1987-1989	8,9-10,3
1990-1992	9,0-7,5
1993-1994	8,1-8,9
1995-1996	9,4-9,5
1996-2002	8,9-9,2
2002-2006	9,2-9,5
2006-2015	9,5-10,0

Основной целью деятельности лизинговых компаний в России является финансирование продаж зарубежной продукции для российских предприятий и иностранных фирм, находящихся на территории РФ.

На рисунке 2 можно проследить динамику прямых иностранных инвестиций в Россию за 2007 – 2017 годы.

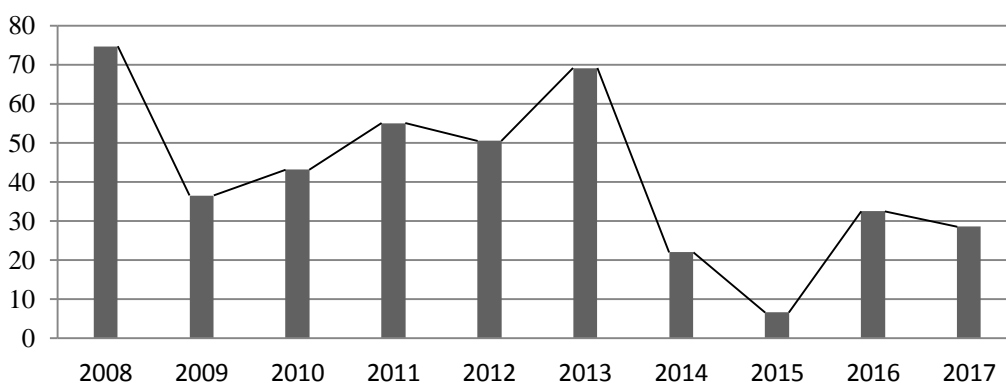


Рисунок 2. Динамика прямых иностранных инвестиций в Российскую Федерацию (2007 – 2017 гг.), млн. руб.

Одними из основных инвесторов, осуществляющих помощь российским предприятиям, являются:

1. Кипр;
2. Нидерланды;
3. Великобритания;
4. Люксембург;
5. Германия;
6. США;
7. Ирландия;
8. Франция;
9. Виргинские острова;
10. Швейцария.

На современном этапе лизинговое финансирование способствует развитию не только отдельно взятых предприятий, но и экономики государства в целом. Международный лизинг активизирует процессы в международной экономике, которые направлены на стеснение сотрудничества ряда государств.

Международная финансовая аренда, или как ее часто называют – лизинг, является одним из видов инвестирования. Договор лизинга предусматривает полное погашение актива в долгосрочной перспективе, однако, если данное условие не выполняется, то

процедура расторжения договора чаще всего не сопровождается выплатой штрафа. В теории лизинг рассматривается как один из видов финансовых инструментов, который является еще одной альтернативой приобретения активов, однако следует учитывать ряд особенностей. При окончании срока действия лизингового договора получатель может выкупить взятый актив и использовать либо в коммерческих целях, либо вернуть его лизингодателю.

При оценке значимости лизинга для компаний необходимо рассмотреть его положительные и отрицательные стороны.

Во-первых, с помощью лизинга можно значительно сэкономить на налогах. Это означает, что государство способствует осуществлению лизинговых операций, акцентируя внимание предпринимателей на модернизации производства, а не на уплату налогов. Однако в противовес этому стоит отметить, что лизинговые ставки по кредитам часто превышают на 2 – 4%.

Во-вторых, лизинговые операции дают возможность компаниям обновить техническое оборудование и, соответственно, увеличить потенциал.

Также нельзя не сказать, что получить кредит в лизинговой форме намного проще, нежели получить «длинный» кредит.

На сегодняшний день лизинговые операции являются востребованными в силу своих положительных качеств. Спрос на данные операции значительно превышает предложение, что дает возможность лизингодателю «диктовать» свои права.

Как уже упоминалось ранее, в России данная отрасль находится на, так называемой, стадии разработки. Ведущие позиции в рейтинге компаний, предоставляющих услуги лизинга, занимают государственные учреждения, такие как Росагролизинг, Государственная лизинговая компания, ВТБ – лизинг и другие. Например, по итогам 2018 года, одной из самых капитализированных компаний стал «Сбербанк – лизинг». Объем нового бизнеса составил 198 млрд. руб [3].

Для повышения уровня лизинговых операций в Российской Федерации необходимо:

1. Проведение комплексной политики по усовершенствованию правовых норм для лизингодателей.
2. Введение упрощенной системы налогообложения для инвесторов.
3. Упрощение процесса кредитования для всех субъектов сделок.

В результате, можно утверждать, что одним из самых важных преимуществ лизинга является возможность применять механизмы ускоренной амортизации, что дает возможность получателю существенно сократить налоговые выплаты в первые годы после получения оборотных средств. Лизинг является эффективной формой развития производства, не требующий больших затрат при этом. Поэтому, с нашей точки зрения, лизинг и является таким популярным в современном обществе. Несомненно, данный вид инвестирования необходимо развивать в Российской Федерации, с целью более слаженной работы предприятий и выпуска более качественной продукции. Считаю, что данная тема требует внимания со стороны ведущих экспертов в первую очередь для того, чтобы повысить уровень конкурентоспособности государства на мировой арене.

В ходе проведенного исследования было выявлено, что лизинг является достаточно перспективной отраслью в сфере инвестирования, на которую необходимо обратить внимание. За его развитием последует модернизация производственных мощностей, которая окажет влияние на состояние экономики в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дун И. Р. Инвестиционные возможности международного лизинга / И. Р. Дун. — 26 – е издание. — Финансы и кредит, 2010. — С. 71-72.
2. Рейтинг российских лизингодателей на 1 октября 2018 года [электронный ресурс] / «Эксперт РА». — Электрон. Дан. — Москва, [2018]. Режим доступа: <https://www.banki.ru/products/leasing/companies/>
3. All_Leasing [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.all-leasing.ru/>

4. Костяков П.А. международный лизинг как экономическая альтернатива в привлечении иностранных инвестиций / П. А. Костяков — 7-е издание. — Российское предпринимательство. — 2008 г. — С. 136 – 140.

УДК 339.924

*Воронова А.С.
Научный руководитель: Шилец Е.С. д.э.н., профессор
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА КИТАЯ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Резюме. В данной статье проведен сравнительный анализ направленности на инновационное развитие Российской Федерации и Китайской Народной Республики, выявлены направления сотрудничества двух стран с учетом общих и отличительных особенностей в условиях нынешней ситуации международных экономических связей.

Ключевые слова: международное научно-технологическое сотрудничество, Россия и Китай, перспективы развития сотрудничества.

В настоящее время значение научно-технического сотрудничества (НТС) достаточно существенно в силу того факта, что оно создает эффективные условия для развития научно-технического прогресса (НТП) и международного разделения труда, а также способствует внедрению достижений научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) в национальную экономику. Так сотрудничество Российской Федерации и Китайской Народной Республики является важным направлением двусторонних отношений и отвечает интересам долгосрочного партнерства и координации взаимодействия между странами.

Актуальность исследования заключается в том, что Китай и Россия имеют свои преимущества, одновременно дополняя друг друга во многих направлениях науки и техники, что служит основой и благоприятной предпосылкой для развертывания ими научно-технического сотрудничества.

Целым рядом факторов устанавливается специфическая особенность российско-китайского НТС. Сотрудничество происходит в условиях неуравновешенных торгово-экономических отношений, когда Российская Федерация экспортирует на китайский рынок энергетические ресурсы на взаимный обмен товарами обрабатывающей промышленности, а движение инвестиций идет в значительной степени в одну сторону – из Китая в РФ. Также необходимо брать во внимание место стран в мировом инновационном развитии, наличие сопоставимых национальных приоритетных задач научно-технологического развития и аналогичных типов программных документов.

По уровню научно-технологического развития Китай по ряду показателей значительно опережает Россию. В международных экономических связях КНР по большей части показателей занимает лидирующие позиции: по объёму валового внутреннего продукта, экспорта, международного инвестирования, численности населения (как следствие, трудовых ресурсов) (табл. 1).

Перспективы российско-китайского НТС основываются на специфичности периода, который переживают страны в развитии международных экономических отношений. Она содержится в последовательном перемещении центра тяжести от стран-лидеров мировой экономики к странам третьего мира, и отражается:

– в усилении мирохозяйственных вызовов, стоящих перед российской экономикой, в том числе в связи с наложением международных экономических санкций, что определяет сдвиг акцентов в сотрудничестве со странами Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР);

– в возрастании значимости развивающихся экономик на мировом уровне;

– в консолидации сотрудничества экономик, которые развиваются, их слияние в виде интеграционных объединений нового происхождения - Шанхайская организация сотрудничества (ШОС), БРИКС, Евразийский экономический союз (ЕАЭС), на фоне ослабления устоявшихся объединений - Европейский Союз (ЕС) и др.;

– в появлении международных крупных инфраструктурных инвестиционных проектов.

Таблица 1.

Россия и Китай в мирохозяйственных связях, 2017 г. [1]

Показатель		Россия	Китай
ВВП, трлн. дол. (доля в мире)		1,5 (1,9%)	12,0 (15,0%)
Рост ВВП (2017 к 2001 гг.)		4,64 раза	8,94 раза
Население, млн. чел. (доля в мире)		145 (1,9%)	1386 (18,4%)
ВВП на душу, дол		8664.06	8833.28
Экспорт, млрд. дол. (доля в мире)		353 (2,0%)	2263 (12,8%)
Импорт, млрд. дол. (доля в мире), 2017 г		238 (1,3%)	1842 (10,3%)
Прямые иностранные инвестиции, млрд. дол. (доля в мире), 2017 г.	приток	38 (2,2%)	134 (7,7%)
	отток	27 (1,9%)	183 (12,6%)

В настоящее время и Россия, и Китай находятся в мировом тренде инновационного развития.

Российская и китайская экономики относительно схожи в области таких индексов Глобального инновационного индекса, как «институты инновационного развития» (73-е место к 78-му) и «человеческий капитал и исследования» (23-е место к 25-му). В остальном Китай лидирует, однако, по некоторым единичным критериям российская экономика опережает китайскую экономику.

Таблица 2

Глобальный инновационный индекс 2017 г. и его составляющие: место России и Китая в мире [2]

Показатель	Россия	Китай
Глобальный инновационный индекс (ранг), в т.ч.:	45	22
Институты инновационного развития	73	78
Человеческий капитал и исследования	23	25
Инфраструктура инновационного развития	62	27
Рыночные аспекты	60	28
Бизнес-аспекты	33	9
Производство знаний и технологий	45	4

Среди проблем, которые стоят в научно-технической сфере Китайской Народной Республике, имеется невысокий уровень капиталовложений в науку и инновации, трудности с распределением ресурсов для реализации нововведения, слабая взаимосвязь между наукой и производством. В основном эти же проблемы затрагивают и российское научно-техническое развитие. Поэтому основным фактором научно-технического развития выступает заинтересованность в приобретении и использовании результатов

НИОКР со стороны корпораций. Это позволит нацелить усилия Китая для перехода от экстенсивной к интенсивной модели экономического роста, а РФ – обеспечить рост экономики и снизить зависимость от экспорта энергетических ресурсов.

Роль и место в мировой экономике определяет направленность России и Китая на инновационное развитие. Особое внимание необходимо уделить перспективам, а также необходимости научно-технологического сотрудничества двух стран в условиях нынешней ситуации мирохозяйственных связей с учетом общих и отличительных особенностей.

Можно акцентировать внимание на общие положения в видении научно-технологического развития в России и Китае:[3]

1. Наличие больших запасов ресурсов, которые являются необходимыми для экономического роста и НТР.

2. Стратегические программы, которые показывают необходимость НРТ для роста инноваций, модернизирования экономики, усиления конкурентной способности отечественных товаров на внешнем и внутреннем рынках, устойчивого развития международного разделения труда.

3. Понимание высокой значимости в осуществлении научно-технологических разработок на практике.

При этом выделяют такие отличительные особенности:[3]

1. Разные цели НТР: перед Россией стоит задача снизить зависимость от экспорта энергоресурсов и сделать рост экономики более устойчивым, а также осуществить программу импортозамещения; Китай же планирует из мирового центра сборки изделий перейти в высокотехнологичную экономику.

2. Наличие различных ресурсов: Россия обладает богатыми природными ресурсами (водные, лесные, минерально-сырьевые), а Китай специализируется на человеческих ресурсах.

3. Различное сосредоточение на международном рынке: в российском экспорте больше всего представлены энергоносители, в китайском экспорте - машины, оборудование и транспортные средства.

4. Отличительный характер развития высокотехнологичного сектора: российские разработки имеют более высокий уровень, но они слабо распространены, а китайские – широко внедряются и применяются, однако могут быть среднетехнологичными.

В этом плане китайская практика внедрения высоких технологий и российский опыт их создания могут быть предметом обмена опытом.

Как показал сравнительный анализ, у России и Китая научно-технический фактор рассматривается как основополагающий глобальной конкурентоспособности их национальных экономик, а также положение и значение в мировой экономике в целом.

В двух странах имеется обширная институциональная основа для реализации инновационных ресурсов наряду с осознанием важности и богатым опытом развития инновационного потенциала.

Перспективы формирования российско-китайского научно-технологического сотрудничества определяются комплементарностью научно-технического развития в плане того, что РФ обладает развитой научно-фундаментальной базой, а Китай имеет уже сформированную систему внедрения достижений НИОКР. Также перспектива развития такого сотрудничества основана на объединениях, в которых Китай и Россия взаимодействуют - БРИКС и ШОС, что связано с возможными направлениями развития рынка научно-технологической продукции. В свою очередь, исследование и осуществление широкого спектра оптимальных форм российско-китайского научно-технологического сотрудничества на уровне научных организаций и предприятий, относятся к направлениям научно-технологического сотрудничества.[4]

Таким образом, международное НТС учитывает схожую геоэкономическую ситуацию и её выявление в мировой торговле и производстве; предусматривает такие факторы научно-технологического сотрудничества, как роль стран в мировом инновационном развитии, наличие общих национальных приоритетов научно-технологического развития и сходных видов программных документов.

Схожесть экономических фундаментальных основ и направлений развития России и Китая определяет взаимный характер дополняющих отношений двух стран; множество причин содействуют широкому и выгодному российско - китайскому сотрудничеству. Углубление двустороннего научно-технического сотрудничества способствует развитию технологическим новшествам, расширению высокотехнологичных отраслей в обеих странах, укрепит связи в торгово-экономическом аспекте, ускорит модификацию хозяйственной структуры и позволит выйти на путь более устойчивого экономического развития.

Представленная специфика проявления научно-технологического сотрудничества предполагает пространственный, отраслевой и институциональный параметры. Необходимо учитывать особенности, которые определяются актуальными направленностями мирохозяйственного развития. Применение этих основных подходов позволяет максимально использовать приоритеты НТС России и Китая в достижение ими лидирующих позиций на мировом рынке. Это имеет большое значение для продвижения отношений долгосрочного партнерства и повышения конкурентоспособности каждой из стран на мировом рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. World economic outlook database, April 2017 // International monetary fund
2. The global innovation index 2017: Innovation feeding the world (10th ed.) / Dutta S., Lanvin B., Wunsch Vincent S. – Johnson Cornell university, INSEAD, World international property organization, 2017. 432 p. P. 209, 281.
3. Лаврикова Ю.Г., Андреева Е.Л., Ратнер А.В. Научно-технологическое развитие России и Китая: компаративный анализ и перспективы сотрудничества // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. Т. 11. № 4. С. 48–62. DOI: 10.15838/esc.2018.4.58.3
4. И.Е. Денисов, Сунь Чжуанчжи, Лю Фэнхуа. Россия и Китай: сотрудничество в новую эпоху // Итоги XIX съезда Коммунистической партии Китая и результаты президентских выборов в России. 2018, № 17. С. 3-13.

УДК 658.51

Галюк Ю.С.

*Научный руководитель: Еременко А.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме. В настоящее время небольшое количество концепций операционного менеджмента приобрели высокую популярность среди управленцев практиков. При этом лидирующие позиции в перечне таких концепций заняли Customer Care, Kaizen, Just-in-Time, Total Quality Management и Business Process Reengineering. В статье проведен анализ вышеупомянутых концептуальных подходов, даны сравнительные характеристики каждого из них, оценена степень их влияния на результативность управления операционной деятельностью предприятия.

Ключевые слова: концепция операционного менеджмента, операция, операционная система, операционная деятельность.

Актуальность темы исследования. Для эффективного управления современными хозяйствующими субъектами и принятия соответствующих управленческих решений руководители различных уровней требуют основательной теоретической подготовки и навыков эффективного управления предприятием. Операционный менеджмент, как функциональное направление менеджмента организации, является одним из новейших подходов к проблемам управления операционной системой хозяйствующих субъектов. При этом существуют определенные концептуальные подходы к вопросу организации операционной деятельности, позволяющие вывести операционную функцию предприятия на более высокий уровень производительности. Таким образом, вопросы изучения концептуальных подходов в операционном менеджменте являются достаточно актуальными.

Степень разработанности проблемы. Исследованиями в области операционного менеджмента успешно занимается ряд зарубежных и отечественных ученых. К наиболее известным исследователям данной проблематики можно отнести: Н. Слэка, В. Дж. Стивенсона, Дж. Хейзера, Г.И. Капиноса, Р.Б. Чейза, И.И. Мазура, О.В. Михайловскую, Н.О. Сухарева, С. Брауна, К. Блэкмона, С. Кумара, Р.А. Фатхутдинова, В.Д. Шапиро и др.

Научные труды этих авторов затрагивают различных аспекты операционного менеджмента, в частности, такие как, проектирование и управление операционными системами, разработка операционных стратегий, управление операциями в производстве, операционные технологии, проектирование продуктов и услуг, инновации в операционном менеджменте и т.д. Однако детальный анализ данных работ подталкивает к выводу, что на данный момент недостаточно изучены вопросы применения различных концептуальных подходов совершенствования управления операционной деятельностью хозяйствующих субъектов.

Цель статьи – выявить особенности ведущих концепций управления операционной деятельностью предприятия, провести сравнительный анализ их характеристик, а также оценить возможный синергетический эффект их совместного практического применения.

Результаты исследования. На первоначальном этапе исследования определим сущностные характеристики процесса управления операциями и сравним особенности ведущих концепций управления операционной деятельностью предприятия. В хозяйственной практике под операционным менеджментом понимается область деловой практики, которая связана с производством товаров и услуг. Она включает в себя ответственность за обеспечение того, чтобы бизнес-операции были эффективными за счет использования как можно меньшего количества ресурсов, а также за то, чтобы требования заказчика были выполнены эффективным и действенным образом.

Согласно W. J Stevenson: «Операционный менеджмент – это управление системами или процессами, которые создают товары (предоставляют услуги)». [1, с. 4].

Основное назначение операционного менеджмента – это управление процессом, который преобразует «входы» в «выходы» (рис.1). У каждой организации есть операционная функция, потому что каждая организация производит товары или услуги для своих потребителей. Контролируют осуществление данной функции операционные менеджеры – сотрудники организации, которые несут особую ответственность за управление некоторыми или всеми ресурсами, составляющими операционную функцию [2, с.5].

Основной целью управления операциями является увеличение добавленной стоимости деятельности организации в рамках любого конкретного процесса. Достижению данной организационной цели способствуют упомянутые ранее концепции – Customer Care, Kaizen, Just-in-Time (JIT), Business Process Reengineering (BRP) и Total

Quality Management (TQM). Каждая из них является неотъемлемой частью повышения производительности организации и ее общего успеха в бизнес-среде.

Подход Customer Care часто связывают с операциями поддержки клиентов. Данная концепция направлена на обеспечение деятельности, с помощью которой предприятие помогает клиенту использовать приобретенную продукцию, а также предоставляет возможность для обслуживания оборудования.

Многие организации ошибочно полагают, что обслуживание клиентов – это послепродажное обслуживание, которое при этом часто рассматривается как необходимость выполнения гарантийных требований. Однако на обслуживание и поддержку клиентов влияют и должны влиять более ранние этапы контакта с клиентами как дизайн и имидж организации [2].



Рис.1 Трансформационная роль операционного менеджмента

Обслуживание клиентов должно быть обязательной составляющей стратегии обслуживания организации. Customer Care определяется тремя факторами:

- начальная цена покупки;
- стоимость отказа клиентов;
- индекс его надежности.

Лояльность клиента важна для любой организации, и для того, чтобы получить одобрение от покупателя, организация должна сосредоточиться не только на качестве продукта или услуги, но и на обслуживании, пока клиент находится в процессе покупки продукта, а также в послепродажный период.

Концепция Kaizen (Кайдзен) относится к философии, которая фокусируется на постоянном совершенствовании производственной и деловой активности. Данный подход был впервые реализован в Японии во время послевоенного экономического чуда, а далее получил значительное распространение через глобальную бизнес-среду. Кайдзен базируется на непрерывном совершенствовании всех бизнес-функций организации, от производства продукта до управления организацией, от высшего руководства до работников конвейера.

Целью данного концептуального подхода является устранение потерь путем улучшения стандартизированных деловых операций и процессов. Процесс Кайдзен, когда он завершен правильно, гарантирует, что рабочее место гуманизировано и автоматически направлено на устранение чрезмерно тяжелой работы, следовательно, благодаря этому процессу увеличивается производительность.

Ключевыми элементами, которые имеют решающее значение для процесса Кайдзен, являются:

- качество;
- усилие;

- вовлечение всех сотрудников;
- готовность меняться;
- коммуникации.

Для реализации Кайдзен концептуально важно, чтобы были созданы теории командной работы, кружки качества, поддерживалась личная дисциплина и высокий моральный дух сотрудников, генерировались предложения по улучшению.

Концепция Just-in-Time (JIT) – это подход, который представляет собой интеграцию философии и методов, которые используются для повышения производительности. Характеризуя использование концепции JIT, N. Slack пишет: «Только клиент имеет право формировать спрос, когда ему это требуется, после этого система JIT должна включиться, чтобы обеспечить быстрое и скоординированное движение деталей по всей системе для удовлетворения этого спроса» [2].

Ключевая идея Just-in-Time – минимизировать потери на каждом переходе. Потери по определению в этом контексте являются любой деятельностью, которая не создает ценности. Данный подход к операционному менеджменту можно определить как стремление к высшей производительности. Операции Just-in-Time выполняются как и когда необходимо. В сущности, «точно в срок» или JIT организует все операции, поэтому они происходят именно в то время, когда они необходимы. Они не выполняются слишком рано (что приведет к тому, что продукты и материалы останутся без наблюдения, пока они на самом деле не понадобятся), и не будут выполнены слишком поздно (что приведет к некачественному обслуживанию клиентов).

Важной концепцией является подход Business Process Reengineering (BRP), который включает в себя радикальную модернизацию основных бизнес-процессов для достижения значительного повышения производительности, сокращения длительности производственного цикла и совершенствования качества производимой продукции (услуг). В рамках реинжиниринга бизнес-процессов руководство предприятия переосмысливает существующие процессы и модифицирует их, чтобы повысить ценность продукта для клиента. Как правило, в организации принимают новую систему ценностей, в которой повышенное внимание уделяется потребностям клиентов. При применении данного подхода сокращаются организационные уровни и устраняются непродуктивные действия в двух ключевых областях. Во-первых, преобразовываются функциональные обязанности в кросс-функциональных командах. Во-вторых, используются технологии для улучшения процесса передачи информации и принятия решений.

Таким образом, реинжиниринг бизнес-процессов – это инициатива по внедрению радикальных изменений, которая содержит пять основных шагов, которые должны предпринять менеджеры:

- переориентировать ценности компании на потребности клиентов;
- перепроектировать основные процессы, используя современные информационные технологии;
- реорганизовать бизнес в кросс-функциональных командах с полной ответственностью за процесс;
- переосмыслить основные организационные и кадровые вопросы;
- совершенствовать бизнес-процессы в организации.

Философия управления Total Quality Management (TQM) охватывает все виды деятельности, посредством которых потребности и ожидания клиента и сообщества, а также цели организации удовлетворяются в большинстве случаев. Данный концептуальный подход представляет собой действенный и экономически эффективный способ совершенствования производственного процесса, работающий за счет максимального использования потенциала всех сотрудников в постоянном стремлении к улучшению.

Total Quality Management делает упор на функции планирования и организации, которые играют немаловажную роль в процессе улучшения качества. Существует необходимость в долгосрочном подходе к комплексному управлению качеством, который должен быть интегрирован с другими важнейшими частями производственного процесса, такими как информационные технологии, операции и человеческие ресурсы, организационные бизнес-планы и т. д., для того, чтобы бизнес обладал достаточной конкурентоспособностью. Для успешного завершения процесса полного управления качеством эффективное использование систем и процедур качества является обязательным условием функционирования операционной системы.

Концептуальный подход TQM получил всеобщее признание. Основная идея данного подхода заключается в осознании того, что низкое качество может стоить организации потери денежных средств и будущей доли рынка, тогда как отличное качество может гарантировать организации определенное конкурентное преимущество.

Несмотря на выявленные особенности (табл. 1), рассматриваемые концепции операционного менеджмента важны для руководителей при определении будущего организации, а также пути и способа достижения успеха в бизнесе. Все вышеназванные подходы, Customer Care, Kaizen, Just-in-time, Business Process Reengineering и Total Quality Management, взаимосвязаны друг с другом через соответствующие процессы, и если эти концепции реализуются должным образом, они могут обеспечить успех организации. Имплементация и проявление концепций в рамках функционирования операционной системы контролируются операционным менеджером.

Концепция обслуживания клиентов рассматривается управляющим операциями как одна из первостепенных для общего успеха в организации благодаря ценности, которую включает в себе продукт или услуга, а также послепродажному обслуживанию, которое предоставляется, будь то техническая поддержка или гарантия.

Эксперты в области управления контактами с клиентами утверждают, что степень, в которой услуга может быть эффективной, напрямую связана со степенью контакта с клиентом. Customer Care может быть связано с другими концепциями, особенно в отношении потерь. Чем больше времени у работодателя на управление контактом с клиентом, тем больше времени он пренебрегает другими аспектами работы. Контакт с клиентом может привести к большей вероятности получения запросов от клиента, изменениям в инструкциях по выполнению операций, которые были утверждены, или желанию клиента общаться с представителем руководства, которое можно рассматривать как потерю. Роль операционного менеджера заключается в том, чтобы контролировать этот контакт и осуществлять его действенным и разумным образом, чтобы не возникало серьезных потерь для компании.

Концептуальный подход Customer Care непосредственно связан с системой Just-in-Time, которая контролирует производственные запасы, поступающие в операционную систему предприятия именно тогда, когда они необходимы в производстве. При использовании концептуального подхода Just-in-Time высокое качество является жизненно существенным фактором, поскольку производство зависит от материалов, предоставляемых поставщиком своевременно. Менеджер по операциям должен контролировать происходящие операции и оставаться в курсе трансформационного процесса, чтобы обеспечить непрерывность производства.

Что касается концепции Кайдзен, то управляющий операциями должен регулировать деятельность своих сотрудников в течение всего процесса. Не существует определенной группы, с помощью которой можно инициировать Кайдзен, это может быть индивидуум, несколько человек или большая группа. Благодаря концепции Кайдзен, в организациях может генерироваться всеобщее управление качеством путем высвобождения усилий за счет повышения производительности труда.

Сравнение концепций управления операционной деятельностью

Характеристика	Концептуальный подход				
	Customer Care	Kaizen	Just-in-Time	TQM	BPR
Цель	Оптимизация и автоматизация процессов обслуживания клиентов	Постоянное совершенствование производства, разработки и других процессов на предприятии	Полная синхронизация поставок ресурсов с процессами производства и реализации	Синхронизация процессов на основе внедрения стандартов	Оптимизация процессов на основе организационных изменений
Характер процессов	Вспомогательные операционные процессы	Основные и вспомогательные операционные процессы	Основные операционные процессы	Основные и вспомогательные операционные процессы	Основные и вспомогательные операционные процессы
Достоинства	Ориентация на лояльность клиентов	Ориентация на лучшее качество продукции при снижении затрат, мотивация сотрудников	Ориентация на минимизацию объема инвестиций в оборотный капитал	Ориентация на реализацию требований клиентов	Ориентация на системные изменения
Недостатки	Большие затраты на послепродажное обслуживание, внедрение изменений в производство продукта по отзывам	Значительные инвестиции, негативное влияние человеческого фактора, эффект проявляется через длительное время	Высокая чувствительность производственного процесса к любым нарушениям и сбоям в цепочке поставок вплоть до полной остановки	Улучшение деятельности по процессам без системной увязки	Большие затраты на разработку и внедрение проекта реинжиниринга бизнес-процессов

Всеобщее управление качеством как часть процесса управления операциями принципиально важно реализовывать в сочетании с другими концепциями. Внедрение принципов TQM благотворительно влияет на систему управления, так как данная концепция является неотъемлемой частью стратегии успешной организации и нацелена на постоянное улучшение качества продукции и услуг с целью достижения высокого уровня удовлетворенности клиентов.

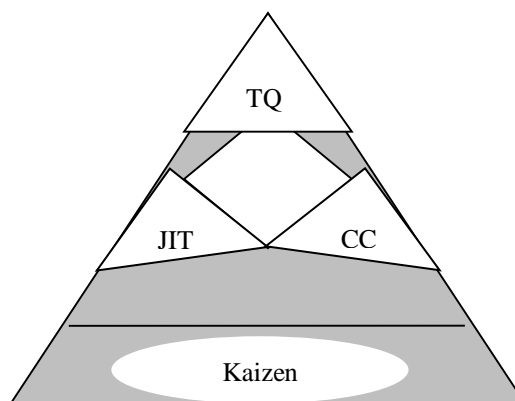


Рис. 2 Взаимосвязь концепций Customer Care (CC), Kaizan, Just-in-time (JIT), Total Quality Management (TQM) и Business Process Reengineering (BRP) в системе управления операционной деятельностью

BPR и TQM имеют кросс-функциональную связь. Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что базовые принципы работы этих концепций достаточно различны между собой. Однако при грамотном подходе операционный менеджер может использовать BPR в качестве инструмента управления проектированием, который должен быть интегрирован в общий процесс управления качеством. Это позволит добиться большего эффекта при внедрении всех концепций.

Важно, чтобы операционный менеджер осознавал потребность в применении данных концепций и то, как они влияют на общий успех бизнеса, а также на то, как лояльность клиентов и моральный дух сотрудников важны для руководства организации для планирования будущего.

Выводы. Роль операционного менеджера в организации состоит в том, чтобы контролировать производственную сторону организации, применяя различные подходы, направленные на совершенствование функционирования операционной системы. При успешном внедрении рассматриваемых концепций операционного менеджмента предприятия получают устойчивые конкурентные преимущества, что содействует реализации наиболее перспективных возможностей, а также формированию лояльности клиентов и морального духа сотрудников.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Stevenson W. J Operations Management / W. J Stevenson. – US: McGraw-Hill Education, 2018. – 944 p.
2. Slack N. Operations management / N. Slack, A. Brandon-Jones, R. Johnston. - Operations management 7th ed. – UK: Pearson Educational Limited, 2016. – 728 p.
3. Хейзер Дж. Операционный менеджмент. / Дж. Хейзер, Б. Рендер Пер. Малкова И. – СПб. Питер – 2015. – 1056 с.
4. Капінос Г.І. Операційний менеджмент [текст] : навч. посіб./ Г.І. Капінос, І.В. Бабій – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 352 с.
5. Горелик О.М. Производственный менеджмент: принятие и реализация управленческих решений : учебное пособие / О.М. Горелик. – 2-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2015. – 270 с.
6. R. Dan Reid, Nada R. Sanders Operations Management, 5th Edition – John Wiley & Sons, 2012.
7. Виноградова И. Н. Менеджмент малого и среднего предпринимательства. // Экономика, управление: проблемы, решения. 2015. № 9. С. 134–13

УДК 339.5

Голобородова В.В

*Научный руководитель: Сокрутенко О-А.С., старший преподаватель
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ПРЯМЫЕ ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СИНГАПУРА

Резюме. В данном исследовании был проведен анализ экономического положения Сингапура относительно других развитых стран. Было выявлено, как прямые иностранные инвестиции влияют на данное положение и почему именно данный фактор влияет на уровень конкурентоспособности страны на мировой арене.

Ключевые слова. Инвестиции, динамика, конкурентоспособность, инновации.

При исследовании конкурентоспособности страны учитываются различные факторы, в числе которых динамика иностранных инвестиций. Прямые иностранные

инвестиции (далее ПИИ) – это долгосрочные вложения материальных средств в какую-либо отрасль государства – реципиента. На данный момент одной из наиболее привлекательных стран для инвесторов является Сингапур.

Сингапур является одним из «Азиатских тигров» вместе с Гонконгом, Тайванем и Южной Кореей, которые демонстрируют высокие темпы экономического роста, отличается внешнеэкономической свободой, стабильным уровнем цен, развитостью сферы услуг и высоким уровнем ВВП на душу населения. Неудивительно, что на данный момент Сингапур является одной из наиболее конкурентоспособных государств в мире. Феномен «Сингапурского экономического чуда» привлекает внимание исследователей, финансистов, инвесторов, аналитиков и бизнесменов со всего мира.

При изучении данного вопроса были использованы исследования А. В. Коптырева и Е. Ю. Колмаковой [1], которые рассматривают привлекательность экономики Сингапура для инвесторов, определяют наиболее перспективные отрасли для ПИИ и определяют причины входа страны, лидирующие позиции мировых рейтингов. А. В. Усольцев в своей работе «Американский капитал в странах АСЕАН» [2], рассматривает динамику притока американских инвестиций в экономику Сингапура, их роль в становлении государства как мирового экономического центра.

Несмотря на достаточно высокую степень разработанности данной темы, проведение статистической оценки потоков ПИИ и построения прогноза из объёмов в анализируемом государстве приобретает особую значимость, поскольку на их основе осуществляется принятие управленческих решений.

Инвестиции в недвижимость и в бизнес-проекты отличаются особой степенью безопасности в Сингапуре. Законодательство страны в максимальной степени учитывает интересы инвесторов из других государств. По данным World Bank Group [3] (далее WB) величина ПИИ в 2017 году составила 7,6 % от Валового внутреннего продукта, что в натуральном выражении - 64 миллиардов долл. США. Для сравнения рассмотрим величину иностранных инвестиций в других странах, причисленных к «Азиатским тиграм»: в Гонконге чистый приток ПИИ составил 122 миллиарда, в Южной Корее – 17 миллиардов долл. США.

Динамика прямых иностранных инвестиций в экономику Сингапура за 2007 - 2017 года представлена в таблице 1.

Таблица 1

Динамика потока прямых иностранных инвестиций в Сингапур за 2007-2017года

Год	Приток прямых иностранных инвестиций, млрд. долл. США	Абсолютный прирост, млрд. долл.		Темпы роста, %	
		Цепные	Базисные	Цепные	Базисные
2007	47	-	-	-	-
2008	12	-35	-35	26%	26%
2009	23	11	-24	192%	49%
2010	55	32	8	239%	117%
2011	49	-6	2	89%	104%
2012	56	7	9	114%	119%
2013	64	8	17	114%	136%
2014	69	5	22	108%	147%
2015	70	1	23	101%	149%
2016	74	4	27	106%	157%
2017	63	-11	16	85%	134%

Опираясь на приведенные выше расчеты, можно утверждать, что минимальный показатель величины инвестиций был в 2008 году и составил 12 млрд. долл. США, что связано с Мировым экономическим кризисом. Максимальное значение пришлось на 2016 год – 74 млрд. долл. США.

Наибольшие темпы роста, которые были вычислены по формуле:

$$\Delta y = y_i - y_{i-1},$$

наблюдались в 2010 году. показатель абсолютного цепного прироста составил 32 млрд. долл. Цепные показатели темпов роста были рассчитаны по формуле:

$$T = \frac{y_i}{y_{i-1}} * 100\%$$

и составили 239%.

Что касается базисных показателей, то наибольшая величина абсолютного прироста была в 2016 году по отношению к базисному 2007 году – 27 млрд. долл. Такая же ситуация наблюдается и в исследовании темпов роста, максимальная величина выпала на 2016 год по отношению к 2007 году – 157%.

Среднюю величину инвестиций рассчитаем по простой формуле среднего арифметического: $\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$, где $\sum x = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n$.

$$\bar{x} = \frac{47+12+23+55+49+56+64+69+70+74+63}{11} = 52.9 \text{ млрд. долл. США}$$

Проследить изменение тренда можно на Графике 1 «Динамика потока прямых иностранных инвестиций в Сингапур за 2007-2017года»

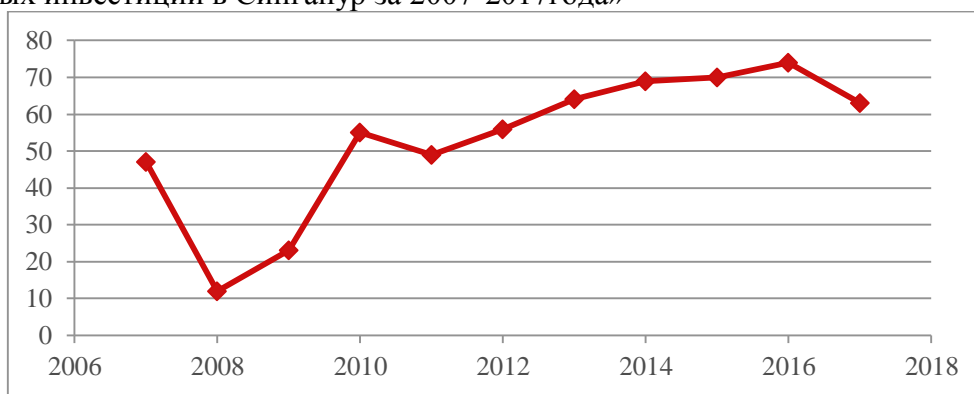


График 1 Динамика потока прямых иностранных инвестиций в Сингапур за 2007-2017года

Инвестировать в Сингапур заинтересованы преимущественно руководители крупных компаний Азиатско-Тихоокеанского региона. Нельзя не подчеркнуть, что наиболее востребованная сфера для инвестирования – это информационные технологии. По оценкам Gartner, расходы предприятий на ИТ-продукты и услуги в Сингапуре составили \$ 19,1 млрд (SGD \$ 24 млрд) в 2015 году. Основными секторами в 2015 году были связь, СМИ и услуги, банковские услуги и операции с ценными бумагами, государственный сектор и производство. Вместе они составили 70 % от общего объема корпоративных расходов на ИТ в стране по итогам 2015 года. Наиболее быстро растущими сегментами отрасли до 2018 года будут банковское дело и ценные бумаги, коммунальные услуги и производства, а также природные ресурсы.

При построении прогноза на ближайший год (2019), стоит учитывать мнения экспертов, которые утверждают, что уровень прямых иностранных инвестиций в Сингапур будет падать. Связано это, прежде всего, с тем, что страна достигла необходимого уровня экономического развития и вполне способна сама инвестировать в различные отрасли других государств. Это подтверждает тот факт, что в 2018 году Сингапур инвестировал в Индонезию 5,04 млрд. долл. США.

По формуле:

$$y_i = y_n * T^l, \text{ где } T = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_0}}$$

Рассчитаем прогнозный показатель потока ПИИ в Сингапур на 2019 год:

$$T = \sqrt[11-1]{\frac{63}{47}} = 1,029, \text{ следовательно, } y_{2019} = 63 * 1,029^2 = 66,7.$$

Таблица 2

Промежуточные вычисления для расчета прогнозного показателя

Временной период	Приток прямых иностранных инвестиций, млрд. долл. США	t	t ²	y*t
2007	47	-5	25	-235
2008	12	-4	16	-48
2009	23	-3	9	-69
2010	55	-2	4	-110
2011	49	-1	1	-49
2012	56	0	0	0
2013	64	1	1	64
2014	69	2	4	138
2015	70	3	9	210
2016	74	4	16	296
2017	63	5	25	315
Итого	-	0	110	512

Таблица 3

Динамика потока прямых иностранных инвестиций в Сингапур за 2007-2017 года с построением прогноза на 2019 год

Временной период	Приток прямых иностранных инвестиций, млрд. долл. США
2007	47
2008	12
2009	23
2010	55
2011	49
2012	56
2013	64
2014	69
2015	70
2016	74
2017	63
2019	67

Выводы. По состоянию на 2017 год Сингапур стоит на 3 месте (после Швейцарии и Соединенных Штатов Америки) в рейтинге наиболее конкурентоспособных стран мира. Несомненно, этому поспособствовали прямые иностранные инвестиции, которые привели к развитию экономики. В настоящее время Сингапур является одной из самых выгодных мировых площадок для инвестирования. Связано это с тем, что страна первая в мире начала проводить комплексную политику по привлечению ПИИ.

Как справедливо отмечал создатель сингапурского «экономического чуда» Ли Куан Ю, ключевую роль в привлечении инвестиций сыграло правительство. Эффективная инвестиционная политика правительства Сингапура во многом предопределила исключительно высокий динамизм развития страны. Основным принципом инвестиционной политики Сингапура стало определение ключевых целей развития и соответствующих им отраслей. Основной упор в инвестиционной политике делался на привлечение иностранного капитала.

В результате проведенного исследования было выявлено, что на данный момент Сингапур является одним из самых привлекательных государств для инвестирования, в частности из-за его инновационной деятельности и политике, проводимой

правительством. Исходя из проведенных вычислений, был спрогнозирован дальнейший прирост ПИИ на территорию данного государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Коптырев, А. В. Инвестиции в экономике Сингапура / А. В. Коптырев, Е. Ю. Колмакова // Информационные технологии в науке, управлении, в социальной сфере и медицине. — 2014. — С. 204 – 206.
2. Усольцев А.В. Американский капитал в странах АСЕАН / А.В. Усольцев // Россия и Америка в XXI веке. — 2010. — № 1. — С. 17.
3. World Bank Group [электронный ресурс] / Группа организаций всемирного банка. — Режим доступа: <http://www.worldbank.org/>
4. Полшков Ю.Н. Об одной модели макроэкономической динамики с дискретным временем / Ю.Н. Полшков // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. Сборник научных трудов. – Донецк: ДонНУ. – 2013. – Т. 1. – С. 309-313.
5. Полшков Ю.Н. Авторегрессионные модели экономических систем и смежные вопросы / Ю.Н. Полшков // Теоретичні і прикладні проблеми моделювання сталого розвитку економічних систем: монографія / під загальною редакцією Т.В. Орехової; відповід. ред. О.Л. Некрасова. – Донецьк: «Сучасний друк», 2013. – 467 с. (С. 92-97, 147-148).
6. Полшков Ю. Н. О прогнозировании макроэкономических показателей с помощью конечно-разностных уравнений и эконометрических методов / Ю.Н. Полшков // Бизнес Информ. – 2013. – №11. – С. 95–100.

УДК 334.009.12

Гутник Н.А

*Научный руководитель: Беспятая М.Н., к.э.н, доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ КОМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ТМ «ЛУЧИАНО»)

Резюме. В данной статье проанализированы понятия конкурентного преимущества компании с точки зрения различных авторов, рассмотрены основные способы оценки конкурентоспособности предприятия. В результате исследования, посредством применения основных методик оценки конкурентоспособности, выявлены основные конкурентные преимущества одного из ведущих производителей кондитерской продукции Донецкой Народной Республики – ТМ «Лучиано». В работе приведен подробный анализ конкурентоспособности компании с помощью применения графической методики – построения матрицы БКГ, а также, аналитических методик – SWOT и PEST-анализа.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, рынок, конкурентоспособность, ассортимент,

Конкуренция – это основная характеристика рынка, которая оказывает сильное влияние на деятельность компании. Конкуренция мотивирует предприятие стремиться к доминированию над конкурентами и, следовательно, быть конкурентоспособным. Анализ деятельности предприятия и его конкурентоспособности может показать текущее положение дел, определить положение на рынке, обозначить решения большинства проблем во всех сферах. Для увеличения конкурентоспособных показателей бизнеса необходимо сформировать рекомендации на базе модели конкурентоспособности. Степень конкурентоспособности компании в правильно организованном бизнесе является показателем экономического уровня предприятия и важным критерием качественного управления конкурентоспособностью и усовершенствования бизнеса [6].

Существует множество работ, посвященных проблеме выявления конкурентных преимуществ компании. Например, исследования М. Портера, Ф. Котлера, Е.П. Ермоловой, Е.П. Голубкова, В.В. Глухова, Г.Л. Багиева, и. т.д. [1].

Несмотря на внушительное количество исследований, посвященных данной проблеме, существуют некоторые разногласия в понимании определения «конкурентоспособность», а также адекватности применения к той или иной компании различных способов оценки конкурентных преимуществ и выбора эффективного направления по увеличению конкурентоспособности.

Рассмотрим некоторые определения понятия «конкурентоспособность предприятия».

Константинова И.В. рассматривает понятие «конкурентоспособность» как реальную и потенциальную возможность предприятия, в реальных условиях, проектировать, изготавливать и сбывать продукты, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителей, чем продукты конкурентов [2].

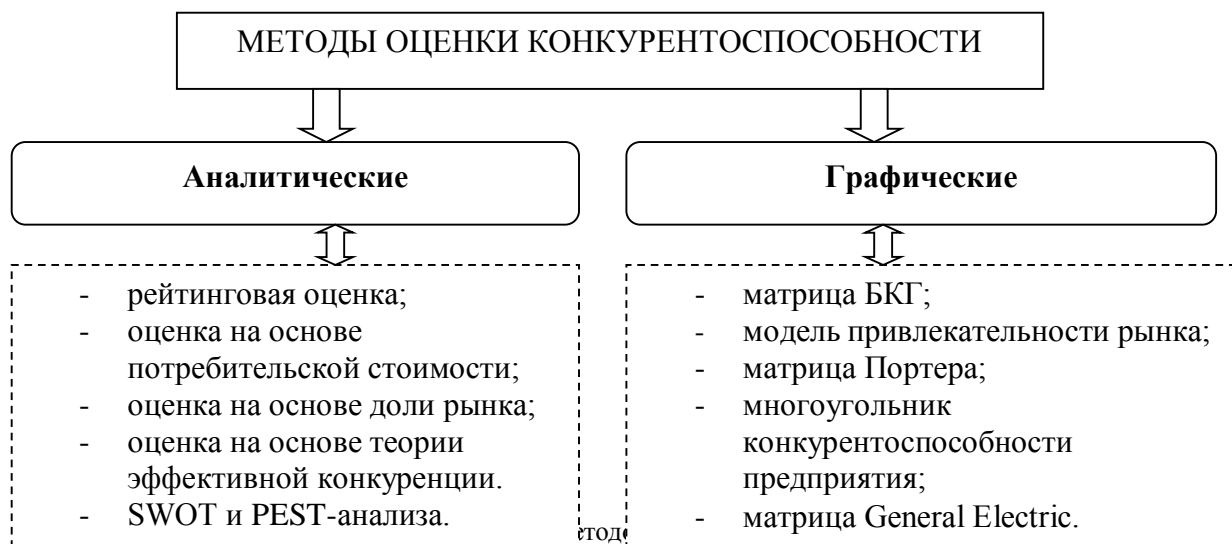
Профессор Фатхутдинов Р.А. дает такое определение конкурентоспособности: «Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующегося степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Она определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке свойство, потребность» [3].

Вышеперечисленные авторы представляют конкурентоспособность предприятия в виде относительной категории. В их видении каждое предприятие сопоставляется с конкурентами по нескольким характеристикам. Такой методологический способ оценки конкурентоспособности предприятия имеет место быть и является вполне логичным как с точки зрения логического восприятия, так и с позиции математического описания. Но понятие «конкурентоспособность предприятия» несет в себе более глубокий смысл.

Исходя из вышеизложенного материала, сформулируем наиболее полное определение данного понятия: конкурентоспособность предприятия – это совокупность показателей компании, характеризующая способность разрабатывать в процессе постоянного изменения внешней среды новые конкурентные преимущества и сохранять свою рентабельность на высоком уровне.

Быстрые изменения внешней среды отечественных предприятий пищевой промышленности стимулируют появление новых методов, систем и подходов к управлению конкурентоспособностью. Наиболее распространенными являются методы оценки возможностей конкурентов посредством специальных экспертных исследований и косвенных расчетов на основе известных данных. Широко используется на практике для анализа конкурентов и «метод отражения», заключающийся в выявлении информации об интересующей фирме у клиентов или посредников данной фирмы. Исследование конкурентов должно быть проведено по тем направлениям, направлено на те же сферы, которые были предметом анализа потенциала собственного предприятия, что даст нам возможность сравнить полученные результаты. Удобным инструментом сравнения возможностей предприятия и основных конкурентов является построение многоугольников конкурентоспособности, представляющих собой графическое отображение оценок положения предприятия и конкурентов по наиболее значимым направлениям деятельности, изображенным в виде векторов-осей. Существует достаточно большое количество теоретических подходов к оценке конкурентоспособности предприятия.

Все методы оценки конкурентоспособности подразделяются на аналитические и графические (рис. 1).



Осуществим оценку конкурентоспособности одного из ведущих производителей кондитерской продукции – ТМ «Лучиано», с целью выявления конкурентных преимуществ компании на региональном рынке кондитерской отрасли.

ТМ «Лучиано» – это один из лучших современных и лидирующих производителей тортов, пирожных и других эксклюзивных кондитерских изделий в ДНР. Выпускаемая продукция реализуется через сеть фирменных магазинов «Лучиано», ряд сетевых магазинов и розничные торговые точки.

Данная торговая марка зарекомендовала себя как надежный, выгодный партнер, который уже более 20-ти лет успешно функционирует на отечественном и зарубежном рынках кондитерских изделий. Под ТМ «Лучиано» производится кондитерская и хлебобулочная продукция, которая выпускается фирмой ООО ПКФ «ОНИКС».

История фирмы берет свое начало с 28 сентября 1990 года, когда при Донецком Горисполкоме было зарегистрировано малое предприятие «ОНИКС». В 1992 году малое предприятие реорганизовано в ООО ПКФ «ОНИКС». С момента создания фирма нацелена на производственную деятельность. С 1991г. по 1994г. выпускались шипы противоскольжения для автомобильных скатов. Объем производства - 5 млн. штук в год.

Высокое качество продукции обеспечивалось за счет использования сырья ведущих мировых производителей, строгого соблюдения рецептур и технологического режима, постоянного метрологического контроля за состоянием оборудования, приспособлений и инструментов.

В июле 1996 года руководство фирмы принимает решение организовать производство тортов нового поколения. Ремонтируется и оснащается оборудованием помещение кондитерского цеха. Проектируется и реконструируется помещение площадью 80 кв. метров под фирменный магазин-кафе (ул. Артема, 108, который успешно работает и ныне). Набирается штат кондитеров, которые в ноябре 1996 года проходят обучение у иностранных специалистов. Высокие темпы работ по подготовке производства позволили 19 декабря 1996 года открыть цех и фирменный магазин - кафе «Лучиано».

С участия в фестивале «Поляна-1999» начался отсчет творческого направления в работе кондитеров. Была поставлена задача освоить технологию и искусство изготовления разнообразных и уникальных по вкусу и составу кондитерских изделий. Оказалось, что руководители, технологи и кондитеры были способны выполнить поставленную задачу. Торговая марка «Лучиано» в короткие сроки уверенно вошла в число лучших производителей кондитерских изделий.

На протяжении 20-ти лет существования ТМ «Лучиано» кондитеры принимали участие в фестивалях и конкурсах кондитерского искусства. Данная компания обеспечивает доступность изделий, которые до этого были представлены только на выставках, сегодня предлагается широкому кругу потребителей. Так появились эксклюзивные торты, спрос на которые уже много лет неуклонно повышается. Мастера-кондитеры выполняют различные пожелания заказчика по оформлению, весу, цветовой гамме и другим параметрам торта.

В настоящее время кондитерская фабрика выпускает торты классов «Премиум», «Элит», а также серию домашних, творожных тортов и фототортов. Изготавливает заказные, эксклюзивные, свадебные, а также детские торты. Также в ассортименте фабрики рулеты, пирожные, десерты и другая продукция. Отдельный участок изготавливает конфеты ручной работы, различные кондитерские фигурки, композиции, тематические открытки, медальки и пряники [4].

Технология изготовления кондитерских и кулинарных изделий основана на использовании продуктов высокого качества. На специализированном участке консервируются натуральные фрукты, используемые в дальнейшем при приготовлении тортов и пирожных. Каждая партия сырья попадает в производство, как и готовая продукция, поступает в продажу, только после прохождения тщательного бактериологического контроля.

Имея масштабные производственные мощности, мы воплощаем сложные рецептуры, которые позволяют нам создавать неповторимые кондитерские изделия за счет сочетания в одном торте нескольких видов коржей и кремов.

Кондитерские изделия пользуются высоким спросом как в Донецкой, так и Луганской Народных Республиках. Основными конкурентами ТМ «Лучиано» в Донецкой Народной Республике являются такие кондитерские фабрики, как ТМ «ДонКо», ТМ «Крошка Енот», ДП «ТОР», ООО «Лаконд» и др.

Для выявления занимаемой ниши на кондитерском рынке ДНР, применим основные методы аналитической оценки конкурентоспособности – методы SWOT и PEST-анализа (табл 1-2).

Как мы видим, исследуемое предприятие организует производство из натуральных экологически чистых ингредиентов на современном оборудовании, что позволяет производить большие объемы конкурентоспособной, качественной продукции.

Таблица 1

SWOT – анализ ТМ «Лучиано»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - узнаваемость на отечественном и зарубежном рынках; - большой объем выпуска; - доступная цена; - большие производственные мощности; - высокая квалификация персонала; - репутация производителя качественной продукции; - использование современного оборудования; - богатая рецептура и традиции производства; - использование натуральных, экологически чистых ингредиентов; - широкий ассортимент; - высокий уровень узнаваемости. 	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие качественной рекламной компании; - зависимость от поставщиков; - присутствие на рынке профессионалов кондитерской промышленности; - рост пошлин на ввозимое сырье и импортируемые кондитерские изделия; - низкий уровень инновационных внедрений в производство.
Возможности	Угрозы

<ul style="list-style-type: none"> - расширение ассортимента; использование инноваций; - завоевание лидирующей позиции в производстве кондитерской продукции в ДНР; - увеличение производственных мощностей; - появление новых видов кондитерских изделий; - совершенствование технологий сбыта и продвижения; - рост потребления кондитерских изделий; - развитие премиального сегмента рынка. 	<ul style="list-style-type: none"> - зависимость от поставок сырья может стать причиной перебоев в производстве; - непостоянство цен на продукцию, скачки спроса; - активный рост конкуренции в используемом фирмой сегменте рынка; - изменение потребностей и вкуса потребителей; - неблагоприятные демографические изменения;
--	--

Широкий ассортимент, богатая рецептура и традиции производства способствует подтверждению сильного бренда компании. Но при этом, как и у всех предприятий рынка ДНР кондитерской продукции практически одинаковые угрозы: зависимость от поставок сырья, постоянный рост цен на сырье, что влечет за собой скачкообразное ценообразование.

Таким образом, на основе анализа выше представленных методик мы можем выявить основные направления развития компании, а именно:

- совершенствование технологий производства;
- увеличение производственных мощностей;
- усиление маркетинга, в первую очередь, поведение маркетинговых исследований;
- увеличение рекламной активности;
- расширение ассортимента премиум-класса;
- оптимизация сбыта [5].

Для анализа репутации ТМ «Лучиано» и его рыночной стратегии прибегнем к одному из наиболее показательных графических методов оценки предприятия, а именно, построим матрицу БКГ. Для сравнительной оценки конкурентоспособности ТМ «Лучиано» нами был выбран ключевой конкурент предприятия – ТМ «Крошка Енот».

Таблица 2

PEST - анализ ТМ «Лучиано»

Политические факторы	Экономические факторы
<ul style="list-style-type: none"> - Рост пошлин на ввозимое сырье и импортируемые кондитерские изделия; - Нестабильная политическая и военная обстановка. 	<ul style="list-style-type: none"> - Низкий рост доходов населения; - Повышение уровня инфляции; - Рост оборота розничной и оптовой торговли; - Рост оборота общественного питания; - Рост стоимости платных услуг; - Высокий уровень конкуренции на рынке.
Социальные факторы	Технологические факторы
<ul style="list-style-type: none"> - «Любовь к сладкому» у потребителей; - Рост потребления кондитерских изделий; - Большое влияние рекламы на потенциальных потребителей; - Рост рождаемости и детской целевой аудитории. 	<ul style="list-style-type: none"> - Совершенствование производства; - Появление новых видов кондитерских изделий; - Совершенствование технологий сбыта и продвижения продукта.

Матрица БКГ ТМ «Лучиано»

Товар	Цена за 1 кг, руб.		Цена за 1 кг, (ТМ "Крошка Енот"), руб.	Темп роста рынка	Относительная доля рынка
	на 01.01.18	на 01.01.19			
1	2	3	4	5= (3/2 *100%)	6= (3/4)*100%
Торт «Киевский с арахисом»	490	550	490	112%	112,24%
Торт«Наполеон»	480	510	520	106%	98,08%

Торт «Киевский с арахисом» находится в квадранте «звезды». Данные группы товаров характеризуются: лидерством на растущем рынке; высоким темпом роста продаж; высоким уровнем прибыли. Торт «Киевский с арахисом» находится в квадранте «звезды», отсюда следует, что ТМ «Лучиано» должна поддерживать и укреплять данную продукцию – обеспечивать ее дополнительное инвестирование. Так как они являются будущим стабильным источником денежных средств компании, на их развитие должны быть выделены лучшие ресурсы компании.

Торт «Наполеон» находится в квадранте «собаки». Данный товар характеризуется: низкой относительной долей на рынке; низкими темпами роста рынка; доход приносимый данной продукцией и рентабельность малы.

Т.к. торт «Наполеон» оказался в квадранте «собаки», поддержка таких товаров обычно становится пустой тратой финансовых средств безо всякой надежды на «выздоровление». Таким образом, в любом случае, самой подходящей стратегией является их ликвидация.

Для осуществления более углубленного анализа оценка конкурентоспособности продукции осуществляется с помощью *мультиатрибутивной модели*, согласно которой любой продукт на рынке можно представить, как совокупность свойств, характеристик – атрибутов или выгод, которые получает потребитель при использовании товара или получении услуги [6]. При этом наличие уникальных и важных выгод позволяет выделить товар среди конкурентов и добиться лояльности потребителей. Итогом такого исследования является анализ множества отдельных продуктов, производимых на предприятии, и сопоставление их с продуктами конкурентов на рассматриваемых рынках и нишах.

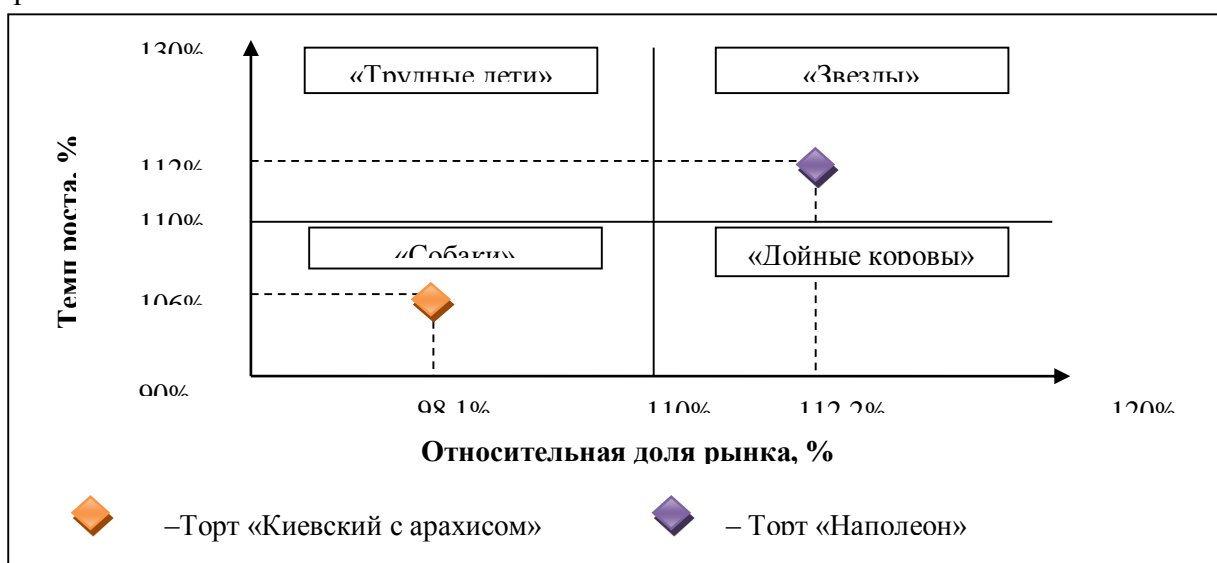


Рис. 2. Матрица БКГ конкурентных преимуществ продукции ТМ «Лучиано»

В качестве атрибутов оценки конкурентоспособности товара нами были выбраны следующие показатели: цена; качество товара; имидж производителя; дизайн упаковки; вкусовая палитра; рекламная поддержка; информация о продукте; мерчендайзинг (табл. 4).

Таблица 4

Мультиатрибутивная модель оценки конкурентоспособности товара

Параметр	Оценка продукции ТМ «Лучиано» и ее основных конкурентов (min–1 б., max–5 б.)				Значение параметра
	ТМ «Лучиано»	ТМ «Крошка Енот»	ТМ «ДонКо»	ООО «Лаконд»	
Цена	4	4	4	5	0,2
Качество	5	5	4	3	0,15
Имидж производителя	5	4	3	3	0,1
Дизайн упаковки	4	5	4	4	0,08
Ассортимент	4	3	5	4	0,1
Рекламная поддержка	4	5	4	3	0,08
Информация о продукте	5	3	4	3	0,15
Мерчендайзинг	4	4	4	4	0,1
Срок годности	3	3	4	4	0,04
Итоговый показатель конкурентоспособности	4,36	4,02	4	3,72	1

Методика осуществляется путем сравнения параметров товара с товарами конкурентного окружения посредством оценки показателей потребителями по пятибалльной системе. Далее оценки корректируются умножением на коэффициент значимости конкретного показателя. На последнем этапе скорректированные с учетом коэффициента весомости показатели суммируются, полученные данные отражают итоговую оценку конкурентоспособности товара каждого производителя.

Осуществив расчет необходимых показателей, мы видим, что лидирующие позиции занимают: 1-е место – ТМ «Лучиано», 2-е место – ТМ «Крошка Енот», 3-е место – ТМ «ДонКо», 4-е место – ООО «Лаконд». Как мы видим, ТМ «Лучиано» имеет большие преимущества по всем позициям. Производитель, благодаря многолетнему опыту функционирования на данном сегменте рынка, зарекомендовал себя исключительно с положительной стороны.

Проанализировав маркетинговую деятельность ТМ «Лучиано» с помощью мультиатрибутивной модели оценки конкурентоспособности, на данном этапе развития, мы пришли к выводу, что среди приоритетных направлений торговой политики предприятия следует выделить: расширение ассортимента продукции; активную рекламную деятельность; улучшение дизайна упаковки, ее разнообразия.

На сегодняшний день емкость кондитерского рынка в ДНР далека от полноценного насыщения, а объемы продаж только повышаются, следовательно, конкуренция на данном рынке будет только возрастать, как среди действующих участников рынка, так и вновь появляющимися отечественными и зарубежными производителями. География и структура реализации продукции очень дифференцирована, и далека от совершенства, что объясняется не только платежеспособным спросом, но и недостаточно грамотной сбытовой политикой предприятий-производителей. В этих условиях, ТМ «Лучиано» несомненно, является одним из лидеров кондитерского рынка, с большими производственными мощностями, развитыми сетями и каналами реализации товара, а также, широким ассортиментом продукции.

В целом, оценка конкурентоспособности предприятия по различным методикам позволила сделать следующие выводы:

1) ТМ «Лучиано» имеет достаточно устойчивые позиции и высокую экспертную оценку по широте ассортимента и качеству выпускаемой продукции, по уровню цен и вариативности упаковки, условиям оплаты и качеству. Данная торговая марка осуществляет свою деятельность достаточно стабильно и эффективно.

2) Имея богатый ассортимент выпускаемой продукции, общество, предугадывая желание покупателей, - выводит на рынок новые наименования изделий, создает новые бренды на выпускаемую продукцию.

3) Применение методик SWOT и PEST– анализа ТМ «Лучиано» позволило выявить основные факторы, сдерживающие процесс развития компании, а на основе их анализа, был предложен ряд перспективных направлений развития предприятия.

Выполненный анализ показывает, что не существует полноценной стандартной методики оценки и управления конкурентоспособностью предприятий кондитерской отрасли, таким образом, следует применять данные методики комплексно.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Портер М. Конкуренция. М. Издательство «Вильямс», 2003.
2. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007.– 192 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 11-е изд. / Ф. Котлер. СПб.: Питер, 2003.
4. Официальный сайт ТМ «Лучиано» /Электронный ресурс// Режим доступа: <http://luchiano.biz>
5. Светульников С.Г. Экономическая теория маркетинга. СПб: Издательство СПб ГУЭФ, 2008. – 208 с.
6. Фасхиев Х.А., Попова Е.В. Как измерить конкурентоспособность предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. № 4, 2014.– 321 с.

УДК 331.5-053.6

Дегтярев С.В.
Карпухно И.А. к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МОЛОДЕЖНОЙ БЕЗРАБОТИЦЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Резюме: В данной работе рассматривается молодежная безработица как одна из составляющих социально-экономических проблем Российской Федерации. Выявлены основные причины молодежной безработицы, а также представлены методы, которые помогли бы выпускникам учебных заведений занять свою нишу на рынке труда.

Ключевые слова: рынок труда, молодежная безработица, учебные заведения, работодатели, макроэкономика.

Актуальность исследования обусловлена противоречивым положением молодежи на рынке труда: с одной стороны, существует высокая потребность в молодежном труде, с другой стороны, уровень молодежной безработицы остается очень высоким.

Проблема безработицы принимает глобальный характер, захватывая всё больше стран. Одним из главных приоритетов каждой страны является снижения уровня безработицы до минимума. Люди будут искать другую работу, стремясь улучшить свое благосостояние, а фирмы — более квалифицированных работников, стремясь к

максимизации прибыли. То есть в рыночной экономике постоянно происходят колебания спроса и предложения на рынке труда.

В последние годы ученые активно изучают влияние глобализационных процессов на экономику. Исследование безработицы в условиях глобализации занимаются такие ученые как А.А. Салатова [1], Е.Ю. Давыдова и О.И. Безяева [2], Н.И. Чернышева [3] и др. Однако тема безработицы в условиях глобализации, а также влияние, оказываемые на структуру и динамику безработицы остаются мало изученными.

В последние годы проблеме безработицы начали уделять внимание многие страны, в том числе и Российская Федерация, динамика уровня безработицы согласно методологии, МОТ представлена на рис.1.

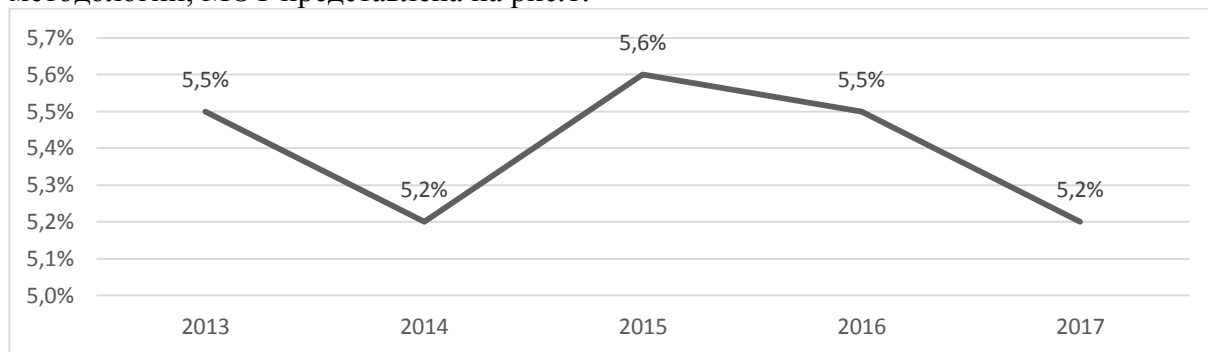


Рисунок 1. Уровень безработицы в 2013-2017 гг. в Российской Федерации [4]

Исходя из рис. 1 мы можем сделать следующий вывод, что в период 2013-2014 гг. уровень безработицы сократился на 0,3%. В период с 2014-2015 гг. уровень безработицы вырос на 0,4% и составил в 2015 году 5,6 %.

Рост уровня безработицы в 2015 году был обусловлен тяжелой политической нестабильностью на мировой арене, вызванной политическим кризисом в Украине.

2015 год стал тяжелым годом для российской экономики. Введенные санкции против Российской Федерации со стороны некоторых стран Европы и Соединённых штатов Америки (США) пагубно отразились на экономике страны. Падение курса рубля и экономические меры международной политики сильно повлияли на уровень безработицы в стране. В ответ на санкции, Россия огласила реализацию программы повышения занятости, приоритетом которой является увеличение пособий по безработице.

В 2016 году экономика России была направлена на создание новых рабочих мест путем открытия отечественных заводов и производств. В связи с чем уровень безработицы на конец года сократился на 0,1% по сравнению с 2015 годом и составил 4243,5 тыс. человек.

Средний возраст безработных в 2017 году составил 36,4 лет, что больше на 0,6 лет в 2016 году (35,8 лет) и меньше на 4,2 года в 2015 году (40,6 лет). [5]

Одной из главных проблем уровня занятости практически всех стран мира является молодежная безработица, которая определяется как социально-экономическое явление, при котором лица в возрасте 15-29 лет находятся в поиске работы и готовы приступить к ней, но не могут реализовать свое право на труд, тем самым теряют основные средства к существованию.

Т.к. молодежная безработица является одним из признаков социально-экономических проблем практически любого государства в мире, то не является исключением и Российская Федерация.

Особенностью молодежного рынка труда России является его низкая конкурентоспособность по сравнению старшими возрастными группами. Особенно остро эта проблема стоит перед подростками и молодежью в возрасте от 20 до 29 лет. На

рисунке 2 представлен структура безработных по возрастным группам в Российской Федерации.

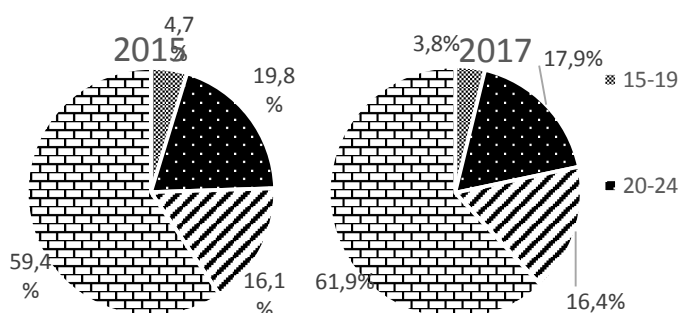


Рисунок 2. Структура безработных по возрастным группам в 2014,2015 и 2017 гг. в РФ. [5]

Исходя из рисунка 2, мы можем сделать следующий вывод, что в 2017 году по сравнению с 2015 годом произошло сокращения уровня безработицы в таких возрастных категориях: «15-19» на 0,9% и «20-24» на 1,9%, а в категории «25-29» произошло увеличение роста безработицы на 0,3%. Общий уровень безработицы в 2017 году составил 38,1%, что свидетельствует о катастрофической ситуации в отношении трудоустройства молодых людей, однако уровень молодежной безработицы сократился на 2,2% по сравнению с 2015 годом (40,3%).

Выделим причины, объясняющие уязвимое положение молодежи на рынке труда каждой возрастной группы. Наиболее уязвимыми являются молодые люди, относящиеся к первой группе «15-19», которые к моменту выхода на рынок труда не имеют стажа работы, получив среднее общее образование. Необходимо отметить, что большая часть молодых людей данной группы не планирует повышать уровень образования [6]. Они работают на условиях непостоянной занятости, в том числе разовой, в ночное время и пр., откладывая получение необходимого образования для повышения конкурентоспособности на рынке труда.

Жизненные установки средней возрастной группы «20-24» выражены более четко. Молодые люди имеют специальное или высшее профессиональное образование. Тем не менее, также сталкиваются с проблемой трудоустройства по причине несоответствия качества полученного образования с требованиями рынка труда, а также большинство из них не имеют опыт работы.

Большая часть молодых людей третьей возрастной группы «25-29» уже состоят в браке, имеют опыт работы и профессиональную подготовку. Для данной группы определяющим фактором при выборе рабочего места играет материальное стимулирование.

Следует отметить, что основополагающей причиной молодежной безработицы является то, что у них нет опыта работы. Выпускники техникумов и вузов на момент получения дипломов не имеют опыта работы и за этого их неохотно или вовсе не берут на работу. В результате молодой специалист оказывается в замкнутом круге: для работы нужен опыт, для опыта – работа.

Для решения данной проблемы необходимо вести квотирование рабочих мест для выпускников учебных заведений. На сегодняшний день квотирования в Российской Федерации применяется к следующие категориям граждан: инвалиды, дети-сироты, члены многодетных семей.

Однако, данный метод может привести к сокращению мест для приема в вузы, так как вузы вместе с дипломом должны предоставить место работы молодому специалисту. Также количество студентов снизится еще и за счет более интенсивного отсева в период обучения. Это можно отнести и к плюсам, и к минусам. Ведь людей с высшим

образованием станет меньше, однако те, кто получают его, будут в разы, квалифицированные за счет высокой конкуренции. Так было в советское время.

Альтернативой квотирования могла бы стать система, которая мотивировала бы самих работодателей брать на работу выпускников, например, система налоговых льгот для работодателей, которые заключили трудовой контракт с выпускником учебного заведения. Однако реализация данного метода возможна только через правительство Российской Федерации. Так как, данная налоговая система потребует экономических расчетов для оценки экономической эффективности.

Также к причинам высокой безработицы среди молодежи можно отнести:

- отсутствие системы распределения выпускников высших учебных заведений на рабочие места в соответствии с полученной специальностью;
- несоответствие между тем, какие специальности на конкретный момент требуются на рынке труда, и тем, каких специальностей выпускают вузы;
- низкая конкурентоспособность молодых людей, обусловленная высокими затратами на их адаптацию и рисками работодателей при их найме;
- недостаточная мотивация молодых людей к трудовой деятельности;
- высокие требования представителей молодежи к оплате труда;
- отсутствие достаточной программной и финансовой основы в деятельности службы занятости по трудоустройству молодых людей. [7]

Молодым людям, в условиях жесткой рыночной экономики необходимо быть конкурентоспособными. Достичь этого можно благодаря полученным знаниям в лучших вузах государства. В результате эти знания будут способствовать поиску достойного места работы в нестабильных социально-экономических условиях.

Для обеспечения спроса на рынке труда среди молодежи необходимо проводить работу в области профессиональной ориентации, разрабатывать различные программы социальной адаптации.

В настоящее время не каждый высококвалифицированный молодой человек может применить полученные знания на практике, вследствие чего он теряет свою квалификацию. Как правило, связано это с тем, что информация о потребностях в трудовых ресурсах предприятий и организаций часто разбросана по различным источникам: средства массовой информации, ярмаркам вакансий, проводимые службами занятости и предприятиями. В связи с этим необходимо систематизировать информацию о вакансиях в учебных заведениях. На базе учебного заведения следует создать центры содействия занятости учащихся молодёжи и трудоустройству выпускников. Вузовские центры должны будут выполнять следующие функции:

- предоставлять информацию о реальной ситуации на рынке труда;
- прогнозировать потребности специалистов в той или иной области;
- проводить активную работу со студентами;
- тесно взаимодействовать с городскими и областными центрами занятости и работодателями.

В настоящее время между учебными заведениями и предприятиями (организациями) не налажена связь в сфере трудоустройства выпускников. Взаимодействие в этой сфере позволит составлять прогноз на спрос той или иной рабочей силы на будущее.

Согласно статистике, около 20% безработной молодежи обладает уникальными способностями для открытия собственного дела, но, в силу определенных обстоятельств, только 5% решаются на это. [7] Государству необходимо создать поддержку молодых предпринимателей, ведь предпринимательство является мощным инструментом в борьбе с безработицей.

В ряде развитых государств существует системная поддержка молодежного предпринимательства. В Австрии имеется специальная организация «Молодая

экономика Австрии» (МЭА). Ее главная цель информировать членов об интересных событиях в области бизнеса, проводить опросы на важные экономико-политические темы с целью мониторинга молодежного предпринимательства. Германия имеет крупнейшее объединение молодых предпринимателей федерального уровня Wirtschaftsjunioren Deutschland (WJD), которая объединяет молодых предпринимателей и руководящих работников возрасте до 40 лет. Главная задача поддержания высокого статуса предпринимателя в обществе повышение конкурентоспособности предпринимательства в мире. [7]

В России разработана «Стратегия развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года» согласно которой, государство должно не только создать благоприятные условия для ведения молодыми людьми бизнеса, но и возглавить работу по подготовке и реализации данной стратегии.

В России с 2008 года и по сей день существует программа «Молодежный бизнес России» (МБР). Основными компонентами этой программы является обучение и консультирование по вопросам организации и ведения бизнеса, доступ к стартовому капиталу и помощь наставника.

Таким образом, в Российской Федерации проблема молодежной безработицы является актуальной. Для сокращения уровня безработицы среди молодежи, необходимо учесть тот факт, что молодой человек самостоятельно и осознано должен сделать упор на свое образование, чтобы он смог быть конкурентоспособным в жестких рыночных отношениях. Так же должны быть созданы на базе учебных заведений центры содействия занятости учащейся молодёжи и трудоустройству выпускников. Главной задачей которого, будет анализ рынка труда и прогноз потребности специалистов на рынке труда.

Для успешного трудоустройства выпускников вузов необходима их профориентация, которую буду проводить три стейхолдера – службы занятости, представители вузов и работодатели.

В свою очередь государство должно поддерживать молодых предпринимателей, создавать благоприятствующие условия для развития бизнеса, расширять географию программы «Молодежный бизнес России».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Салатова А.А. безработица в условиях глобализации // Регионоведение. - 2013. - №4. - С. 196-206.
2. Давыдова Е.Ю., Безяева О.И. Проблема безработицы в современной России // Теория науки. - 2014. - №1. - С. 75-79.
3. Чернышева Н.И. Пути решения проблемы молодежной безработицы в современном обществе // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. - 2014. - №5. - С. 155-160.
4. Трудовые ресурсы // Федеральная служба государственной статистики URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages/labour_force/#.
5. Россия в цифрах. 2018: Крат. Стат. Сб./Росстат – М., 2018 – 522с.
6. Рацлаф А. А., Седова А. В. Молодежная безработица // Молодой ученый. — 2015. — №11. — С. 959-961. — URL <https://moluch.ru/archive/91/19832/>.
7. Чернышева Н.И. Проблема трудоустройства выпускников учебных заведений и поиск путей ее решения // Наука и экономика: научно-информационный журнал. - №1(5). – январь 2011. – Иваново: ООО «Научная мысль», 2011. – С. 62-63

Демченкова К.С.
Научный руководитель: Кравченко В.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ КИТАЯ, ЯПОНИИ И ЮЖНОЙ КОРЕИ

Резюме. В данной статье рассчитаны темпы прироста и удельный вес экспорта услуг Китая, Японии и Южной Кореи и проведен анализ состояния международной торговли услугами данных стран.

Ключевые слова: международная торговля услугами, экспорт услуг, импорт услуг, страны Азии.

Актуальность. В современных условиях рыночного хозяйствования всё большее развитие получает международная торговля услугами. Выступая следствием непрерывного углубления разделения труда, она оказывает значительное влияние на экономическую и социальную жизнь общества. Претерпевая многочисленные изменения, она позволяет заметно ослабить кризисные явления в экономике, а также повысить международный статус любого государства, ориентированного на потребности человека и способы их наилучшего удовлетворения.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению характеристик международной торговли услугами посвящены многочисленные труды как отечественных, так и зарубежных исследователей. Среди отечественных учёных стоит отметить научные разработки В.Д. Чухломина, Г.А. Аванесова, О.Н. Балаевой, В.Д. Грибова, Н.Г. Адамчука, Б.М. Смитиенко, Е.В. Данилова, А.В. Ракова, Е.В. Покровской, Т.Д. Бурменко и прочих. Существенный вклад в изучение по данной тематике внесли такие зарубежные учёные как И. И. Дюмулен, Д. Джоббер, Т. Кларк, Г. Армстронг, Ф. Бастиа, П. Дойль, Э. ВанДузер, Р. Г. Мердик, В. Вонг, К. Гренрос, Ж. Делез, К. Лавлок, Р. С. Рассел и др.

Цель исследования. Проанализировать состояние международной торговли услугами Китая, Японии и Южной Кореи.

Результаты исследования. На современном этапе развития внешнеэкономических отношений всё больших успехов в осуществлении международной торговли услугами удаётся достичь таким странам как Китай, Япония и Южная Корея. Постоянная диверсификация, эффективное регулирование и рациональное планирование экспорта услуг указанных государств, способствуют их становлению как сильных и стратегически ориентированных игроков мирового рынка[2,3].

Актуальные показатели объёмов экспорта услуг Китая, Японии и Южной Кореи представлены на рисунке 1.

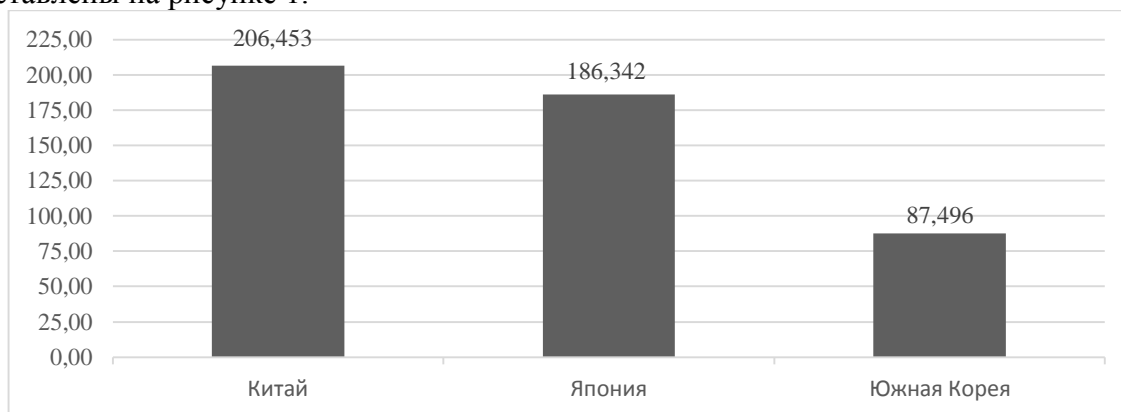


Рис. 1 Объёмы экспорта услуг Китая, Японии и Южной Кореи в 2017 году, млрд. долл. США[1]

Таким образом, можно утверждать, что среди исследуемых государств несомненным лидером является Китай, у которого объём экспорта услуг превышает аналогичный показатель Японии на +10,79%, а по сравнению с Южной Кореей на +135,96%. Как видно, экспорт услуг Японии догоняет показатель Китая, а Южная Корея, хотя и наращивает объёмы экспорта, но пока ещё значительно отстаёт от конкурентов.

Постоянное наращивание экспорта услуг, несомненно, является положительной тенденцией – получаемые дополнительные финансовые выгоды укрепляют национальную экономику государства, делают его менее подверженным следствиям кризисных явлений мировой экономики. При этом возможность достижения данной цели во многом зависит от уже сформировавшегося в пределах государства социально-экономического климата, стабильности его политико-правовой сферы [4].

Рассчитаны показатели темпов прироста экспорта услуг за период 2008-2017 гг. нашли своё отражение в таблице 1.

Таблица 1

Годы	Темпы прироста экспорта услуг, %		
	Китай	Япония	Южная Корея
2008	15,86	16,01	27,47
2009	-15,67	-14,27	-20,34
2010	-4,11	11,28	14,44
2011	71,06	4,58	9,18
2012	0,26	-2,65	13,90
2013	2,69	-1,15	0,20
2014	5,86	20,97	8,07
2015	-0,79	-0,68	-12,82
2016	-4,14	8,01	-2,89
2017	-0,94	6,06	-7,80

В результате проведенных расчётов установлено, что у всех исследуемых стран показатель темпа прироста экспорта услуг не имеет однозначной направленности изменения – в каждом году он то снижался, то снова повышался. Например, у Китая наибольший процент снижения экспорта услуг наблюдается в 2009 году (-15,67%), а наименьший (-0,79%) в 2015 году. При этом, максимальный прирост экспорта услуг отмечается в 2011 году (+71,06%). Что касается последних трёх лет исследования, то для Китая характерна тенденция снижения темпов роста экспорта услуг. Для Японии наибольшее снижение темпов прироста экспорта услуг отмечается также в 2009 году (-14,27%), а наименьшее (-0,68) в 2015 году. Самое значительное увеличение экспорта услуг для данной страны отмечено в 2014 году (+20,97%). В 2017 году Япония имеет положительный показатель темпа прироста экспорта услуг, однако, он немного ниже, по сравнению с прошлым годом. У Южной Кореи экспорт услуг значительно снизился в 2009 году (-20,34%), а максимальный рост наблюдался в 2008 году (+27,47%). С 2015 года начинается тенденция сокращения объёмов экспорта услуг – темп снижения в 2017 году составляет -7,80%.

Кроме того, различными у исследуемых государств являются и показатели удельного веса экспорта услуг в общем объёме экспорта товаров и услуг. На его основе установлено, что на протяжении 2008-2017 гг. они неоднократно изменялись как в сторону увеличения, так и уменьшения (см. рис. 2).

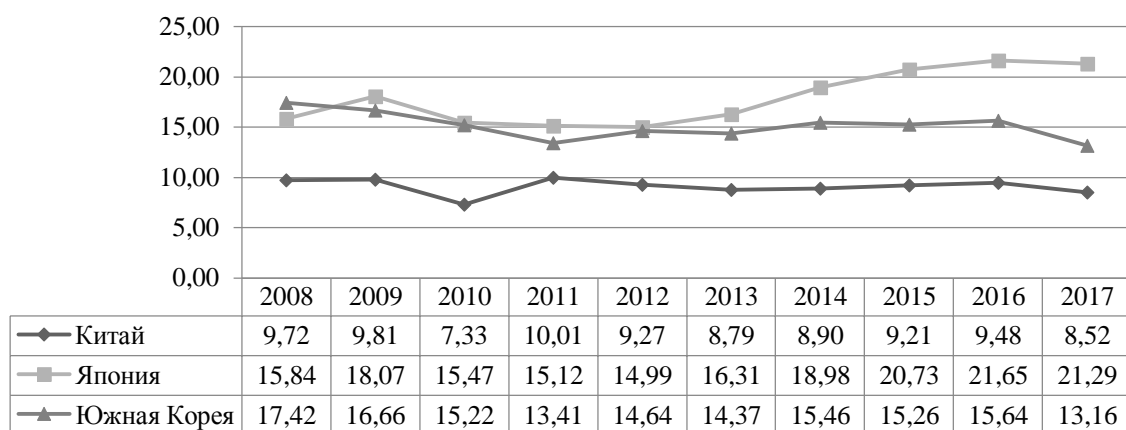


Рис. 2. Динамика удельного веса экспорта услуг в общем экспорте товаров и услуг Китая, Японии и Южной Кореи [1]

Более того, полученные результаты исследования показывают, что у Китая, наибольший удельный вес экспорта услуг наблюдался в 2011 году. В последующие два года отмечалась тенденция снижения показателя, а в 2015-2016 гг. снова отмечается его рост. Что касается отчётного периода, то в 2017 году удельный вес экспорта услуг в общем объёме экспорта услуг и товаров снизился на -0,96%. У Японии удельный вес услуг существенно превышает аналогичный показатель Китая на протяжении всего исследуемого периода. При этом, тенденция снижения наблюдается с 2010 года по 2012 год. Начиная с 2013 года, видна тенденция роста удельного веса экспорта услуг, для которой в 2017 году характерно незначительное уменьшение исследуемого показателя на - 0,36%. Что касается Южной Кореи, то с 2008 года по 2011 год удельный вес экспорта услуг активно снижался. На протяжении последующих лет показатель был нестабилен – то повышался, то понижался. В 2017 году снижение удельного веса экспорта услуг в общем объёме экспорта товаров и услуг составило -2,48%. Это наибольший показатель снижения среди исследуемых государств.

Особого внимания при анализе международной торговли услугами государств заслуживает исследование показателя чистого экспорта. Чистый экспорт услуг – это стоимостный показатель, выражающий алгебраическую разницу между импортом и экспортом услуг [5]. Если импорт выше экспорта, то можно говорить о том, что рассчитываемая величина носит отрицательный характер, если **экспорт** больше импорта, то **чистый** экспорт – величина положительная. Большинство государств стремится к тому, чтобы экспорт преобладал над импортом, то есть «продажи» превышали «покупки» [6,7]. Однако это удается не всем. Для ответа на вопрос, удалось ли достичь данной цели Китаю, Японии и Южной Корее был произведён расчёт показателя, результаты которого отражены в таблице 2.

Таблица 2
Исследование чистого экспорта услуг Китая, Японии и Южной Кореи в 2017 году [1]

Показатель	Китай	Япония	Южная Корея
Экспорт услуг, млрд долл. США	145,343	141,040	91,333
Импорт услуг, млрд долл. США	471,870	192,853	121,968
Чистый экспорт услуг, млрд долл. США	-326,527	-51,812	-30,635

Как видно, ни у одной из стран чистый экспорт не имеет положительного значения. Это означает, что, несмотря на постоянное увеличение объёмов внешних продаж услуг,

Китай, Япония и Южная Корея больше закупают их у других государств мира [8]. При этом, наибольшее отставание экспорта от импорта услуг наблюдается у Китая, а наименьшее у Южной Кореи. Преодоление имеющейся ситуации возможно как за счёт дальнейшего наращивания объёмов экспорта услуг, так и за счёт использования тарифных и нетарифных ограничений импорта услуг из-за границы [9].

Выводы. В результате проведенного исследования, можно сделать вывод, что в современных рыночных отношениях, международная торговля услугами выступает важным звеном. Китаю, Японии и Южной Корее удалось добиться значительных результатов в международной торговле услугами. При этом, лидером является Китай, объём экспорта услуг которого имеет наибольшее значение. Под влиянием изменений внешнеэкономической среды на протяжении 2008-2017 гг. темпы прироста исследуемого показателя имели различную направленность. В отчётном 2017 году прирост экспорта услуг по сравнению с прошлым годом отмечается у Японии, в то время как у Китая и Южной Кореи объёмы экспорта услуг снизились. Установлено, что наибольший удельный вес экспорта услуг в общем объёме экспорта товаров и услуг характерен также для Японии, а наименьший для Китая. Международная торговля услугами позволяет государствам развивать свою специализацию, увеличивать объём оказываемых услуг, в конечном счете, преследуя цель повышения уровня благосостояния своего населения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мировая и региональная статистика. [Электронный ресурс]. - Официальный сайт мировой и региональной статистики. Режим доступа: <https://knoema.ru>
2. Шуйский В.П. Торговля услугами – перспективный сегмент международной торговли / В.П. Шуйский // Российский внешнеэкономический вестник. — 2017. — № 10. — С. 44 — 55.
3. Дюмулен И.И. Международная торговля в послекризисные годы (2010-новые тенденции и некоторые проблемы) /И.И. Дюмулен/ Внешнеэкономический вестник. — 2015. — № 7. — С. 3—14.
4. Иванова Н. Международная торговля: Учебное пособие. — М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2017. — 148 с.
5. Кузнецова, Г. В. Международная торговля товарами и услугами: Учебник/ Г.В. Кузнецова, Г.В. Подбиралина. — Москва: Высшая школа, 2017. — 576 с.
6. Руднева, А. О. Международная торговля: учебное пособие: для студентов высших учебных заведений (квалификация (степень) "магистр") / А. О. Руднева. - Москва: Инфра-М, 2015.
7. Рагулина, Ю. В. Международная торговля. Учебник / Ю.В. Рагулина, Н.А. Завалько, В.О. Кожина. — М.:Альфа-М, Инфра-М, 2017. — 272 с.
8. Фомичев В. И. Международная торговля. Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 496 с.
9. Дюмулен И.И. Международная торговля услугами: Учебник. — М.: Экономика, 2016. — 468 с.

УДК 338.22

Дрындак А.А.
Научный руководитель: Давлианидзе Я.С., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

ТРАНСФОРМАЦИЯ УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ

Резюме. В данном исследовании рассмотрена сущность понятия «трансформация». Выделены и систематизированы основные угрозы экономической безопасности, соответствующие сегодняшнему этапу развития мировой экономики. Рассматриваются тенденции развития киберпреступности как наиболее современной угрозы экономической безопасности.

Ключевые слова: киберпреступность, трансформация, угрозы, экономическая безопасность.

Сегодня период кардинальных перемен в экономической жизни нашей планеты: период острой борьбы за лидерство в глобальной конкуренции. В современных условиях хозяйствования обеспечение экономической безопасности является главной задачей любого государства. Важно обеспечить стабильное поступательное развитие экономики, защищенность от угроз с их постоянной трансформацией, а также необходимо противостоять угрозам безопасности с минимизацией их последствий и дальнейшей ликвидацией.

В отечественной экономической науке вопросы трансформации угроз экономической безопасности содержатся в исследованиях Л.И. Абалкина, Ф.В. Акулинина, А.Г. Грешонкова, К.Х. Зоидова, Ю.С. Симонова и др.

Целью данной статьи является комплексное исследование трансформации угроз экономической безопасности в условиях глобальных экономических вызовов.

Угроза безопасности – это непосредственная опасность (крайняя степень опасности), готовность к действию, причиняющему тот или иной ущерб всилу крайнего обострения противоречий с целью их разрешения и получения при этом односторонних преимуществ.

Опасность – это зарождение, возникновение и развитие противоречий, когда для формирования реальной угрозы не хватает ряда условий (факторов), т.е. при этом отсутствуют намерения или возможность для ее осуществления.

Большую роль при анализе угроз экономической безопасности в современном мире играют процессы трансформации ее угроз, которые со временем приобретают огромные масштабы.

Трансформация – это переход от одной завершенной формы к другой, от одной системы к другой. Не случайно, к идее трансформации должен всегда прилагаться разработанный механизм, то есть система действий и изменений. Другими словами, исходным и конечным пунктами трансформации могут быть не только системы, но и сама трансформация обязательно предстает в виде системы [1].

Трансформации происходят постоянно и везде или, как результат постепенных изменений, или вследствие внезапных перемен. Однако, чаще всего трансформации остаются незамеченными, так как вызвавшие их изменения происходят равномерно и медленно. Трансформации могут быть положительными и отрицательными, в зависимости от системы ценностей. Считается, что устойчивый экономический рост считается позитивной трансформацией, однако, в долгосрочном периоде он приводит к негативной трансформации окружающей среды.

Трансформация угроз обозначает качественное их изменение, а точнее процесс, в результате которого прежние угрозы, приобретая новые атрибуты и свойства, изменяются и превращаются в совершенно иные. Подобного рода трансформации затрагивают практически всю мировую экономику, а значит, так или иначе, накладывают свой отпечаток на национальные экономики всех стран, а также на все их сферы. Такие угрозы носят необратимые изменения.

Трансформация угроз может носить как реальный, так и искусственный характер. Реальные трансформации угроз происходят за счет естественных процессов. Искусственные трансформации создают напряжение массового сознания, которое разряжается в нужную сторону. Так, например, когда необходимо трансформировать реальность естественным образом нельзя, происходит создание искусственного виртуального аналога проблемы в ином поле (виртуальном, информационном, когнитивном), за которым следует разрешение проблемы уже в поле реальности.

Происходящие трансформации в мировой экономике оказывают значительное влияние на состояние и перспективы развития участников экономической глобализации и

подчас – на понимание и определение национальных целей. Естественным образом, получается, что национальные экономические интересы должны быть «во главе угла» при планировании и осуществлении социально-экономических реформ и мероприятий по обеспечению стабильности функционирования и экономической безопасности государства. В связи с проявившимся геополитическим кризисом и санкционной политикой ведущих мировых держав важность разработки и реализации жизнеспособной государственной стратегии, обеспечивающей безопасность, в том числе в сфере экономики, для РФ существенно возрастает. Ряд исследователей справедливо отмечают, что «последние изменения в мировой экономике и политике поставили вопрос о дальнейших путях развития мировой экономики в целом [2].

Проблемы экономической безопасности приобрели принципиально новые черты в современном мире, который многолик, динамичен и долой острых противоречий. Нынешняя жизнь характеризуется втягиванием всего человечества в мировые процессы, чей ход ускоряется небывалым научно-техническим прогрессом, обострением социальных, экономических, сырьевых и других проблем, приобретающих глобальный характер [3]. Сегодня можно выделить следующие современные угрозы экономической безопасности:

1. Склонность к застою, неконкурентности элит и высокому уровню коррупции.
2. Растущее социальное неравенство.
3. Внутренние конфликты в странах, включая гражданскую войну, геноцид и другие массовые зверства.
4. Глобализация и бурный экономический рост в индустриальном треугольнике мира (Северной Америке, Западной Европе и Восточной Азии), в результате которого развитое меньшинство доминирует над превалирующим большинством населения земного шара.
5. Неспособность многих стран идти в ногу с технологическим прогрессом, который создал сферу цифровых коммуникаций.
6. Деловой климат в стране с низким уровнем инвестиционной привлекательности, что приводит к оттоку капитала из страны, вызывая ограничение иностранных инвестиций.
7. Увеличивающаяся неравномерность развития различных регионов может стать причиной потери устойчивости и, как следствие, привести к войнам.
8. Масштабная деиндустриализация с потерей качества и упрощением структуры производства (потеря научно-технического и производственного потенциала с сокращением производства).
9. Международный терроризм, который дестабилизирует ситуацию в стране.
10. Неконтролируемая миграция, которая создает этнополитическую нестабильность в развивающихся государствах и дополнительную нагрузку на социальную сферу в развитых странах.
11. Угрозы продовольственной сферы, которые обостряются в результате спада производства, невыплат заработной платы, роста безработицы и кредитной задолженности предприятий агросектора, обрывов в топливно-энергетическом снабжении и т.п.
12. Оторванность сферы научных исследований и разработок от реального сектора экономики и, как следствие, кризисное состояние отраслевой науки.
13. Отток капитала из реального сектора в менее рискованные отрасли с более короткими сроками окупаемости внутри страны и за границу.
14. Повсеместное распространение в мире оружия массового уничтожения.
15. Рост транснациональных организованных преступлений.
16. Сокращение планетарной ресурсно-сырьевой базы на фоне расширения индустриальной зоны.

17. Промышленный шпионаж или бизнес-разведка.

18. Информационная война и киберпреступность.

Последняя угроза является наиболее современной, ее масштабы увеличиваются с каждым днем. Процесс глобализации и развитие информационных технологий вывел ее на качественно новый уровень, многократно усложнив и расширив возможности нанесения вреда. Киберпреступность оказывает негативное влияние, как на экономику отдельных государств, так и устойчивое развитие мировой экономики [4]. Выделяют следующие виды киберпреступностей:

1. Противозаконный доступ – такие деяния считаются преступными, если они совершены с нарушением мер безопасности и с намерением завладеть компьютерными данными или иным умыслом, или в отношении компьютерной системы, соединенной с другой компьютерной системой.

2. Неправомерный перехват – умышленно осуществляемый с использованием технических средств неправомерный перехват, который не предназначен для общего пользования компьютерных данных, передаваемых в компьютерную систему, из нее или внутри такой системы.

3. Воздействие на данные – умышленное повреждение, удаление, ухудшение качества, изменение или блокирование компьютерных данных через компьютерные сети.

4. Правонарушения, связанные с нарушением авторского права и смежных прав.

5. Вмешательство в систему – серьезное противоправное препятствование функционированию компьютерной системы путем ввода, передачи, повреждения, удаления, нарушения, изменения либо пресечения компьютерных данных

6. Злоупотребления устройствами – изготовление, продажа, приобретение для использования, распространения устройств, компьютерных программ, компьютерных паролей или кодов доступа с целью осуществления киберпреступлений.

7. Мошенничество в сети Интернет – деятельность по созданию программных средств с целью хищения финансовой, коммерческой или персональной информации (создание фиктивных WEB-сайтов, распространение компьютерных вирусов и троянских программ, перехват трафика и т.п.).

8. Фишинг – мошенничество, при котором злоумышленники заманивают доверчивых пользователей на свои сайты, под видом сайтов, заслуживающих доверия, например, банков, и узнают у них персональные данные, включая номера счетов и кредитных карт.

9. Финансовые преступления – общественно опасные деяния, посягающие на финансово-экономические отношения, а именно мошенничество с кредитными картами, хищение денежных средств в момент совершения банковских операций и т.д.

10. Кибер-торговля наркотиками – это наркоторговля с использованием новейших технологий шифрования сообщений, передаваемых клиентами по электронной почте.

11. Кибертерроризм – это совершение террористических актов в киберпространстве.

12. Партнерские программы – продажа контрафактного ПО, загрузок и т.п.

Так же это может быть кибервымогательство, шпионаж, спам.

Аналитики Juniper Research оценили убытки от мошенничества с онлайн-платежами в 48 млрд. долл. США по итогам 2018 г. К 2023-му эти потери удвоятся и достигнут 90 млрд. долл. США. Об этом говорится в докладе исследовательской компании, выдержки из которого были опубликованы в ноябре 2018 г.

Эксперты подсчитали потери от мошеннических действий при оплате товаров и услуг через интернет, включая продажу авиабилетов, денежные переводы и банковские сервисы.

В феврале 2018 г. аналитики антивирусной компании McAfee подсчитали, что в 2017 г. мировой ущерб от киберпреступлений составил около 600 млрд. долл. США или 0,8% от мирового ВВП, увеличившись примерно на 35% по сравнению с оценкой за 2014 г. в 445 млрд. долл. США. Среди факторов, обусловивших рост, специалисты перечислили все более изощренные хакерские атаки, расширение рынка киберкриминальных услуг и распространение криптовалют.

Самым быстро растущим видом киберпреступлений эксперты признали атаки с помощью вирусов-шифровальщиков. Хакеры все чаще прибегают к этому методу на фоне растущей доступности сервисов, построенных по модели Ransomware-as-a-Service (RaaS, «Вымогательство как услуга»). В McAfee насчитали более 6 тыс. криминальных онлайн-ресурсов, которые предлагают вирусы-вымогатели и услуги по организации атак с их помощью.

Излюбленной мишенью киберпреступников остаются банки. В исследовании утверждается, что наибольшую активность в плане атак на финансовые учреждения проявляют хакеры из России, Северной Кореи и Ирана, в то время как китайские хакеры в большей мере сосредоточились на кибершпионаже.

Кроме того, в отчете McAfee Россия названа лидером мировой киберпреступности. Среди других мировых центров киберпреступности эксперт перечислил Северную Корею, Бразилию, Индию и Вьетнам.

К примеру, в США от киберпреступников пострадали 143 млн. потребителей, что составляет более половины взрослого онлайн-населения страны. Суммарный ущерб от хакерских атак составил 19,4 млрд. долл. США, а в среднем каждый американский пользователь, ставший жертвой киберзлоумышленников, потратил почти 20 часов на устранение последствий атак [5].

Киберпреступность растет стремительно быстро, так как многие страны используют традиционные способы пресечения преступление и информационная безопасность страны находится на низком уровне. Также, такие преступления носят интеллектуальный характер и могут осуществляться из других стран одновременно. Такие преступления трудно раскрыть, потому что преступники используют различные механизмы шифровки и анонимности, что обеспечивается спецификой сетевого информационного пространства. Однако, при особой трудности, существуют противодействия данной угрозе:

- развитие уголовного законодательства по борьбе с киберпреступности в государстве;
- развитие международного сотрудничества по вопросам стандартов, обеспечивающих оперативное расследование преступлений в сети Интернет, получать, исследовать и предоставлять электронные доказательства с учетом трансграничности этих преступлений;
- сотрудничество стран для расследования кибератак, а также допускать следователей из других стран к необходимым данным на своей территории;
- развитие информационной безопасности в государстве и технологий, которые позволят предотвратить преступления через Интернет, компьютеры;
- освещение населения страны о возможных угрозах, связанных с социальными сетями, при осуществлении онлайн покупок и интернет-банкинге;
- осведомление сотрудников предприятий ключевых отраслей в сфере компьютерных технологий для предотвращения киберпреступлений;
- формирование материальной базы служб по борьбе с киберпреступностью исходя из принципа «самая современная»;
- своевременно обновлять используемое ПО;
- применять автоматизированные средства анализа защищенности и выявления уязвимостей в ПО;

– применять строгую парольную политику.

Киберпреступность является современной угрозой экономической безопасности. Преступники в данной отрасли научились обходить службы безопасности, законодательство, действуя в своих интересах. Для решения сложившейся проблемы государству необходимо разработать целый комплекс мер, направленный на борьбу с киберпреступностью.

В наше время, угрозы экономической безопасности трансформируются и расширяются все с большими темпами. Трансформации угроз экономической безопасности на современном этапе требует создания такой системы государственно-управленческого проектирования, которая способна гибко и скоординировано реагировать на резкие изменения микро- и макроэкономической конъюнктуры. Угрозы экономике могут исходить со стороны процессов, формирующихся в любой из сфер: политической, социокультурной, правовой, технологической, географической. Поэтому определение источника их происхождения является важным фактором нейтрализации неблагоприятного внешнего влияния на экономику посредством воздействия на соответствующие сегменты ее окружения.

Однако, некоторые угрозы мирового характера необходимо решать общими силами стран. К примеру, международный терроризм вряд ли исчезнет на совсем, но его привлекательность могла бы уменьшиться, если продолжится экономический рост на Ближнем Востоке, и будет сокращена безработица молодежи. Это может произойти при поддержке других стран, ведь данная проблема касается всего мирового сообщества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Прижиленская И. Б. Соотношение системного и несистемного в социокультурной динамике современного российского общества / И.Б. Прижиленская – Культурологический журнал. – 2013. – № 2 (12). – С. 13–17.
2. Бирюков В. В. Социальные трансформации и модернизация российского общества / В.В. Бирюков, В.П. Плосконосова, П.В. Ополев. – Омск: СибАДИ, 2013. – 266 с.
3. Радюкова Я. Ю. Экономическая безопасность страны как многоуровневая система элементов и отношений / Я.Ю. Радюкова, И.Н. Шамаев // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 1-2. – С. 194–198.
4. Номоконов В. А. Киберпреступность как новая криминальная угроза / В.А. Номоконов, Т.Л. Тропинина // Криминология: вчера, сегодня, завтра. – 2012. – № 1 (24). – С. 45–55.
5. Всемирный обзор экономических преступлений за 2017 год // PricewaterhouseCoopers [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pwc.ru/>

УДК 612.833.81

Иванченко А.Е.
Научный руководитель: Кравец Е.О., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

ПРИМЕНЕНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Резюме. В данном исследовании изучена современная ситуация в сфере экологического управления Японии, рассмотрен подход государства к использованию экологического менеджмента. Определены мероприятия по применению зарубежного опыта с целью совершенствования экологического менеджмента России, а также выявлены преимущества введения системы экологического менеджмента на российских предприятиях.

Ключевые слова: экологический менеджмент, экологические инновации, экологическая политика.

Экология играет важную роль для успешной жизни человечества и сохранения нормальных условий жизнедеятельности, поэтому является волнующей темой для всего мира. Развитие человеческого общества характеризуется все более интенсивным ростом по социально-экономическим показателям. Для удовлетворения потребностей всей этой массы людей ещё более быстрыми темпами стало возрастать промышленное производство и сельское хозяйство. Такой экстенсивный рост человеческого общества и промышленного производства столкнулся с проблемой ограниченности планеты и её ресурсов. Удовлетворяя всё больше новых потребностей человека, производство незаметно и необратимо уничтожает природные ресурсы. На сегодняшний день приходится расходовать большое количество ресурсов на спасение окружающей среды, поскольку производство стало набирать всё больше оборотов. В противном случае ее загрязнение начинает тормозить рост валового национального продукта. В связи с этим вопросы исследования экономических и экологических аспектов развития предприятий приобретают особую значимость и обуславливают актуальность темы исследования.

Теоретическую основу работы составляют фундаментальные исследования отечественных и зарубежных авторов, таких как С.Н. Новоселов, Н.А. Северцов, К.В. Папенков, А.А. Гусева, Н.Ф. Реймерс, Рене Пассе и др. Однако, следует отметить, что недостаточное внимание уделяется вопросам экологизации деятельности предприятий.

Экологический менеджмент входит в общую систему управления предприятием и представляет собой совокупность элементов управления с определённой организационной структурой, ресурсами и локальной нормативно-правовой базой [1].

В связи со сложившейся критической ситуацией из-за истощения природных ресурсов во всех странах мира признана необходимость теоретических разработок и практических шагов в формировании экологической политики, предусматривающей заботу о сохранении природы, «качества» окружающей человека природной среды, о рациональном использовании существующих и потенциальных энергетических ресурсов, поддержания экологического равновесия в природе.

Примером учета экологического фактора в управлении была рассмотрена Япония как государство, успешно движущееся к модели устойчивого развития, соединяя интересы экономики и экологии. Япония является одним из мировых лидеров по финансированию научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических разработок (НИОКР), числу патентов, доле высокотехнологичной продукции [2].

Важное место в сфере НИОКР Японии занимают экологические технологии. «Новая стратегия развития», основной документ в Японии, определяющий направление развития страны до 2020 г. (TheNewGrowthStrategy, Japan, 2010 г.), относит экологически ориентированные инновации к наиболее активно развивающимся направлениям в Японии и к одному из семи стратегических секторов развития страны.

Для крупных японских компаний характерны долгосрочные вложения в экологически ориентированные исследования, а именно обеспечивают конкурентоспособность компании в будущем. Технологии, позволяющие эффективно решать экологические проблемы, ввиду комплексности и сложности требуют не только инновационных инженерных идей, но и инновационных подходов в управлении и организации жизни общества. Современные экологические инновации занимают одну из ключевых ролей в развитии экономики Японии и учитывают научно-технологические и административные («управленческие») инновационные решения (рис. 1) [3].

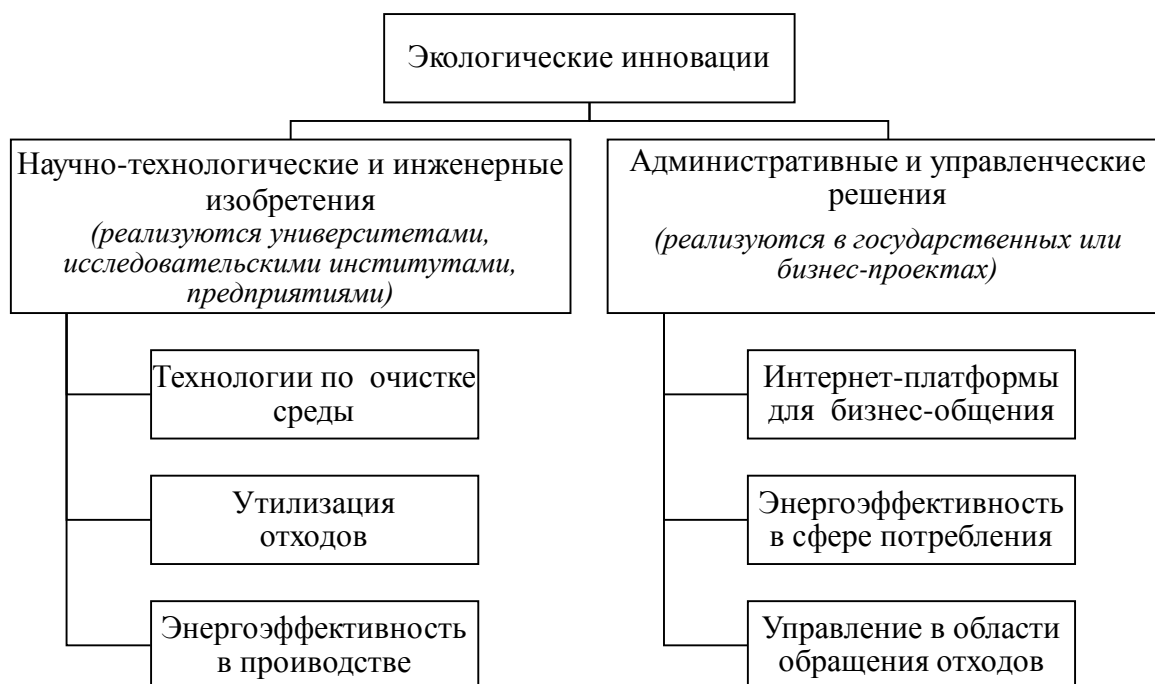


Рис.1. Классификация экологических инноваций

Под инновациями в Японии понимают широкий круг технологических, социальных и институциональных изменений, которые по-новому организуют жизнедеятельность государства в той или иной сфере.

Министерство экономики, торговли и промышленности Японии определяет экологические инновации как технологические и социальные инновации в сфере охраны окружающей среды, рационального использования природных ресурсов и формирования экологических ценностей у граждан в рамках совместного развития экономики и экологии [4].

В экологической политике Японии акцент ставится не только на рациональном использовании природных ресурсов, но и на формирование экологического сознания у граждан и охрану природы.

Разработками и продвижением новых технологий в Японии занимаются:

- 1) исследовательские центры при предприятиях;
- 2) государственные научно-исследовательские центры;
- 3) университеты и их исследовательские центры и технические колледжи.

Также Японии присуща экологическая ответственность бизнеса, которая складывается в постоянном стремлении:

- сделать продукт лучше;
- повысить его конкурентоспособные качества;
- проявить при этом моральные обязательства перед государством, потребителем и «не быть хуже других».

В Японии существует эффективная система информационной поддержки трансфера экологических технологий. Результаты исследований коммерческих фирм, университетов и общественных организаций, занимающихся разработкой «зеленых» технологий, представлены на официальных сайтах или же систематизируются в базах данных на сайтах экологических организаций, где после списка технологий обязательно дается список авторов и ссылки на домашние сайты (компаний или университетов) для более подробного знакомства с технологиями. Примером может служить база «Новые экологические технологии 21 века» [5] и др.

«Зеленые» технологии и экологические инновации являются важными инструментами для достижения целей экологической политики страны. На сегодняшний день в Японии успешно функционирует система технологий экологического развития, которая складывается из государственных программ и ответных инициатив бизнеса и населения.

В основном политика государства в области экологических инноваций направлена на следующее:

- низкоуглеродное производство энергии и ее рациональное потребление;
- энергоэффективность;
- замкнутый ресурсно-отходный цикл производства и потребления;
- информационно-коммуникационные технологии;
- продвижение экологических товаров.

Развитие этих направлений позволяет Японии сохранять конкурентные преимущества на быстро растущих глобальных рынках «зеленых» технологий.

В России экологический менеджмент – одно из наименее развитых направлений предпринимательства. Для повышения привлекательности этого направления в России и развития экономики государства необходимо:

- ввести принцип ответственности производителя за загрязнение окружающей среды;
- установить налоговые льготы (НДС, налога на прибыль) на применение экологических стандартов;
- обеспечить целенаправленное взаимодействие научно-технологических и административных инновационных решений;
- сделать акцент не только со стороны предпринимательства на рациональном использовании природных ресурсов, но и со стороны государственной поддержки на формировании экологического сознания у граждан и охраны окружающей среды;
- создать систему информационной поддержки трансфера экологических технологий;
- организовать взаимодействие производства, университетов и правительства государства.

Жигалова Л.Н. и Юрин К.С. выделяют следующие основания и преимущества для введения системы экологического менеджмента на российских предприятиях:

- постоянное уменьшение производственных и эксплуатационных расходов, более эффективное использование сырья, энергии и прочих видов ресурсов, снижение издержек, связанных с влиянием предприятия на окружающую среду;
- возможности лавирования для предприятия при проведении конкурентной борьбы на отечественном и международном рынках;
- отладка деятельности предприятия в соответствии с положениями природоохранного законодательства;
- увеличение инвестиционной привлекательности;
- придание благоприятного имиджа предприятию у населения и общественности;
- приобретение новых возможностей признания на международном уровне и на мировых рынках;
- применение дополнительных возможностей предотвращения развития чрезвычайных экологических ситуаций и аварий на предприятии, которые могут привести к существенному загрязнению окружающей среды и финансовым потерям;
- снижение отрицательного воздействия на окружающую среду за счет более эффективного менеджмента, мотивации [6].

В настоящее время количество экологических катастроф стало стремительными темпами возрастать. Вследствие чего человечество вынуждено приспособляться к выживанию в этих условиях с помощью определенных рычагов оказания противодействия стихийным бедствиям. К числу основных из них можно отнести экологическое предпринимательство. Анализ зарубежного опыта применения и развития этого вида экономической деятельности показывает, что оно обладает мощным потенциалом, позволяющим запустить механизм саморазвития экологической отрасли при эффективной поддержке государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. С.В. Зуева. Экологический менеджмент/ - Спб.: Москва, 2009. № 1. – 95 с.
2. Научные исследования и разработки в Японии 2012 год. [Электронный ресурс] / Национальный научный фонд, токийский региональный офис, 2013. – Режим доступа: <http://www.nsftokyo.org/rm13-01.pdf>.
3. М.Ю. Похолкова. Зеленые инновации/ - Мн.: БНТУ, 2015. – 213 с.
4. Лефлев, Х. Экоинновационная политика в Японии. [Электронный ресурс] / директорат по окружающей среде, ОЭСР, 2008 год. – Режим доступа: <http://www.oecd.org/japan/42876953.pdf>.
5. Передача новых экологических технологий в 21 веке. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nett21.gec.jp/gec/database/>
6. Л.Н. Жигалова, К.С. Юрин. Экологический менеджмент как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия //Современные проблемы науки и образования. 2015. - № 1-1.- С.655.

УДК 658

Ильченко В.А.
Научный руководитель: Вертиль Н.Н., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

Резюме. В данном исследовании изучено многообразие подходов к управлению конкурентоспособностью организации. Представлена их авторская классификация. Также автором предложена система управления конкурентоспособностью организации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, управление конкурентоспособностью организации, классификация подходов управления конкурентоспособностью, система управления конкурентоспособностью.

Вступление Одной из центральных проблем экономики как на макро-, так и на микроуровне является обеспечение конкурентоспособности. В современном динамично развивающемся мире, предлагающем большое количество товаров и услуг рынку трудно найти свою нишу, но еще более сложно удержать позиции. Таким образом, проблема обеспечения конкурентоспособности является актуальной.

Фундаментальной основой данного исследования послужили труды как зарубежных ученых управления: И. Ансофа, П. Друкера, Ф.Котлера, Й. Шумпетера, М. Портера, А. Смита, А.А. Томпсона-мл., А.Дж.Стрикленда, К. Хитчинга. В настоящее время активно ведутся дискуссии по поводу сущности и определения понятия конкурентоспособности, методов ее оценки и процессов повышения. Здесь необходимо отметить исследования С. Авдашевой, Т. Адаевой, Г. Азоева, Ю. Анискина, Г. Багиева, И. Баева, К. Багриновского, М. Бухалкова, В. Васильева, А. Выварца, И. Герчиковой, Л. Гительмана, А. Градова, И. Дружинина, О.Дунаева, И. Ершовой, П. Забелина, Л.Коновалова, Г. Краюхина, В. Криворотова, Е. Кузнецовой, Е. Кучиной, И. Липсица, Д. Львова, В. Мисакова, Н. Моисеевой, А. Мокроносова, В. Окрепилова, И. Пичурина, В. Родионовой, Н. Розановой, А. Рудычева, И. Спиридонова, Р. Фатхутдинова, А. Шаститко, А. Юданова и многих других. Существенный вклад в теорию конкурентных

преимуществ внесли такие известные исследователи как А.М. Бранденбургер, Ф. Вирсема, Р.М. Кантер, Дж.Ф. Мур, Б.Дж. Нейлбафф, К.К. Прахалад, М. Треси, Р. Фатхутдинов, Х. Фризевинкель, Г. Хэмел, А.Ю.Юданов и другие. Вопросам изучения конкурентоспособности предприятий, а также ее оценки посвящены работы: Дж. Амела, Т. Блашенко, Р. Ватермана, А. Глухова, Е. Голубкова, А. Градова, Е. Дихтля, М. Ермоловой, Т. Ефремова, П. Завьялова, В. Каретниковой, М. Каретникова, Дж. Кея, Т. Коно, Ф. Котлера, Н. Максимовой, Г. Минтсберга, Т. Петерса, Н. Петса, А. Печенкина, В. Шайдурова, Н. Яшина и других исследователей.

Целью данной работы является систематизация подходов к управлению конкурентоспособностью организации.

Основная часть Концепция управления конкурентоспособностью предприятия берет свое начало в теории стратегического менеджмента, теории маркетинга, современной теории международной конкуренции. В ней реализуются основные теоретические и методологические наработки в области современного менеджмента.

Исходя из сложности определения понятия конкурентоспособность, вызывает сложности и управление ею, в том числе и в определении категориального аппарата. Г.Мансуров считает, что управление конкурентоспособностью - это деятельность, направленная на формирование ряда управленческих решений, которые должны ориентироваться на противостояние возможным внешним воздействиям для достижения лидерства, согласно поставленным стратегическим задачам [2]. Однако Н. Гарнавская, справедливо, указывает на недостатки такого понимания, а именно: ориентация только на внешние воздействия, ограничивающее реализацию идей ресурсного подхода к управлению конкурентоспособностью, сосредоточение на достижении лидерских позиций поведения предприятия [2].

А. Кузьмин и Н. Горбаль под управлением конкурентоспособностью понимают те аспекты выполнения общих функций управления, которые определяют политику в области создания и реализации конкурентоспособных товаров. Цели и ответственность в данной сфере деятельности, реализуемые с помощью таких средств, как планирование, оперативное управление, обеспечение и повышение в рамках определенной системы конкурентоспособности [1].

М.Клюквина считает, что под управлением конкурентоспособностью предприятия, следует понимать процесс, который представляет собой функцию менеджмента, что целенаправленно воздействует на текущий и будущий уровень конкурентоспособности по сравнению с предприятиями, выпускающими аналогичную продукцию [4].

Проведенный анализ показал, что данный процесс следует рассматривать, как направление менеджмента, которое ориентировано на противостояние внешним воздействиям, посредством создания, производства и реализации конкурентоспособной продукции, на основе согласования маркетингового и ресурсного подходов в управлении, при акцентировании внимания на инновационные процессы в производстве продукции, формировании нестандартных решений, в использовании ресурсов, где приоритетными должны стать интеллектуальный капитал и знания.

Существует несколько подходов к управлению конкурентоспособностью организации. Первый из них системный подход. Он заключается в рассмотрении объектов как многокомпонентных составляющих, представляющих совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, вносящих свой вклад и влияющих на результат функционирования и использования объекта. Необходимость применения системного подхода при изучении объектов, состоящих из разных взаимосвязанных частей, обусловлена тем обстоятельством, что в таких объектах проявляется принцип эмерджентности. [2]

Также под системой управления конкурентоспособностью предприятия понимают совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, рычагов и

стимулов, необходимых для создания и реализации условий, способствующих созданию конкурентных преимуществ предприятия в настоящей или будущей бизнес-среде.

Главной целью системы управления конкурентоспособностью предприятия является обеспечение его жизнеспособности и устойчивого функционирования при любых организационно-экономических, политических, социальных и других изменений в его внутренней и внешней среде.

Сущность инновационного подхода к управлению заключается в ориентации развития производства на активизацию инновационной деятельности в области базовых наукоемких технологий, являющихся двигателями развития производственной системы. Факторы производства и инвестиции должны быть средствами научно обоснованной инновационной деятельности, а не ее целью, что позволит повысить качество управления конкурентоспособностью.

При применении комплексного подхода должны учитываться технические, экологические, экономические, организационные, социально-психологические, а при необходимости и другие, например, политические, демографические, аспекты управления и их взаимосвязи. Если упустить один из обязательных аспектов менеджмента, то проблема не будет полностью решена. [3]

Глобальный подход реализуется через развитие новых информационных технологий, позволяющих значительно упростить международную интеграцию и кооперацию. При этом учет национальных особенностей стран сводится к минимуму.

Маркетинговый подход предусматривает ориентацию управляющей подсистемы менеджмента при решении любых управленческих задач на потребителя.

Сущность эксклюзивного подхода заключается в приобретении субъектом управления исключительного права на пользование по своему усмотрению новшеством в любой области деятельности или конкурентным преимуществом. Объектами для реализации эксклюзивного подхода являются: конкурентный персонал, патент, торговая марка, новые информационные технологии. Эксклюзивная ценность может быть сформирована за счет применения современных научных подходов, методов и технологий управления различными объектами.

Сущность нормативного подхода заключается в установлении нормативов управления по всем подсистемам системы управления. Нормативы должны устанавливаться по важнейшим элементам подсистем: обеспечивающей, целевой, управляемой, управляющей. Эти нормативы должны отвечать требованиям комплексности, эффективности, обоснованности, перспективности применения по масштабу и времени. Нормативами функционирования компонентов внешней среды системы менеджмента фирма не управляет, но она должна иметь банк этих нормативов, строго их соблюдать (особенно правовые и экологические нормативы) и принимать участие в развитии системы нормативов внешней среды организации.

Сущность директивного подхода заключается в регламентации функций, прав, обязанностей, нормативов качества, затрат, а также элементов системы управления в нормативных актах (приказы, распоряжения, указания, стандарты, инструкции, положения и т.п.).

Поведенческий подход базируется на оказании помощи работнику в осознании своих собственных возможностей, способностей на основе применения концепций поведенческих наук. Цель такого подхода заключается в повышении эффективности организации за счет повышения эффективности ее человеческих ресурсов. Применение поведенческого подхода в управлении конкурентоспособностью промышленных предприятий позволит повысить качество управления и, как результат, собственно конкурентоспособность организации.

При применении динамического подхода объект управления компании рассматривается в диалектическом развитии, в причинно-следственных связях и

соподчиненности, проводится ретроспективный анализ поведения аналогичных объектов (например, за 10 лет) и прогноз его развития (например, на 5 лет). Динамический подход способствует выбору правильной ориентации стратегического управления конкурентоспособностью промышленных предприятий.

Сущность оптимизационного подхода заключается в переходе от качественных оценок к количественным. Он реализуется также путем установления зависимостей между технико-организационными и экономическими показателями, изучения механизмов действия закона масштаба и закона экономии времени, закона взаимосвязей затрат в сферах производства и потребления, зависимостей между показателями качества товара и затратами в сфере его производства и др.

Процессный подход рассматривает все функции управления как взаимосвязанные и взаимозависимые. Мескон дает следующее определение процессного подхода: «Процессный подход к управлению – это подход, основывающийся на концепции, согласно которой управление есть непрерывная серия взаимосвязанных действий или функций. Следовательно, с позиции процессного подхода, управление конкурентоспособностью предприятия представляет собой процесс реализации определенной совокупности управленческих функций – планирования, организации, мотивации и контроля деятельности по формированию конкурентных преимуществ и обеспечению жизнедеятельности предприятия как субъекта экономической деятельности. Содержание функций управления в каждом конкретном случае в значительной степени определяется особенностями объекта управления.

Ситуационный подход концентрируется на том, что пригодность различных методов управления определяется конкретной ситуацией [5]. Поскольку существует такое обилие факторов как на предприятии, так и во внешней среде, то не существует единого лучшего способа управлять объектом. Самым эффективным методом в конкретной ситуации является метод, который более всего соответствует данной ситуации, максимально адаптирован к ней. Применение ситуационного подхода основано на альтернативности достижения одной и той же цели во время принятия или реализации управленческого решения, учете непредвиденных обстоятельств. Поскольку современная внешняя среда крайне изменчива, подвижна и неопределенна, постольку в управлении конкурентоспособностью промышленных предприятий невозможно обойтись без использования ситуационного подхода.

Исходя из многообразия подходов к управлению конкурентоспособностью предприятия, все их можно классифицировать по определенным признакам.

1. По количеству исследуемых аспектов:
 - одноаспектные (маркетинговый, глобальный, поведенческий, инновационный);
 - многоаспектные (системный, процессный, ситуационный, комплексный).
2. По временному горизонту исследования:
 - статичные (поведенческий, ситуационный, эксклюзивный);
 - динамичные (оптимизационный, динамический).
3. По способу регламентации:
 - строго регламентированные (нормативный, директивный);
 - не регламентированные (глобальный, системный, ситуационный).
4. По форме выражения:
 - описание качественных параметров (системный, ситуационный);
 - описание количественных параметров (оптимизационный).
5. По особенностям взаимодействия:
 - комплементарные (системный и маркетинговый, системный и поведенческий, комплексный и глобальный);
 - индифферентные (маркетинговый и поведенческий);
 - конкурирующие (системный и комплексный).

Также необходимо отметить, что любой процесс управления включает субъект и объект управленческой деятельности. Управление конкурентоспособностью организации не является исключением. В данной системе объектом управления является уровень конкурентоспособности, необходимый и достаточный для обеспечения жизнедеятельности предприятия как субъекта экономической деятельности и экономические отношения между хозяйствующими субъектами в процессе осуществления экономической деятельности.

Субъектом управления в системе управления конкурентоспособностью предприятия является определенный круг лиц (владелец, высший управленческий персонал, менеджеры операционных подразделений, менеджеры-экономисты консалтинговых фирм и т.д.), которые с помощью различных приемов и способов управления осуществляет целенаправленное воздействие на объект управления, с целью реализации его задач.

Важным также представляется определение принципов управления конкурентоспособностью предприятия:

- принцип единства теории и практики управления конкурентоспособностью предприятия, который предусматривает, что любое релевантное управленческое решение должно отвечать логике управления конкурентоспособностью и решать хотя бы одну из практических задач;

- принцип системности управления, предусматривающий рассмотрение любого объекта как системы, в результате чего есть возможность учесть взаимосвязи и взаимодействие ее элементов в процессе достижения поставленных целей;

- принцип научной обоснованности управления, предусматривающий учет при формировании системы управления конкурентоспособностью экономических законов и закономерностей развития, применение научных подходов (в частности - процессного, системного, ситуационного) и методов моделирования, которые способствуют повышению стабильности функционирования системы управления;

- принцип ранжирования объектов управления по их важности, который требует определения важности, значимости, ранга объектов (проблем, факторов) по их эффективности, актуальности, масштабности, степени риска; поскольку ресурсы предприятия всегда ограничены, поэтому сначала они должны вкладываться в решение наиболее важных проблем повышения конкурентоспособности;

- принцип многовариантности, предусматривающий генерацию альтернативных вариантов развития событий;

- принцип сопоставимости управленческих решений при анализе их вариантов, который предусматривает приведение альтернативных вариантов управленческих решений в сопоставимый вид по параметрам: реалистичности; приемлемости последствий реализации; соответствия имеющимся ресурсам предприятия, времени; качества; масштаба; риска и неопределенности; условий воплощения и т.п.;

- принцип сохранения и развития конкурентных преимуществ предприятия, который предусматривает обязательность выявления сильных и слабых сторон объекта управления, на основе чего появляется возможность формировать эффективную конкурентную стратегию и добиваться преимуществ данного предприятия в той или иной сфере деятельности по сравнению с конкурентами;

- принцип рыночной ориентации, который предусматривает, что определяющим моментом развития предприятия должны выступать возможности, инициируемые изменениями внешней среды его функционирования, в частности - развитием спроса и потребностями рынка;

- принцип целевой направленности, который диктует необходимость соответствия программ повышения конкурентоспособности предприятия целям его конкурентной стратегии;

– принцип комплексности, который предусматривает охват и интеграцию в единый поток потенциала роста конкурентоспособности, который содержится во всех функциональных аспектах деятельности предприятия;

– принцип гибкости, который предусматривает возможность стратегического маневрирования на рынке в случае принципиальных изменений его параметров и появления принципиально новых угроз и возможностей развития предприятия;

– принцип этапности, который предусматривает, что процесс разработки и реализации конкурентных стратегий предприятия должен быть регламентирован процедурно и во времени.

Указанные принципы управления конкурентоспособностью предприятия, функционирующего в условиях информационного общества, дополняются принципами современного менеджмента, вытекающими из новых концепций «экономики знаний», «информационного общества» и др. Эти принципы характеризуют гибкое сочетание конвергенции и дивергенции, централизации и децентрализации, интернализации и экстернализации, конкуренции и партнерства, социализации и капитализации, открытости и закрытости.

Принцип «конвергенция и дивергенция» предусматривает оптимальный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия в вопросе сближения видов деятельности предприятия и концентрации усилий на определенном виде деятельности с учетом его компетенций.

Принцип «централизация и децентрализация» предусматривает оптимальный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия в вопросе направления процесса принятия решений.

Принцип «интернализация и экстернализация» предусматривает оптимальный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия в вопросе сосредоточения компетенций на основе внутренней и внешней интеграции.

Принцип «конкуренция и партнерство» диктует необходимость предприятию сотрудничать с конкурентами.

Принцип «социализация и капитализация» требует сбалансированного подхода к удовлетворению потребностей общества и бизнеса.

Принцип «открытость и закрытость» диктует необходимость балансировать открытость информации, которой владеет предприятие, обеспечивая сохранение его конкурентных преимуществ.

В целом система управления конкурентоспособностью предприятия может иметь следующий вид (рис. 1).



Рис. 1 Система управления конкурентоспособностью предприятия

Выводы. Таким образом, можно констатировать, что управление конкурентоспособностью предприятия представляет собой сложный и многогранный процесс. Это породило большое количество подходов, которые целесообразно классифицировать. В тоже время процесс управления конкурентоспособностью предприятия включает и стандартные составляющие такие как субъект и объект, а также принципы его осуществления и этапы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конкурентоспособность и сбалансированность развития производственного предприятия : монография / Руденко А. А., Антипов Д. В., Искосков М. О. [и др.]. - Тольятти: Кассандра, 2016. – 101с.
2. Тарнавская Н.П. Управление конкурентоспособностью предприятий: теория, методология, практика: [монография]/ Н. П. Тарнавская. – Тернополь: Экономическая мысль, 2008. – 570с.
3. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: методология, методы, модели / Д.Б. Алабушев, Д.А. Баева, А.С. Буйнов, А.Г. Бутрин, Е.Д. Вайсман и др. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2010. – 269 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организаций : учебное пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Изд-во Эскимо, 2004. – 544 с.
5. Щетинина Е. Д. Управление конкурентоспособностью предприятия: учебное пособие/ Е. Д. Щетинина, Н. В. Дубино ; БГТУ имени В. Г. Шухова. – Белгород :Изд-во БГТУ, 2016. – 201с.

УДК 338.24:331.522.4

Каверзина А.А.
Научный руководитель: Дубель В.М., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

Резюме. В данном исследовании представлены теоретико-методологические и прикладные аспекты процесса управления трудовыми ресурсами организации, в частности, выявлены и рассмотрены факторы, влияющие на процесс управления трудовыми ресурсами, а также показатели оценки его эффективности. Обоснована необходимость применения системного подхода к управлению трудовыми ресурсами организации в современных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: труд, трудовые ресурсы, персонал, баланс трудовых ресурсов, система управления трудовыми ресурсами.

Вступление. Развитие науки управления трудовыми ресурсами начинается с момента исторически сформировавшихся социально-трудовых отношений. Управление трудовыми ресурсами имеет место во всех системах материальной действительности и, следовательно, во всех общественно-экономических формациях человек был и остается решающим фактором производства. В современных условиях хозяйствования предъявляются качественно новые требования к системе управления трудовыми ресурсами, использованию методов и инструментов кадровой работы, что обуславливает необходимость создания оптимального механизма управления трудовыми ресурсами, что подтверждает актуальность выбранной темы исследования.

Научной разработкой отдельных элементов системы управления трудовыми ресурсами в организациях и на предприятиях занимались такие известные ученые-экономисты, как: Горфинкель В. Я., Кибанов А. Я., Слезингер Г. Э., Струмилин С. Г., Уткин Э. А. и другие.

Целью данной работы является исследование теоретико-методологических и прикладных аспектов процесса управления человеческими ресурсами организации, учет которых обеспечивает повышение его эффективности и совершенствование.

Основная часть. Трудовые ресурсы представляют собой трудоспособную часть населения, которая обладает физическими и интеллектуальными возможностями для производства материальных и нематериальных благ и услуг [1]. Понятие «трудовые ресурсы» используется для характеристики трудоспособного населения в масштабах национальной экономики, ее региона либо отрасли или отдельной фирмы (организации, предприятия). В рамках отдельной организации наиболее употребляемым понятием является «персонал». Персонал – это личный состав организации, включающий всех наемных работников, а также работающих собственников и совладельцев [2].

Очевидно, что для эффективного функционирования организаций, повышения конкурентоспособности производимой ими продукции необходимо формировать высокопрофессиональные трудовые коллективы. При этом важно создать такие условия, которые позволили бы в полной мере каждому человеку реализовать свой трудовой потенциал. Объектом управления трудовыми ресурсами в организации являются работники, их социальное положение и взаимосвязи, деятельность и развитие, контроль и оценка. С ростом конкуренции, совершенствованием технологий, борьбой за потребителей и качество продукции изменились и требования к работнику. Главным является признание высокой социальной ответственности, лежащей на работниках организации и в первую очередь на руководителях. Это потребовало существенных изменений в принципах, методах и формах работы с персоналом организации. Проблемы управления трудовыми ресурсами, трудовым потенциалом становятся важным фактором успеха современной организации.

Управление трудовыми ресурсами – это составная часть управления как материальным, так и духовным производством, которое направлено на обеспечение занятости трудоспособного населения и его оптимальное распределение между отраслями и регионами национальной экономики, а также на удовлетворение потребностей последней в квалифицированных кадрах.

Система управления трудовыми ресурсами зависит от типа рынка труда: на внешнем рынке труда управление трудовыми ресурсами осуществляется на национальном уровне, а на внутреннем – на уровне каждой отдельно взятой организации либо предприятия.

Управление трудовыми ресурсами как система состоит из отдельных подсистем, каждая из которых включает в себя ряд направлений и элементов, составляющих подсистемы, и имеет самостоятельное значение, оказывая одновременно влияние на систему в целом. Как показывают результаты проведенного нами исследования, на национальном уровне, так и на уровне отдельной организации в систему управления трудовыми ресурсами входят такие три основные подсистемы (см. табл. 1).

Таблица 1.1 – Подсистемы управления трудовыми ресурсами

Уровень управления	
макроэкономический	микроэкономический
1. Формирование рабочей силы: - управление процессом воспроизводства населения; - управление процессом подготовки рабочей силы; - управление процессом возмещения рабочей силы.	1. Формирование трудовых ресурсов: - планирование; - набор; - отбор; - определение размера заработной платы и льгот.
2. Управление процессом распределения трудовых ресурсов: - управление созданием рабочих мест; - управление перераспределением рабочей силы.	2. Развитие трудовых ресурсов: - профессиональная ориентация и адаптация; - подготовка кадров; - оценка трудовой деятельности; - подготовка руководящих кадров; - управление продвижением по службе.
3. Управление процессом использования рабочей силы: - управление техническим прогрессом; - управление экономикой труда.	3. Повышение качества трудовой деятельности: - мотивация труда; - совершенствование организации и оплаты труда.

Иными словами, управление трудовыми ресурсами на национальном уровне и на уровне отдельной организации следует рассматривать как две взаимосвязанные подсистемы, которые должны быть сориентированы на достижение оптимального и эффективного использования имеющегося трудового потенциала.

В современных условиях хозяйствования категория «трудовые ресурсы» видоизменяется. Это обусловлено изменением структуры экономической деятельности, а также тем, что само содержание труда сегодня включает в себя принципиально новый технологический базис, который существенно ограничивает необходимость приложения ручного труда к производству продукта, интеллектуализирует содержание труда настолько, что речь может идти в основном о совокупном работнике. Это в значительной мере изменяет подходы к определению возрастных, половых, образовательных и других требований к составу трудового потенциала как отдельной организации, так и национальной экономики в целом.

До начала 90-х годов XX ст., когда трудовой потенциал был основным источником пополнения организаций и предприятий кадрами, составлялся баланс трудового потенциала, который увязывался с плановой потребностью организаций и предприятий в рабочей силе. В свою очередь, на уровне организаций и предприятий разрабатывался баланс кадров, отражавший, в зависимости от периода, на который он составлялся (отчетный, плановый или перспективный), сбалансированность предложения рабочей силы с возможностями организаций и предприятий. Балансы кадров по каждой организации либо предприятию увязывались с балансами трудового потенциала каждого региона. При этом сбалансированность занятости достигалась при сочетании централизованного и регионального воздействия. Так, по сферам приложения труда население распределялось под влиянием центра, поскольку основные принципы закладывались на общенациональном уровне: соотношение накопления и потребления, возрастные границы трудоспособности, длительность рабочего дня и рабочей недели, различные льготы.

Важна роль и центра в формировании отраслевого распределения трудовых ресурсов посредством дифференциации оплаты труда. С расширением прав и самостоятельности организаций и предприятий в определении направлений социально-экономического развития возросло значение регионов, и потребность населения в труде все больше формируется под воздействием региональных факторов (численность населения, его возрастно-половой состав, трудовая активность отдельных групп, здоровье людей и пр.), своеобразии которых формируют не только демографические условия развития, но и структура общественного производства, сложившаяся в результате общественного разделения труда.

Сокращение естественного прироста трудовых ресурсов в последние десятилетия усугублялось практически полным использованием рабочей силы среди незанятого населения в теневом секторе экономики, то есть экстенсивные источники роста занятости в общественном хозяйстве почти исчерпаны, что увеличивает напряженность не только баланса трудового потенциала, но и баланса трудовых ресурсов вследствие малых масштабов их воспроизводства. Поэтому единственным резервом увеличения объемов производства становится повышение эффективности использования наличного трудового потенциала [3].

На наш взгляд, анализ трудовых ресурсов следует проводить в двух основных направлениях. По первому исследуются демографические основы воспроизводства трудовых ресурсов, то есть численность, динамика и структура населения. При этом используются данные переписи и текущего учета численности, структуры, естественного и механического движения населения. По второму направлению исследуется собственно трудовые ресурсы, то есть их численность, динамика,

распределение по видам занятости, сферам и отраслям использования в народном хозяйстве. В этом случае источниками анализа служат данные переписи населения (сведения о занятости в различных аспектах), отчетные балансы трудовых ресурсов, единовременные обследования и данные текущей статистики труда (об использовании рабочего времени, текучести кадров, профессионально-квалификационном составе, механизации труда и т.д.).

Вне всякого сомнения, на формирование трудовых ресурсов влияет множество различных факторов, которые условно можно объединить в такие основные группы:

- природно-географические (географическое положение региона природно-сырьевые ресурсы, климатические условия), оказывающие решающее влияние на формирование количественных показателей и характеристик трудовых ресурсов;

- демографические (уровень рождаемости, доля населения трудоспособного возраста в общей его численности, способность источников пополнять трудовые ресурсы, а также, показатели, изменяющие скорость процесса формирования трудовых ресурсов, к которым относятся уровень занятости, образовательный уровень, трудообеспеченность региона и т.д.);

- социально-экономические (структура народного хозяйства, система подготовки кадров, система управления трудовыми ресурсами и кадрами в регионах, структура системы занятости и трудоустройства, перспективы развития регионов, возможности пополнения регионов ресурсами за счет внутренних источников).

Исследование процессов и явлений, связанных с эффективным использованием трудовых ресурсов, предполагает использование системы показателей, дифференцированной по уровням управления: народнохозяйственному, отраслевому и региональному (см. табл. 2).

Таблица 2 – Классификация показателей использования трудовых ресурсов

Уровень управления	Показатели
Народнохозяйственный	<ul style="list-style-type: none"> - темп роста производительности общественного труда (по национальному доходу); - доля прироста национального дохода, полученного за счет повышения производительности труда; - экономия живого труда – годовой численности работников (в сравнении с условиями базисного года).
Отраслевой (организации, предприятия, объединения)	<ul style="list-style-type: none"> - темпы роста производительности труда; - доля прироста продукции за счет повышения производительности труда; - доля прироста производительности труда за счет технического совершенствования производства; - удельный вес численности рабочих, занятых ручным трудом; - экономия живого труда – годовой численности работников (в сравнении с условиями базисного года).
Региональный	<ul style="list-style-type: none"> - темп роста производительности общественного труда; - доля прироста производительности труда за счет изменения численности работников; - доля прироста производительности труда за счет повышения технического уровня производства; - удельный вес численности рабочих, занятых ручным трудом; - коэффициент занятости; - коэффициент трудовой активности; - коэффициент производственной активности; - показатель эффективности использования трудовых ресурсов, занятых в общественном производстве; - показатель трудовой активности; - показатель средней продолжительности пребывания в работоспособном возрасте; - интегральный показатель резервов труда.

Особую роль среди приведенных в табл. 2 показателей использования трудовых ресурсов играют специальные, учитывающие специфику использования трудовых ресурсов в отдельных регионах. К таким показателям, рассчитанным на 1000 жителей, занятых в народном хозяйстве, относятся:

- коэффициент занятости (отношение количества занятых в общественном производстве к количеству населения трудоспособного возраста данного региона);
- показатель трудовой активности населения (отношение численности занятого населения в общественном производстве к численности трудовых ресурсов данного региона);
- коэффициент производственной активности в промышленности, рассчитанный как к численности трудовых ресурсов, занятых в общественном производстве, так и к общей численности трудовых ресурсов данного региона, занятых в общественном производстве и т.д.

Использование трудовых ресурсов как важнейшая фаза воспроизводства трудовых ресурсов заключается в реализации человеческого (трудового) потенциала экономически активного населения в организациях, на предприятиях, в национальной экономике в целом, где происходит реализации способности к труду каждого отдельного человека в процессе его трудовой деятельности.

Выводы. Таким образом, на современном этапе развития экономической системы общества центральное место в системе общественного производства занимает человек как активный участник экономических отношений. Поэтому современные концепции управления трудовыми ресурсами организации должны базироваться, с одной стороны, на принципах и методах административного управления, с другой – на возрастающей роли личности работника, знании его мотивационных установок, умении их формировать и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед организацией. Поэтому необходима переориентация руководителей и работников на новые ценности: главное внутри организации – это работники (персонал), а за пределами организации – потребитель и его интересы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Слезингер, Г. Э. Труд в условиях рыночной экономики. Учебное пособие / Г. Э. Слезингер. – Москва: Наука, 2012. – 336 с.
2. Горфинкель, В. Я. Экономика фирмы (организации, предприятия) / В. Я. Горфинкель. – Москва: Инфра-М, 2014. – 379 с.
3. Рофе, А. И. Научная организация труда. Учебное пособие / А. И. Рофе. – Москва: МИК, 2014. – 412 с.

УДК 331.443

К.А. Кавун,

*Научный руководитель: А.Г. Туралина, канд. экон. наук
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ВЛИЯНИЕ РОБОТИЗАЦИИ НА МИРОВОЙ РЫНОК ТРУДА

Резюме. В работе изучено влияние роботизации на мировой рынок труда. Определены факторы развития автоматизации в современной экономике, а так же выделены преимущества и недостатки внедрения роботов в мировую экономику.

Ключевые слова. Роботизация, технологии, человеческие ресурсы, робототехника, рынок труда.

В условиях формирования современного мирового рынка труда, одной из главных проблем является роботизация, которая, в свою очередь, является противоречивым явлением. С одной стороны – роботизация несёт за собой негативные последствия, основными из которых является безработица и потеря рабочих мест. С другой - данное явление позволяет улучшить производственные процессы, при этом выпуская новую высококачественную продукцию с меньшими транзакционными издержками. Именно поэтому проблема роботизации является актуальной на сегодняшний день.

Целью исследования является изучение влияния роботизации на мировой рынок труда, а также выявление положительных и отрицательных последствий внедрения автоматизации в промышленные сферы.

Объектом исследования выступает процесс роботизации на мировом рынке труда.

Исследованию проблематики влияния роботизации бизнес-процессов на рынок труда, развитие промышленного воспроизводства и экономику в целом, посвятили свои труды многочисленные ученые-экономисты, среди которых - Бондарева Н.Н., Круглов Д.В., Муравьев А.В., Bello S.K., Watry G. и др. В своих трудах они рассматривали состояние и перспективы развития роботизации в мире, эффективность ее использования, а также социологические аспекты управления в контексте внедрения инновационных решений.

В условиях активно развивающихся глобальных процессов, все больше стран мира сталкиваются с необходимостью модернизации производства, внедрения высокоэффективных технологических инноваций, а также сбалансированных управленческих решений для достижения устойчивого экономического роста. В этой связи внедряются революционные изобретения, разрабатываются новые технологические программы развития, проводится автоматизация производства. На современном этапе развития общества, роботизация, имея массовый характер, используется, как правило, в развитых странах, экономика которых направлена на инновационные методы развития. Повсеместная замена ручного труда машинным свойственна для США, Германии, Японии, Южной Кореи, Китая, где используются технологические интегрированные системы [1,с.252]. Данные страны являются своеобразным генератором новых технологий, опыта для менее развитых стран. Это приводит к улучшению инвестиционного климата в государстве, привлечению новых высококвалифицированных кадров, которые занимаются разработкой новых IT технологий и программ. Благодаря им, модернизируется автоматизированная система и внедряется новая информация. Кроме того, в развитых странах значительную поддержку в развитии инновационных технологий оказывает государство. Правительство выделяет различные субсидии, кредиты, создает специальные условия для развития инновационной сферы. Несмотря на то, что процессы автоматизации и роботизации положительно влияют на развития экономики государства, они не лишены недостатков (табл. 1).

Таблица 1

Последствия внедрения роботизации

Положительные последствия	Отрицательные последствия
Производство качественной продукции	Рост безработицы
Легкость настройки оборудование	Высокие финансовые вложения
Экономия на заработной плате, больничных, отпусках	Эмиграция населения или вынужденная необходимость переквалификации
Бесперебойное производство	Возможность ошибки из-за неполадки
Высокая производительность труда, точность, снижение уровня брака	Необходимость высокой квалификации обслуживающего персонала
Минимальное обслуживание	Дорогостоящая замена оборудования
Возможность работы в экстремальных для человека условиях	Рост социально-экономических задач для государства
Независимость от рынка труда	Вымирание профессий

Рассмотрим явление роботизации на примере Южной Кореи. Она является мировым лидером по количеству использования роботов в промышленности, где на предприятиях эксплуатируют более 500 роботов на каждые 10 тысяч сотрудников. Наиболее высокая плотность приходится на корейское автомобилестроение – более 2 тысяч моделей [10]. Плотность роботов на предприятиях данной страны можно увидеть на рис. 1.

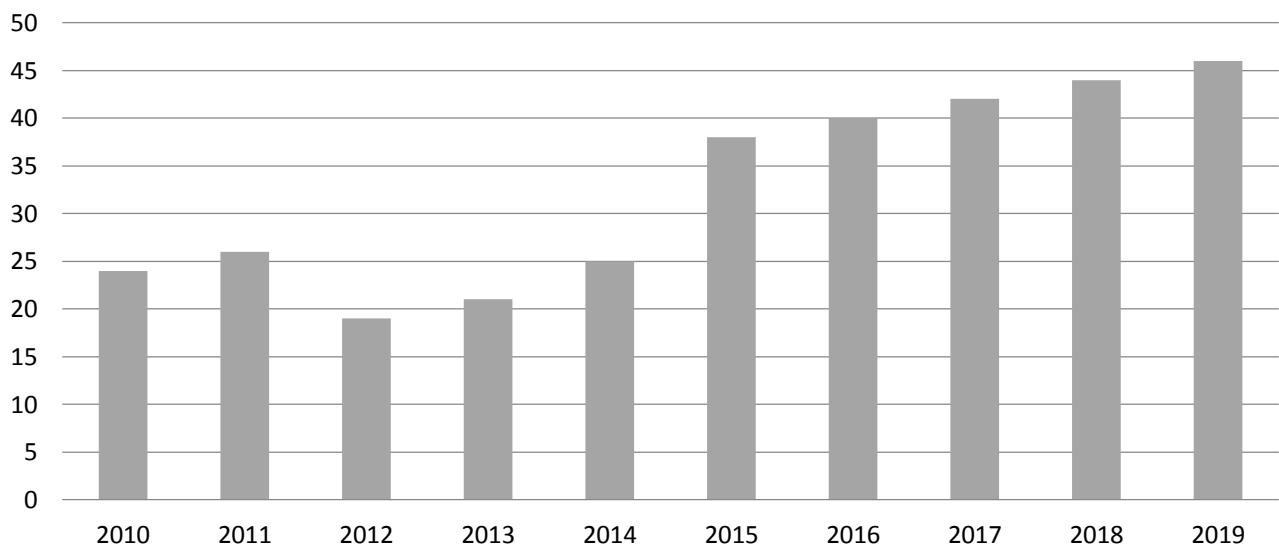


Рисунок 1 – Численность внедряемых промышленных роботов в Южной Корее 2010 - 2019г.[8]

Успешное использование робототехники данной страны заключается в разработке и внедрении многочисленных проектов и разработок, которые обеспечивают единую инновационную систему автоматизации производства. Немаловажным фактором устойчивого роста экономики Южной Кореи, является поддержка со стороны государства, которое выделяет значительные средства, разрабатывает законодательную базу, стимулирует развитие инновационного пространства в стране, утверждает пятилетние планы по усовершенствованию отрасли робототехники. Последний из них был утвержден в ноябре 2016 года. Администрирование государственных программ по поддержке отрасли оказали существенное влияние на развитие экономики страны: объемы производства выросли на 79%, экономический прирост составил 4 миллиарда долларов [11].

Несмотря на значительное развитие инновационного пространства, южнокорейское правительство озабочено повышением уровня безработицы. Для того чтобы не допустить рост данного показателя и сохранить паритет между внедрением автоматизированных систем и использованием ручного труда, государство разрабатывает законопроект о налогах на робототехнику, при этом планируется пересмотреть ряд преференций для бизнеса.

Однако, роботизация приносит и положительные результаты. Это проявляется в повышении заработных плат работникам в некоторых сферах экономики страны. Данное явление обусловлено тем, что роботы выполняют мелкую работу, тем самым работники могут в большей мере концентрировать свое внимание на более узкой специальности, тем самым проделывая свою работу лучше и качественнее. В свою очередь, со стороны работодателя это хорошо тем, что работники не перетруждаются и производственные продукты становятся лучше и конкурентоспособнее.

Также, необходимо отметить, что ключевое отличие современных устройств –

высокая гибкость и возможность оперативной наладки и перепрограммирования, а также потенциал многоцелевого использования. Это указывает на то, что благодаря таким устройствам производство может работать непрерывно, без простоев, как это случается по различным человеческим причинам. Кроме того, роботизированная техника легка в управлении и настройке, что позволяет в случае необходимости быстро диверсифицировать производство или перенаправить его на изготовление нового продукта, что нельзя сделать с человеческими ресурсами, которые нуждаются в переквалификации. По мере частого использования роботов в хозяйственных процессах, по прогнозам ABI Research до 2025 года рынок промышленных роботов будет в среднем расти на 16% ежегодно. Следовательно, уровень безработицы будет также расти (рис 3).

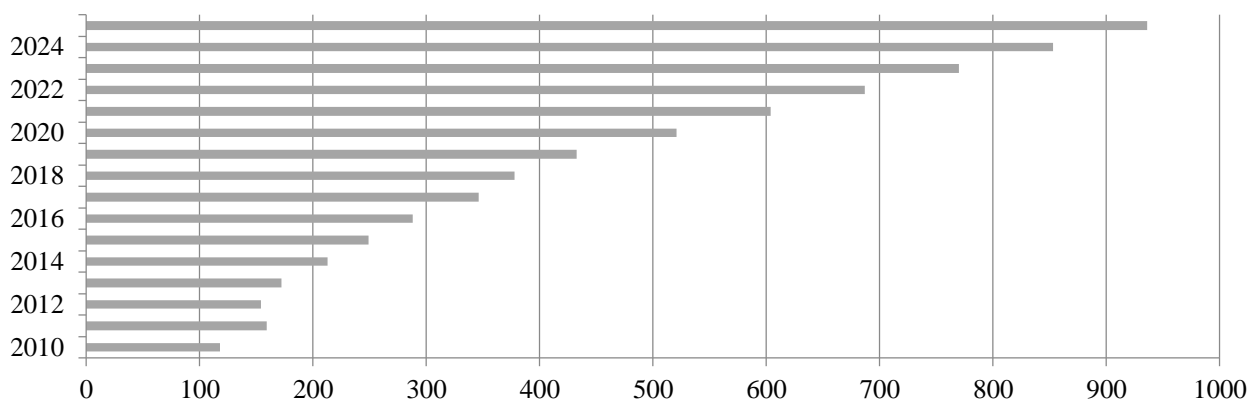


Рисунок 3 – Динамика использования промышленных роботов в мире [11]

На основе проведенного исследования можно сделать вывод о том, что роботизация – сложное многоуровневое явление. Оно требует квалифицированного управления со стороны государства, так как может принести последствия, которые могут пагубно отразиться не только на населении, но и на национальной экономике страны. Таковым примером является массовая безработица, которая значительно влияет на социально – психическую составляющую человека, а именно приводит к психическому разрушению человеческой личности и потери статуса в обществе. Но не смотря на это, роботизация на сегодняшний день является неотъемлемой частью хозяйственных процессов, ведь с помощью автоматизированного производства они достигают максимального улучшения, которое отражается на повышении производительности и улучшения качества, производимого продукта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1.Асфаль Р. Роботы и автоматизация производства / пер. с англ. М.: Машиностроение, 1989. 448 с.
- 2.Беспалов В., Клишин В. Развитие систем PDM: Перспективы развития систем PDM на ближайшее будущее// М: САПР и Графика, № 1. 2002. С. 88-92.
- 3.Бондарева Н.Н. Состояние и перспективы развития роботизации: в мире и России // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. Т.7, №3. С. 49-57.
- 4.Пашковская, М.В. Мировая экономика: Учебник//М.: МФПУ Синергия, 2012. С.528
- 5.Проблема гибкости трудовых процессов в экономике ФРГ //Международные сравнительные исследования в Европейских странах// М.: ИНИОН АН СССР, 1989. 0,4 п.л.
- 6.Влияние роботизации на рынок труда [Электронный ресурс]//URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-robotizatsii-na-rynok-truda>
- 7.Муравьев А.В. Десять причин инвестировать в роботизацию производства[Электронный ресурс] // URL: <http://www.deltasvar.ru/biblioteka/novosti/188-10-prichin-investirovat-v-robotizacziyu->

proizvodstva

- 8.Korea Association of Robot Industry [Электронный ресурс]// URL :<https://www.thedisruptory.com/company/kar-korea-association-of-robot-industry/>
- 9.Robotrends [Электронный ресурс] // URL:<http://robotrends.ru/pub/1904/avtomatizaciya-peremeny-i-celi>
- 10.Statistic brain [Электронный ресурс] // URL:<https://www.statisticbrain.com/physical-technology/>
- 11.World Robotics [Электронный ресурс]//URL:<https://ifr.org/case-studies/industrial-robots>

УДК: 351.85

Ковалев И.С.

*Научный руководитель: Кошелева Е.Г., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ВЗАИМОВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА И СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Резюме: В работе проводится исследование многоаспектности проявлений взаимосвязи и взаимовлияния процессов культурного развития общества и системы государственного управления, а также государственного надзора как ее части. Выделяются основные аспекты, прямые и объектные и субъектные связи. Указывается важность проанализированной проблемы как необходимой для понимания процессов взаимовлияния и взаимосвязи культурного развития общества и системы государственного управления.
Ключевые слова: государственное управление, система государственного управления, культурное развитие, прямые и обратные взаимосвязи.

Всякая институционализируемая система тем или иным образом связана с развитием культуры государства и общества. Об этом в разной форме говорят, например такие авторы как Н.Г. Багдасарян и Л.В. Акулова [1, с. 23-27; 2, с. 21-23].

Связь этих систем и культурного развития общества можем наблюдать через понимание культуры как нечто созданного человеком – всего, что не соответствует понятию «естественного», в эквиваленте «*natura*».

В частности, о том, что научное применение вышеуказанных терминов («естественное» и «*natura*»), как противоположных, по отношению к термину «культура», целесообразно, говорит исследователь А.В. Пустовит, обратившись к анализу более ранних точек зрения [3, с. 21-22].

Кроме того, упомянем трактовку культуры, предложенную Рудольфом Итсом: «Культура означает все то, что создано человеком в отличие от того, что создано природой» [4, с. 40].

В таком случае, к культуре как феномену имеет отношение все не только непосредственно сгенерированное, но и видоизмененное человеком, то, на что человек некоторым образом повлиял. Не исключением являются созданная система государственного управления в целом и ее элементы – государственные институты и система государственного надзора. Именно поэтому важно понимать систему государственного управления как социальный институт создававшийся под влиянием культурного развития.

Под культурным развитием, соглашаясь с мнением профессора Г.В. Осипова, будем понимать «закономерное изменение материальных и духовных компонентов культуры, в результате которого возникает ее новое качественное состояние, изменение состава или структуры» [5, с. 377].

То есть, процесс обусловленного различными факторами появления, трансформации либо исчезновения различных элементов культуры, её внутренних связей. Результатом чего становится качественное изменение культуры. Факторами влияющими на культурное развитие могут выступать разнообразные детерминанты общественного развития.

Культурное развитие страны как одна из стратегических задач реализации государственной культурной политики, направленной на культурное самоопределение государства, объединения общества и формирование нравственной, самостоятельно мыслящей, творческой, ответственной личности на основе использования всего потенциала отечественной культуры.

Соглашаясь с мнением Л.И. Шайхлисламовой [6], под культурным потенциалом следует понимать совокупность объективных (социокультурных институтов) и субъективных (отношения граждан к действующим социокультурным институтам, характер этнокультурных связей и взаимоотношений) возможностей или факторов, способствующих развитию культурного пространства государства.

Культурное развитие происходит под влиянием естественного развития человечества. Учитывая, что оно является в большей степени абстрактно фиксируемым процессом, показателями его развития могут служить только относительные характеристики.

Более того, французский социолог П. Бурдьё ввел понятие «культурный капитал» [7], который может существовать в одной из трех форм:

- в объективированной, то есть в виде конкретных предметов: книг, произведений искусства и тому подобного;
- в институционализированной форме, например, в виде дипломов, образовательных квалификаций и ученых званий;
- в инкорпорированной форме, которую обычно называют воспитанием или культурой.

Некоторыми авторами, такими как Е.В. Никоноровой [8], Т.И. Кажяевой [9], Н.В. Большаковым [10], В.С. Голубевым [11] и другими авторами были предложены методики оценки культурного капитала, но уровень влияния государственного управления был представлен только количественными показателями.

Актуальность работы заключается в том, что для правильного и глубокого научного понимания функционирования различных государственных систем необходимо детальное их изучение, а конкретно – фиксация и аналитический разбор многочисленных внутренних и внешних смысловых и функциональных связей. Одной из характеристик данных связей выступает детерминированность системы государственного управления культурным развитием.

Цель исследования – анализ основных особенностей и проявлений взаимосвязей и процессов взаимовлияния культурного развития общества и системы государственного управления.

Задачами данного исследования являются изучение особенностей культурного развития общества (искусства, религии, науки, реализации творчества и свободы личности) под непосредственным влиянием системы государственного управления (в частности государственного надзора) и, наоборот, выявление возможного влияния культурного развития общества на развитие этой системы на основе институционального и объектного подхода.

Институционализация систем государственного управления, равно как процесса формирования того или иного государства, проходили в течении долгого времени, под влиянием особенностей и конкретных специфических черт, характеризующих жизнь и деятельность людей в данном государстве.

Институциональный подход позволяет рассмотреть культурное развитие общества под влиянием государственного управления. При таком подходе государственные институты должны выступать как гибкие структуры, способные изменяться под влиянием особенностей культурного развития. Таким образом, институты включают правила, регулирующие развитие и реализацию культурного потенциала каждой личности и общества в целом и одновременно получают импульсы от такого развития.

Исторически специфика государственных и региональных систем управления формировалась под непосредственным влиянием культурных особенностей данного общества. Процесс формирования особенностей системы государственного управления в каждом конкретном государстве осуществлялся не в определенный и четко фиксируемый промежуток времени, а параллельно процессу становления и эволюции культуры данного государства.

Таким образом, согласно институциональному подходу, субъектами государственного управления являются как законодательные, так и исполнительные органы. Они, в соответствии с установленными им полномочиями, оказывают прямое и косвенное управленческое воздействие на культурное развитие общества, а именно министерства культуры, образования и науки, связи и массовых коммуникаций.

Необходимо также указать, что к субъектам косвенного управления относится специализированная и вспомогательная инфраструктура культуры (библиотеки, учреждения образования, клубы, театры, художественные мастерские, средства массовой информации и пр.), которая обеспечивает реализацию интересов индивидов, социальных групп, общества в целом и их социальное взаимодействие.

Согласно объектного подхода, олицетворением институтов является совокупность норм, правил, законов, инструментов, моделей поведения, обычаев, ценностей, санкций, стимулов и т.д.

Например, на территории СССР практически все время существования данного государства действовала как предварительная, так и последующая цензура.

К объектам цензуры, как продуктам культурного развития общества, с одной стороны, и инструментам регулирующим данное развитие, с другой стороны, относились содержание и распространение информации, печатной продукции, кино- и фотопроизведений, передач радио и т.д.

Исследование исторических закономерностей показывает, что даже не особенно значимое влияние, оказанное на общество, может оставить определенный «отпечаток» на его культурном развитии.

Объектные обратные связи отражают реакцию восприятия управляющего воздействия со стороны культуры как объекта управления: выражение согласия (например, отражение в произведениях искусства), несогласия (например, негативное отношение к конкретным деятелям искусства), поддержки (например, организация и проведение флешмобов), противодействия (например, проведение митингов и забастовок).

В современных условиях особенности влияния развития культуры на систему государственного управления не перестают существовать как таковые. Они проявляются как на наиболее высоком и явно фиксируемом уровне (например, предпочитаемой или исторически сформировавшейся модели управления в государстве), так и в менее оформленных особенностях, отличающих специфику систем управления в государстве.

В каждом отдельном случае система государственного управления и в частности, государственного надзора, возникает на основе некоторого культурного и управленческого опыта.

Так, специфика культурного развития Японии вплоть до настоящего времени предполагает существование титула императора, хотя функции реальной власти он и не выполняет. Ей обладает премьер-министр государства. При этом, император все же

остаётся не только номинальным и формальным главой страны. Он выполняет ряд представительских функций, которые определены в конституции. Кроме того, сохранение данного института – императорской власти, хоть она и является в большей степени символичной, имеет важное культурное значение.

Так как император на протяжении последних десятилетий (после окончания Второй мировой войны) остается знаковой фигурой. Он символизирует культурное сплочение и единство граждан японского государства. Помимо того, сохранено и множество значимых особенностей, выражающих важность императорской власти. Так, на территории страны имеется официальная резиденция императора, сохраняются формы обращения, наследования власти и т.д. Все эти особенности не оказывают влияния на систему государственного управления в Японии, в настоящее время. Однако они важны как явления культурного развития японского общества.

В данном случае проявляется влияние культурного наследия на формирование системы государственного управления. То же самое можно сказать о существующих монархиях в арабских государствах ближнего Востока. Сохранение монархической системы управления обусловлено культурным развитием и особенностями менталитета населения этих государств.

В частности характерными мировоззренческими ориентациями присущими той части граждан данных стран, которая исповедует ислам. В свою очередь - это, как правило, большинство населения. Так как в большей части арабских государств ближнего Востока ислам является государственной религией. Исламская культура, на протяжении сотен лет оказывавшая влияние на жизнь людей в этих странах, повлияла и на формирование системы государственного управления. Таким образом, сохранение монархической системы управления – это одно из важнейших следствий уникального культурного развития населения арабских государств ближнего Востока.

Важно указать, что один из аспектов влияния культурного развития общества на формирующуюся или установленную систему государственного управления – исторический.

Таким образом, вышеизложенное доказывает влияние культурного развития государства на особенности формирования системы государственного управления не в какой-то определенный момент времени, а на протяжении всего периода существования государства.

Однако говоря о взаимовлиянии следует указать и пример обратного влияния. На различных этапах существования конкретного государства, в нем имелись некоторые изменяющиеся со временем системы управления. Они могли эволюционировать сущностно и структурно изменяться. Но, так как всякая управленческая деятельность оказывает влияние, каждая конкретная система управления, путем применения власти и исполнения своих основных функций, определяла жизнь и деятельность людей в государстве.

В настоящее время проявлений взаимосвязей и взаимовлияния культурного развития обществ и систем государственного управления особенно много. Благодаря современному развитию техники и технологий определенные аспекты данного влияния легко можно зафиксировать и исследовать.

Общая система взаимовлияния и взаимосвязей культурного развития общества, с одной стороны, и любого иного развития (технического, технологического, развития систем управления и т.д.), с другой, значительно усложнились, однако, это не значит, что данное взаимовлияние и взаимосвязи стали менее проявляемы.

Неоспоримым остается факт различности систем государственного управления и при наличии отдельной институализации системы государственного надзора. Отдельные проявления различий сформированы под влиянием многочисленных особенностей жизнедеятельности и развития государств. Среди проявлений, имеющих наибольшее

значение – особенности культурного развития, как одни из главнейших детерминантов существующих различий в разных системах государственного управления.

В настоящее время как субъектные, так и объектные обратные связи взаимовлияния культурного развития общества и системы государственного управления крайне разнообразны и тесно переплетены, поэтому в рамках данной работы, целесообразно ограничиться констатацией их наличия и функциональной активности.

Таким образом, исследование данной темы перспективно не только в рамках изучения отдельных сторон взаимосвязи культурного развития и системы государственного управления, но и с целью разработки и реализации эффективных управленческих воздействий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Багдасарян, Н.Г. Культурология: учебник и практикум для бакалавров / Н.Г. Багдасарян. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. - 556 с.
2. Акулова, Л.В. Культурология. Программа курса для бакалавров: учебно-методическая разработка / Л. В. Акулова; Владим. гос. ун-т. – Владимир: Аркаим, 2015. – 59 с.
3. Пустовит, А.В. История европейской культуры: Учеб. пособие / А. В. Пустовит. – К.: МАУП, 2004. – 400 с.
4. Итс, Р.Ф. Введение в этнографию. Учебное пособие / Р.Ф. Итс. – Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1991. – 168 с.
5. Социологический словарь / Академический учебно-научный центр РАН МГУ им. М.В. Ломоносова; Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев; Уч. секр. О.Е. Чернощек. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2010. – 608 с.
6. Шайхлисламова, Л.И. Культурный потенциал: определение, сущность, специфика // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по матер. XXIII междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sibac.info/conf/philolog/xxiii/32841>
7. Бурдые, П. Формы капитала (пер. М.С. Добряковой) / П. Бурдые // Экономическая социология. – 2002. - №5.- Том. 3 – С. 60-74.
8. Никонорова, Е.В. Устойчивое развитие культурного и человеческого капитала: роль библиотек и ее оценка / Е.В. Никонорова // Библиотековедение. – 2017. – Т. 66. – № 1. – С. 19-28.
9. Кажаяева, Т.И. Статистическое исследование зависимости экономической активности населения от уровня развития культурного капитала в регионах России / Т.И. Кажаяева // Экономический анализ: теория и практика. – 2016. – №8. – № С. 180-190.
10. Большаков, Н.В. Измерение культурного капитала: от теории к практике / Н.В. Большаков // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2013. – №118(6). – С. 3-12.
11. Голубев, В.С. Культурный капитал социума и индекс культурного капитала // «Академия Тринитаризма» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.trinitas.ru/Rus/doc/0016/001e/00163238.htm>

УДК 330. 101

Козлова Ю.С.

*Научный руководитель: Лапина Е.А., старш. препод.
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Резюме. Корпоративная культура – это бесценный ресурс организации. Истоки корпоративной культуры уходят далеко в прошлое, независимо от того, осознавали ее присутствие или нет, ее носители. Одной из важнейших преследуемых корпоративной культурой задачей, является совмещение интересов компании и интересов сотрудников.

В данной статье рассмотрен вопрос о потребности совершенствования корпоративной культуры на предприятии. На основе были предложены универсальные меры по совершенствованию и были приведены аргументы о реальной необходимости совершенствования корпоративной культуры.

Ключевые слова: корпоративная культура, совершенствование корпоративной культуры, ценности, культура, стратегия.

Для эффективного развития организации ей необходима устойчивая и результативная корпоративная культура, это связано с тем, что внешняя среда очень динамична и часто поддается изменениям. Данная тенденция все чаще влияет на обычных сотрудников, которым в столь быстроразвивающихся событиях приходится оперативно принимать важные решения, так как нет времени на ознакомление с ситуацией и расчетов наиболее безопасных путей. Корпоративные планы, указания, операции и стандарты становятся неактуальными очень быстро, и не могут оставаться все такими же результативными практическими руководствами. По этой причине единственной постоянной и твердой опорой для принятия решений на всех уровнях управления организацией является именно корпоративная культура. Корпоративная культура представляет собой систему общих ценностей и целей, а так же принятые в организации нормы поведения, поэтому наличие развитой, мощной, устойчивой и одновременно гибкой корпоративной культуры является одним из основных условий выживания и эффективности компаний в наше время, а кроме того развитая корпоративная культура выступает основным конкурентным преимуществом организации [1].

Большинство авторов сходится на том, что культура представляет собой сложную композицию важных предположений (часто не поддающихся формулированию), бесосновательно принимаемых и разделяемых членами группы или организации [2]. Часто корпоративная культура трактуется как принимаемые большей частью организации философия и идеология управления, предположения, ценностные ориентации, верования, ожидания, расположения и нормы, лежащие в основе отношений и взаимодействий как внутри организации, так и за ее пределами. Корпоративная культура проявляется в отношениях между людьми в организации. Поэтому разные люди или разные части в организации склонны описывать ее культуру в схожих терминах [3].

На практике корпоративная культура представляет собой набор традиций, ценностей, символов, общих подходов, мировоззрения членов организации, выдержавших испытание временем. Это в своем роде выражение индивидуальности данной компании, проявление ее отличий от других. Носителями организационной культуры являются люди.

Корпоративная культура дает сотрудникам чувство вовлеченности, приверженности, содействует коммуникациям, создает условия для продуктивного, труда, дает преимущества над конкурентами [4].

В целом работа по оптимизации культуры организации крайне сложна, многоаспектна, продолжительна и требует постоянного внимания со стороны менеджера.

По этой причине необходимо разработать программу развития корпоративной культуры, в которой должны быть указаны цели и задачи планируемых преобразований, объекты и субъекты (ответственные) влияния; прописаны ценности и легенда компании; конкретные мероприятия, дифференцированные по отдельным направлениям со сроками реализации; организационно-управленческое, финансовое, информационное обеспечение запланированных мер, на рисунке 1 изображены составные элементы организационной культуры.

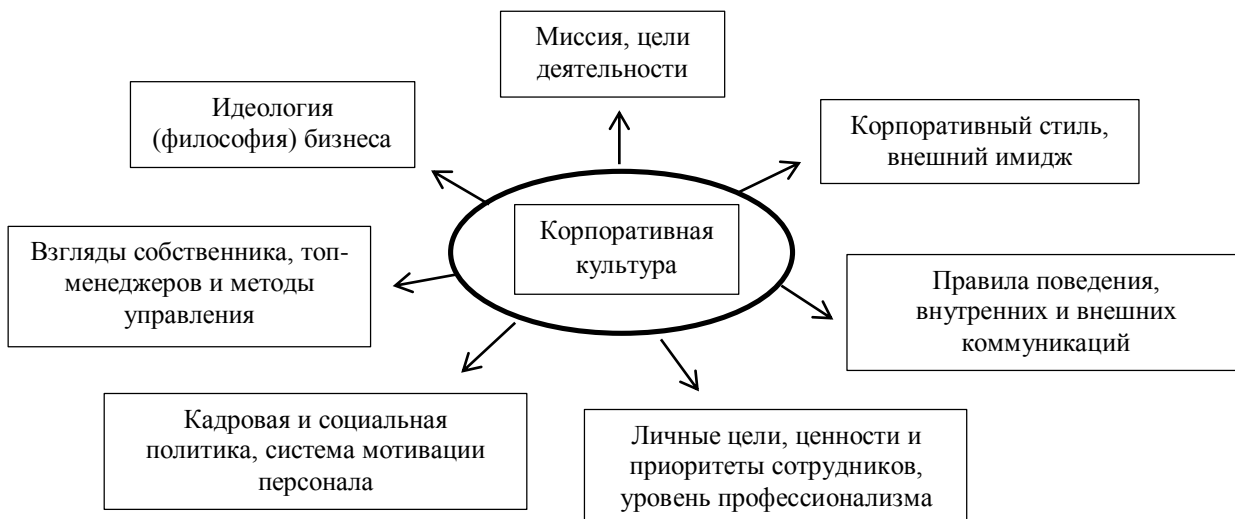


Рис.1. Организационная культура [5]

В фундаменте корпоративной культуры лежат ценности, характеризующие моральные принципы работников, определяющие, основы межличностного общения. Предприятие, которое желает быть результативным, должно обладать системой ценностей, которые необходимо привести в соответствие с особенностью деятельности компании, ее назначением. При формировании системы ценностей важно учесть и те, которые считаются важными в жизни сотрудников вообще, а не только в работе. Созданный план системы ценностей подлежит обязательному обсуждению в коллективе (и по форме и по содержанию), так как очень важно, чтобы, ценности разделялись большинством работников.

В структуре корпоративной культуры обычно выделяют два уровня, рисунке 2: поверхностный уровень (артефакты); глубинный (ценности).

Первый уровень включает в себя состояние, внешний вид зданий, помещений, прилегающих территорий; внешний вид сотрудников; наличие особого стиля организации (логотип, символика); реальное поведение сотрудников; система коммуникации (информационного обмена); специальные документы, официально закрепляющие и отражающие отдельные аспекты корпоративной культуры. Элементами второго уровня являются миссия организации, основные принципы деятельности организации; история, мифы и легенды организации; ритуалы и традиции; условия труда; ценности организации; а также стратегия ее развития [6].

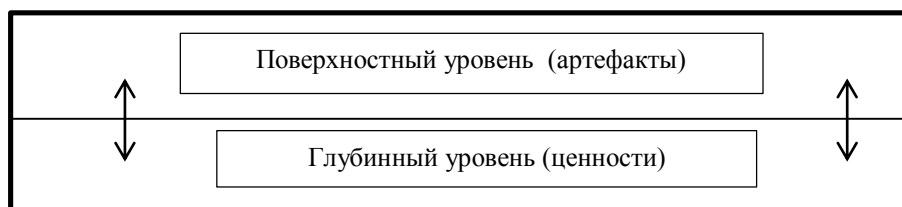


Рис 2. Структурные уровни корпоративной культуры

Значительные преобразования корпоративной культуры требуют разработки особой многоэтапной программы с неперенным участием ведущих специалистов компании и топ-менеджера. С целью формирования предложений по оптимизации культуры целесообразен подход поэлементного рассмотрения корпоративной культуры и определенных мер ее оптимизации. Важным аспектом является то, что лучше начать не с поверхностного, а с глубинного уровня, а в нем – с системы ценностей [7].

Рассмотрим корпоративную культуру на примере публичного акционерного общества «Транснефть».

Свою деятельность ПАО «Транснефть» начинает с августа 1993 года и оказывает услуги в области транспортировки нефти и нефтепродуктов по системе магистральных трубопроводов в Российской Федерации и за ее пределы. ПАО «Транснефть» предоставляет широкий спектр услуг, включая работы по обеспечению охраны окружающей среды в районах размещения объектов трубопроводного транспорта, а так же является крупнейшей нефтепроводной компанией в мире, субъект естественной монополии России по транспортировке нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам. Контролируется государством и включена в перечень стратегических акционерных обществ.

ПАО «Транснефть» – активно развивающаяся компания, которая заинтересована в своих кадровых ресурсах. За время своего существования, данная компания зарекомендовала себя на рынке, как успешно развивающаяся компания с большими перспективами развития в будущем. Но, несмотря на такое положение вещей, корпоративная культура ПАО «Транснефть» имеет ряд как положительных, так и отрицательных моментов, которые необходимо устранить:

1. Компания имеет такие ценности, как люди, экология, духовность, надежность, профессионализм, результативность, доверие, эффективный менеджмент, партнеры и работа в команде.

2. В компании имеется устав и внутренние документы, в которых прописаны требования к внешнему виду сотрудников и его поведению, но, к сожалению, не все работники с ними ознакомлены. Это также является недочетом, потому что об этих правилах должен знать абсолютно каждый сотрудник, так как это важно для слаженной работы и доброжелательной обстановке в коллективе.

3. Компания предоставляет множество социально-трудовых гарантий.

4. Одним из важнейших приоритетов ПАО «Транснефть» является социальная ответственность по отношению к обществу в целом и ее отдельным гражданам в частности. Большое значение в деятельности компании занимают благотворительная и спонсорская деятельность, проведение различных акций в поддержку культуры, науки и образования, физкультуры и спорта, пропаганды здорового образа жизни, охраны и восстановления памятников отечественной истории.

5. За высокопрофессиональное выполнение трудовых обязанностей, повышение производительности труда, продолжительную и безупречную работу и другие успехи в труде применяются различные меры поощрения работников.

6. Компания стремится к приведению системы корпоративного управления в соответствие с лучшей мировой практикой и осознает, что эффективная и прозрачная система взаимоотношений между ее органами управления, акционерами, инвесторами и заинтересованными лицами позволит реализовать стратегические цели и задачи Компании, укрепить репутацию, повысить инвестиционную привлекательность и увеличить капитализацию Компании.

7. Большое внимание в компании ПАО «Транснефть» уделяется повышению квалификации кадров. У предприятия есть возможность качественно обучать персонал, ведь от профессионализма работников, от их мастерства зависит результат, а, следовательно, прибыль предприятия.

8. Ранее специалистами, было проведен опрос сотрудников для диагностики организационной культуры. В следствии было выявлено, что культура компании является – клановой в большинстве [8].

Проанализировав корпоративную культуру ПАО «Транснефть» были выявлены и отрицательные моменты, которые имеются в корпоративной культуре компании:

1. Не все сотрудники имеют четкое представление о миссии и истории компании.

2. Не все сотрудники ознакомлены с правилами поведения. С данными правилами должны быть ознакомлены все сотрудники компании, без исключения.

3. Присутствует недостаточная удовлетворенность уровнем сплоченности персонала, коллектив не считает себя командой с общей целью. Так же не все ознакомлены с ценностями компании, а это означает, что работники не применяют их на практике. Большинство сотрудников ответили, что главная причина эффективной работы это личное убеждение и ответственность, на втором месте обязательства перед компанией, так как ПАО «Транснефть» платит сотрудникам хорошую заработную плату за работу, на третьем месте принятые в компании нормы хорошей работы, то есть организационная культура, ценности компании.

На основе выявленных недостатков, можно сделать вывод о том, что необходимо усовершенствовать лишь основные элементы корпоративной культуры, так как в данном случае нет необходимости проводить изменения глубинного устройства корпоративной культуры, так как уже имеется четко сформированная миссия и стратегия деятельности организации, у коллектива присутствует единое видение целей компании, существуют определенные корпоративные ценности, и символика, однако в ходе анализа было выявлено, что не все элементы корпоративной культуры удовлетворяют сотрудников компании. Для того, чтобы улучшить корпоративную культуру, согласно желаниям сотрудников, необходимо провести ряд мероприятий. С помощью данных мероприятий можно улучшить состояние компании, удовлетворить потребности сотрудников, тем самым повысить шансы на дальнейшее развитие компании.

На первом этапе нужно принять меры по улучшению социально-психологического климата. На данном этапе будут регулярно проводиться деловые игры, нацеленные на мотивацию сотрудников к более эффективному труду, сплочению коллектива, а так же борьбы со страхом принятия на себя ответственности.

И на втором этапе мы улучшить сложившиеся нормы поведения путем:

1. Проведения мероприятий внутри компании.

2. Предоставления возможности работникам нижнего звена участвовать в процессе принятия управленческих решений, чтобы показать работникам их важность для организации и предать им уверенность в себе. Для повышения уровня обмена служебной информацией и усиления сплоченности коллектива администрации предприятия, рекомендуется организовывать еженедельные собрания, на которых должны присутствовать управляющие и менеджеры, чтобы работник мог непосредственно задавать вопросы гендиректору, а не только своему руководителю.

3. Введения поощрительных программ (введение списков, отправление на стажировки за рубежи и т.д.). Ввести нематериальное вознаграждение за хорошо выполненную работу, по типу: доска почета, грамоты и т.д.

4. Начальниками подразделений должны проводиться периодические собрания, на которых обсуждались бы изменения, произошедшие в организации, а также существующие ценности и возможность появления новых.

5. Создать благоприятную обстановку в коллективе. Проводить вводные собрания для новых сотрудников, на которых будут раскрываться этические принципы организации по отношению к персоналу и контрагентам. На подобных должны собраниях обсуждаться правила работы персонала, требования к одежде и прочие тонкости работы. Располагать сотрудников к клановой культуре и донести ценности компании всем сотрудникам на начальном этапе и при необходимости повторить их «ветеранам» организации.

6. Организация ежедневных рабочих собраний, на которых происходит постановка задач и распределение работ; по окончанию рабочего дня - подведение итогов работы за день. Организация собраний подобного рода значительно повышают уровень информированности сотрудников.

7. Предприятию необходимо ввести должность штатного психолога. Оценка психолога при устройстве на работу включает психодиагностику профессионально важных качеств сотрудников, чтобы новые сотрудники, подбираемые в организацию, соответствовали не только по профессиональным качествам для соответствующей должности, но и по лояльности к культуре организации.

8. Для решения проблемы информационного обеспечения сотрудников целесообразным является создание информационных стендов на каждом объекте предприятия. На них постоянно должны находиться документы, регламентирующие работу организации и приказы по предприятию, затрагивающие интересы работников, например, о наказаниях или поощрениях.

Если предприятие придерживается всех рекомендаций, то сможет раскрыть полностью весь свой потенциал. Уютная обстановка в сплоченном коллективе позволит чувствовать каждому сотруднику себя увереннее и работать станет в радость. Если все руководители своих подразделений проведут работу со своими подчиненными и объяснят важность корпоративной культуры для каждого члена компании, то причастность к такой сильной культуре сама по себе станет мощным инструментом

Сформулированные ценности, цели, нормы и правила делового поведения внутри компании способствуют консолидации персонала, снижению уровня конфликтности в подразделениях, лучшему взаимопониманию между сотрудниками в деловых взаимодействиях, более эффективному объединению работников относительно достижения общей цели. Особенно это важно для нового персонала, если работник на начальном этапе поймет цели и задачи предприятия, он будет эффективнее работать.

Следует отметить, что информационные стенды несут в себе кроме информационной нагрузки еще и воспитательную нагрузку, доводя до сведения каждого из работников, кто является примером положительного поведения и отрицательного. Что, в свою очередь, также является одним из факторов, влияющих на формирование системы ценностей, разделяемой сотрудниками организации.

Таким образом, из всего выше сказанного, можно сделать вывод, что главным фактором успешного формирования культуры предприятия является непосредственное участие руководителей предприятия в проводимых изменениях. Культура, соответствующая стратегии, побуждает людей работать на эффективную реализацию стратегии, и тем самым увеличивается лояльность сотрудников компании в целом, формируется положительное отношение к порученной работе, повышается уровень сотрудничества работников, мотивирует людей на эффективную реализацию стратегии, способствует восприятию работниками видения и целей компании.

Данные предложенные мероприятия вызвали интерес со стороны руководства и имеют научную ценность решаемых проблем, так как позволит улучшить корпоративную культуру в компании, тем самым снизится текучесть кадров, повысится производительность труда, и соответственно, повысится эффективность деятельности предприятия.

Создать корпоративную культуру «с нуля» легче, чем пытаться изменить уже устоявшиеся принципы компании. Однако это допустимо лишь при формировании новых организаций. Большая часть функционирующих предприятий существуют не один десяток лет и имеют уже устоявшуюся корпоративную культуру, систему ценностей, убеждения и правил поведения. При формировании корпоративной культуры следует проводить корректировку ее элементов. Причем делать это следует постепенно и тактично во избежание резкого сопротивления и неприятия нововведений со стороны сотрудников «ветеранов»[9].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что важность формирования эффективной корпоративной культуры в деле успешного функционирования фирмы сегодня является общепризнанной во всем цивилизованном мире. Все преуспевающие компании без исключения создали и поддерживают у себя ярко выраженные корпоративные

культуры, наиболее соответствующие целям и ценностям компании и четко отличающие одну фирму от другой. В наше время одной из основных составляющих успеха любой компании является сильная и эффективная корпоративная культура, с помощью которой реализуется стратегия фирмы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Спивак, В. А. Организационная культура / В. А. Спивак. – М. : Нева, 2004. – 224с.
2. Грошев, И. В. Организационная культура / И. В. Грошев, П. В. Емельянов – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 288 с.
3. Мескон, М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 2011. – 702 с.
4. Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство / Э. Х. Шейн. – М. : Питер, 2009. – 336-340 с.
5. Мурашов, М. Корпоративная культура / М. Мурашов. – М. : Нева, 2003. – №9 – 29-32 с.
6. Могутнова, Н. Н. Корпоративная культура: понятие, подходы / Н. Н. Могутнова – М. : Социологические исследования, 2005. – 130-136 с.
7. Чаплина, А. Н. Методика диагностики организационной культуры / А. Н. Чаплина. – М. : КГТЭИ, 2010. – 115 с.
8. <https://www.transneft.ru/> - официальный сайт компании.
9. Мясникова Т.А. Управление корпоративной культурой в условиях кризиса / Т. А. Мясникова – М. : Регион: системы, экономика, управление, 2012. – 89-93 с.

УДК 331.108.4.

Крикля Е. Ю.

Научный руководитель: Сокрутенко О.-А. С. (ст. преподаватель)

ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

ИНВЕСТИЦИИ В РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА: ОБРАЗОВАНИЕ, МЕДИЦИНА, МОБИЛЬНОСТЬ

Резюме. В статье рассматриваются потоки инвестиций в сферы образования, медицины и мобильности трудовых ресурсов как один из основных факторов, оказывающих влияние на развитие человеческого капитала. Также определена роль социального развития общества и качества жизни населения в функционировании экономики страны. Изложенный материал подкрепляется данными международных организаций, анализируются рейтинги стран по различным критериям в связи с развитием человеческого капитала.

Ключевые слова. Инвестиции, человеческий капитал, образование, медицина, мобильность.

На этапе становления цифровой экономики большую значимость приобретает социальный аспект развития экономики, т.е. труд выделяется среди основных факторов производства, оказывая непосредственное влияние на эффективность экономической деятельности субъектов хозяйствования. В связи с этим актуальным становится вопрос формирования человеческого капитала и его значимости в экономике и социуме. Возникает необходимость исследования инвестиционных потоков как одного из факторов, влияющих на развитие людских ресурсов. Финансовое стимулирование трёх основных составляющих человеческого капитала: образования, здравоохранения и медицины, а также мобильности – выступает объектом исследования статьи, что позволит сформулировать перспективы дальнейшего развития условий труда, уровня и качества жизни работников, а также проанализировать пути решения возможных проблем в этой сфере.

Цели статьи – изучить влияние инвестиционных потоков на развитие человеческого капитала, выявить их тенденцию, определить наиболее финансово

привлекательные и перспективные сферы применения инвестиций в сфере людских ресурсов.

Исходя из поставленных целей, определим понятие человеческого капитала. Г. И. Бондаренко считает, что человеческий капитал представляет сформированный в результате инвестиций запас знаний, умений, навыков и мотиваций, отражающих совокупность физических, интеллектуальных и психологических качеств и способностей личности, приобретающей форму капитала в связи с непрерывностью процесса их накопления, используемых в сфере общественного производства, содействуя росту производительности труда и влияющий на рост доходов человека [1, с. 37]. Из определения следует, что людские ресурсы в перспективе становятся источником доходов, с этой точки зрения мы можем рассматривать их в качестве капитала.

Исследованиями в данном направлении занимались такие выдающиеся американские экономисты, как Теодор Шульц и Гэри Стэнли Беккер, полагавшие, что человеческий капитал следует стимулировать инвестициями, которые в результате смогут принести более высокую норму процента, чем вложения в ценные бумаги [2]. Среди отечественных учёных, занимающихся теорией человеческого капитала - И.Т.Посошков, М.В.Ломоносов, Д.И.Менделеев и другие. Они изучали, главным образом, влияние и ценность образования на экономику, решали вопрос повышения его качества. На современном этапе последователями в изучении людских ресурсов стали С.А. Дятлов, Р. И. Капелюшников, М.М. Критский.

В XXI веке наблюдается переход к цифровой экономике, т.е. знания, квалификация, профессионализм и творческий подход к деятельности становятся основными критериями успешного и налаженного функционирования производственных и коммерческих систем. Такие показатели свойственны наиболее развитым мировым державам, стремящимся к инновационному развитию, что подтверждается данными Всемирного банка, разработавшего новый проект под названием Индекс человеческого капитала [3]. Данный инструмент даёт количественную оценку вклада здравоохранения и образования в производительность трудовых ресурсов и уровень их доходов, что помогает странам оценить потерянную долю дохода из-за дефицита человеческого капитала и принять меры по обеспечению их инвестициями. В таблице 1 представлены 10 стран мира с наиболее высоким индексом человеческого капитала. По данным международной организации, в результате проведения исследований, было выявлено, что около 1/4 молодых людей на планете страдают в результате недоедания и болезней. Это сказывается на их будущем, а следовательно, на экономике страны.

Образование является одним из ключевых факторов развития людских ресурсов, оно формируется в течение 12-20 лет, а затем поддерживается и повышается в процессе трудовой деятельности. На сегодняшний день на рынке труда востребованы специалисты, способные повышать свою квалификацию и осваивать новые навыки, поскольку в процессе развития цифровой экономики знания приобрели важное значение. Однако с течением времени они всё быстрее утрачивают свою актуальность, что приводит к необходимости обучаться непрерывно. Нередко обучение требует финансовых расходов, превышающих возможности населения, поэтому необходима поддержка государства. Выделяя средства в сфере образования, правительство тем самым инвестирует в будущих работников, способных в перспективе повлиять на производительность и конкурентоспособность страны. На основе сведений базы данных Всемирного банка, выявлено, что в пятёрку лидеров среди стран по уровню расходов на образование вошли Тимор-Лешти (14%), Лесото (13%), Куба (12,9%), Бурунди (9,2%) и Молдова (9,1%). Показатели выражаются в процентах от ВВП. Однако следует отметить, что высокие позиции слаборазвитых стран связаны, как правило, с программами

ликвидации массовой неграмотности, финансируемыми международными институтами и благотворительными организациями в этих государствах [4].

Таблица 1

Индекс человеческого капитала [3, с.32]

<i>Рейтинг</i>	<i>Страна</i>	<i>Нижняя граница</i>	<i>Значение</i>	<i>Верхняя граница</i>
1	Сингапур	0.87	0.88	0.90
2	Республика Корея	0.83	0.84	0.86
3	Япония	0.83	0.84	0.85
4	Гонконг	0.81	0.82	0.83
5	Финляндия	0.80	0.81	0.82
6	Ирландия	0.79	0.81	0.82
7	Австралия	0.79	0.80	0.81
8	Швеция	0.79	0.80	0.81
9	Нидерланды	0.79	0.80	0.81
10	Канада	0.79	0.80	0.81

Если обратиться к рейтингу стран мира по индексу уровня образования [5], можно заметить, что положение стран существенно меняется. Это говорит, что для формирования более полной картины необходимо учитывать оба рейтинга. Так, например, Австралия, занимающая 1 место по индексу уровня образования со значением 0.939, выделяет 5,1% от ВВП на образование (около \$67,49 млрд), находясь при этом на 50 месте рейтинга по уровню расходов на образование. Данные свидетельствуют о том, что на уровень грамотности и образованности населения влияет не только величина финансовых потоков в рассматриваемую сферу, но также качество обучения, развитие инфраструктуры в виде образовательных учреждений, положение педагогов в обществе. Последний фактор был выделен экспертами во главе с британским педагогом, специализирующимся на работе с правительством, Майклом Барбером. В результате исследования выяснили, что положение педагогов в социуме воздействует на успешность системы образования в государстве.

На сегодняшний день особое место в области образования занимают азиатские и скандинавские страны. По качеству образования за первое место борются Япония и Южная Корея. По данным сайта "Вести.Экономика", Республика Корея в 2018 г. планировала бюджет на образование в размере \$382,6 млрд, что на 7,1% больше, чем в 2017 г. Стараются не отставать от лидеров такие страны, как Сингапур, Гонконг, Финляндия, Великобритания, Канада, Нидерланды, Ирландия и др.

Помимо образования в понятие человеческий капитал также можно включить капитал здоровья, производственной подготовки и квалификации работников, культуры, миграции и некоторые другие составляющие. Среди них как наиболее важный компонент выделяется капитал здоровья человека. Без свободного доступа к качественному медицинскому обслуживанию, население будет не способно к труду, что влечёт за собой экономические потери. Очевидно, что чем выше показатели здоровья человека, тем выше уровень его трудоспособности и производительности. Однако на основе мирового опыта, можно сказать, что не у всех народов есть возможность получить необходимую медицинскую помощь в связи с неразвитостью этой сферы в государстве, а также больших финансовых затрат со стороны населения.

Вопросы финансирования в сфере медицинского обслуживания и здравоохранения являются предметом обсуждения на различных конференциях, среди которых ежегодная конференция «Инвестиции в здравоохранение», организованная компанией Regent Capital Communications. На мероприятии обсуждаются изменения рынка здравоохранения, оцениваются текущие стратегические решения и рассматриваются перспективы ближайшего будущего. На сегодняшний день в сфере медицинского обслуживания и здравоохранения внимание уделено своевременному диагностированию заболеваний. Перспективной является сфера молекулярной диагностики. Помимо этого, инвестиционно

привлекательной является отрасль инновационных технологий и разработок в здравоохранении. Лидирующие позиции в рейтингах финансирования занимают биотехнологии и фармацевтика, специализирующаяся на разработке медикаментов против инфекций, онкологических заболеваний, болезней нервной системы. Вместе с этим инвестиционной привлекательностью обладают и НИОКР в области медицины. К ним можно отнести создание симуляторов для проведения операционных вмешательств максимально приближённых к реальным условиям. Это ведёт к созданию партнёрских образований между медицинскими компаниями и технологической отраслью.

Динамика инвестиций в сферу медицинского обслуживания и здравоохранения за период с 2010 по 2017 гг. представлена в таблице 2.

На основе вычисленных аналитических показателей можно сказать, что максимальный прирост инвестиций приходится на 2014 г. (\$180 млрд), что связано с совершением прорывных открытий, среди которых, например, разработка методик в борьбе с раком и пересадке органов. Эти события привлекли внимание инвесторов к сфере медицинского обслуживания и здравоохранения, вследствие чего приток финансов возрос. При сохранении сложившейся тенденции в 2019 г. показатель достигнет значения \$380,1 млрд.

Исследованиями в сфере медицины и здравоохранения в странах мира занималась известная компания по предоставлению финансовой информации Bloomberg. В результате проведённых расчетов был создан рейтинг стран по уровню здравоохранения [7], основанный на данных ВОЗ, ООН и Всемирного банка. Лидерами стали Гонконг и Сингапур, с большим отрывом 3 место заняла Испания, в пятёрку также вошли Италия и Южная Корея. Такой весомый игрок на мировой арене как США занял только 55 место.

Таблица 2

Динамика мировых инвестиционных потоков в сферу медицинского обслуживания и здравоохранения за период с 2010 – 2017 гг. [6]

Год	Инвестиции, \$ млрд	Абсолютные приросты, \$ млрд		Темпы роста, %		Темпы прироста, %	
		Цепные	Базисные	Цепные	Базисные	Цепные	Базисные
А	1	2	3	4	5	6	7
2010	202,00	-	-	-	100	-	-
2011	194,00	-8,00	-8,00	96,04	96,04	-3,96	-3,96
2012	151,00	-43,00	-51,00	77,84	74,75	-22,16	-25,25
2013	196,00	45,00	-6,00	129,80	97,03	29,80	-2,97
2014	376,00	180,00	174,00	191,84	186,14	91,84	86,14
2015	432,00	56,00	230,00	114,89	213,86	14,89	113,86
2016	261,00	-171,00	59,00	60,42	129,21	-39,58	29,21
2017	332,00	-29,00	130,00	91,97	164,36	-8,03	64,36

Расчёты основывались на трёх основных компонентах:

- средняя ожидаемая продолжительности жизни при рождении;
- государственные затраты на здравоохранение в виде процента от ВВП на душу населения;
- стоимость медицинских услуг в пересчете на душу населения.

С точки зрения стоимости медицинского обеспечения стоит отметить Швецию, т.к. в этой стране 97% услуг в сфере здравоохранения предоставляются населению бесплатно. В Швейцарии государство не покрывает столь большую часть расходов, однако в этой стране самый высокий уровень продолжительности жизни: 80,5 лет для мужчин и 85 лет для женщин.

Исходя из анализа, можно сказать, что инвестиции в здоровье населения достаточно важный фактор, влияющий на качество жизни людей. Заметим, что наиболее высокие показатели по уровню здравоохранения у развитых стран, которые способны выделять бюджетные средства на функционирование медицины. Такие вложения в итоге возвращаются в экономику государства, т.к. здоровые граждане способны более эффективно обучаться и трудиться.

Однако нередко люди не могут реализовать свои профессиональные навыки в регионе или стране проживания, что приводит к необходимости мигрировать для поиска привлекательных условий работы с целью получения более высокой заработной платы. Повышение уровня дохода позволяет мигрантам компенсировать расходы на мобильность. Чем меньше затраты человека на переезд или смену рабочего места, тем более полезна становится мобильность. Поэтому возникает востребованность в развитой транспортной системе страны, способной минимизировать затраты на смену места проживания населения.

Полезные функции по повышению эффективности труда выполняют различные программы и фонды, позволяющие мигрировать с целью получения высшего образования, профессионального обучения, повышения квалификации и освоения опыта, необходимого для улучшения трудоспособности граждан. Такую возможность предоставляет, например, ЕС в рамках программы поддержки краткосрочной академической мобильности под названием Erasmus Plus. Схожие проекты реализуются в странах Вышеградской группы, государствах Балтии, в Швеции, Турции и др. Это позволяет населению не только повышать уровень образования и профессионализма, но также развивать науку, обмениваться культурными традициями, изучать мировую религию, политику, экономику, что приводит к усилению интеграционных процессов на международной арене.

Выводы: на основе исследования можно сделать вывод, что инвестиции в человеческий капитал являются необходимым условием развития общества и экономики. Финансовое стимулирование социального развития приносит значительные результаты в виде повышения производительности труда населения, улучшения качества жизни, а вследствие эффективно функционирующей и конкурентоспособной экономической системы страны. На современном этапе социальная составная выделяется среди остальных производственных факторов, поэтому наблюдается зависимость между уровнем инвестиций государства в человеческий капитал и его положением на мировой арене. Данный факт подтверждается тем, что развитые страны занимают передовые позиции по индексу человеческого капитала. В XXI веке социум развивается наиболее динамично, поэтому в ближайшее время тема человеческого капитала будет достаточно актуальной и исследуемой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бондаренко Г. И. Человеческий капитал: основные факторы его воспроизводства и развития. Ростов–на-Дону: Тера, 2005
2. Беккер Г.С. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. — М.: ГУ ВШЭ, 2003. — С. 645—671.
3. World Bank. 2018. The Human Capital Project. World Bank, Washington, DC. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30498> License: CC BY 3.0 IGO
4. Рейтинг стран мира по уровню расходов на образование. Гуманитарная энциклопедия [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий, 2006–2019 (последняя редакция: 10.02.2019). URL: <https://gtmarket.ru/ratings/expenditure-on-education/info>
5. Рейтинг стран мира по уровню образования. Гуманитарная энциклопедия [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий, 2006–2019 (последняя редакция: 10.02.2019). URL: <https://gtmarket.ru/ratings/education-index/education-index-info>
6. Карелина Е. 5 «горячих инвестиционных пирожков»: сферы, в которые охотно вкладывают сегодня (и это не ИТ) // Про бизнес, 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://probusiness.io/finance/4499-5-goryachikh-investicionnykh-pirozhkov-sfery-v-kotorye-okhotno-vkladyvayut-segodnya-i-eto-ne-it.html>

7. Рейтинг стран мира по уровню здравоохранения [Электронный ресурс]: информационный портал NoNews, 2019. URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/health>

УДК 332.1

Кузнецова М.А.
Научный руководитель: Пилипенко В.В., ст. преподаватель
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРЫ ПРИГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И КИТАЯ

Резюме. В данной статье проведен анализ динамики торговли в приграничных регионах России и Китая, также была исследована товарная структура внешней торговли и характер отношений между Дальневосточным федеральным округом и Китаем.

Ключевые слова: Дальний Восток России, приграничное сотрудничество, приграничный регион, регионализация, международная торговля.

Актуальность. В современных условиях рыночной экономики приграничные отношения играют большую роль для развития взаимоотношений Китая и России. Приграничная и межрегиональная торговля становится очень влиятельной формой развития российско-китайских отношений. Российская Федерация и Китай считаются соседями и большими державами. Они прилагают общие старания для формирования и становления отношений стратегического партнерства. В Китае и РФ имеется взаимный интерес к межрегиональному и приграничному сотрудничеству.

Анализ последних исследований и публикаций. Данная тема освещена в научных трудах и теоретических разработках таких российских авторов: М.В. Александрова, М.Е. Белицкого, Е.Ф. Авдокушкина, С.Г. Лузянин, Н.И. Атанова, Е.В. Аюшеевой, Е.В. Булах, Н.А. Коломейцева, И.В. Романова, В.Д. Гельбраса, И.А. Кузьмичевой, Е.Г. Флика, Е.Г. Ивановой, О.И. Костюковой, О.В. Плотниковой, А.В. Постникова и др. Среди зарубежных авторов, следует выделить: Лу Наньцюань, Луань Цзинх, Ян Сюэфэн и Ван Шинцай. Помимо этого, тема освещена в интернет-источниках исследовательских организаций, международных статистических служб.

Цель исследования. Проанализировать состояние, изменения, структуру и специфику приграничного сотрудничества между Россией и Китаем.

Результаты исследования. На сегодняшний день приграничные отношения России и Китая являются первостепенным направлением развития политического и экономического сотрудничества этих стран, так как оно интенсифицирует развитие приграничных районов Китая и России.

Дальневосточный федеральный округ (ДФО) является основным центром сосредоточения приграничной торговли РФ и Китая. Поэтому, подробно рассмотрим особенности приграничной торговли России и Китая на примере данного региона. В таблице 1 приведены показатели двусторонней торговли ДФО с Китаем.

Таблица 1

Внешняя торговля ДФО и Китая в 2013-2017 гг., млн. долл. [1]

	2013	2014	Тпр,%	2015	Тпр,%	2016	Тпр,%	2017	Тпр,%
Внешнеторговый оборот	10003	11078	11	10141	-8	6368	-37	6131	-4
Экспорт	5 111	5 449	7	5 419	-1	3868	-29	3850	0,0
Импорт	4 892	5 629	15	4 722	-16	2500	-47	2281	-9,0
Сальдо	219	-180	-182	698	-48	1368	96	1570	15

Исходя из данных в таблице 1, можно сделать вывод, что за этот период складывалась тенденция сокращения объемов внешней торговли между ДФО и Китаем. С 2013 по 2017 гг. внешнеторговый оборот сократился на 39%. Такое явление можно объяснить следующим: происходил спад цен на основные виды экспортных товаров, сокращением российского экспорта из-за ухудшения китайской экономики, снижение китайского импорта из-за ухудшения покупательской способности жителей России. Наибольший спад замечен именно в 2016 году -37% по отношению к 2015. В 2017 г. внешнеторговый оборот Дальнего Востока и Китая снизился еще на 4% по отношению к предыдущему году. Более высокие темпы уменьшения импорта из Китая в округ. Наглядно сложившиеся тренды приграничной торговли представлены на рис. 1.

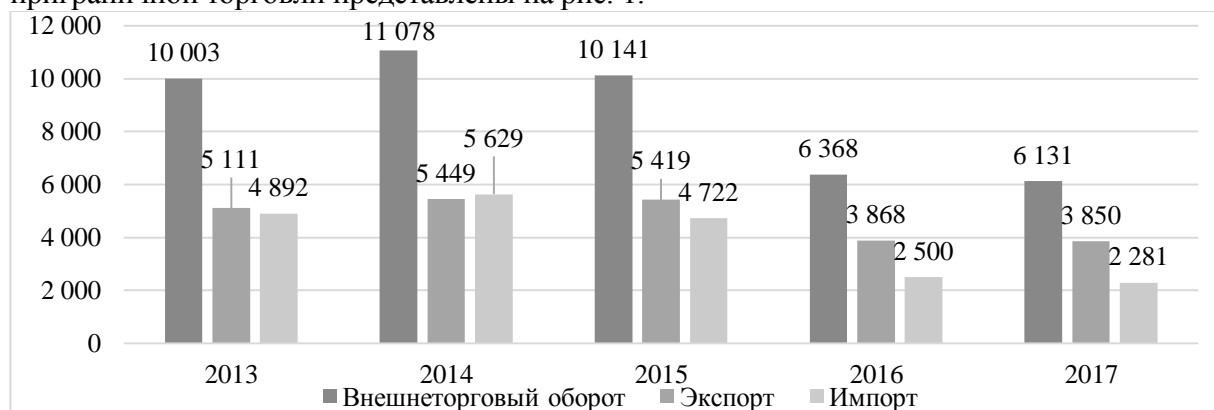


Рис. 1. Изменение внешней торговли ДФО в 2013-2017 гг. [1]

Согласно данным приведенным на рисунке 1, можно наблюдать, что для торговли Дальнего Востока и Китая характерно положительное сальдо, потому как экспорт преобладает над импортом в стоимостном выражении.

Основами статьями экспорта из Дальневосточного округа в Китай является сырьевые товары, что наглядно представлено в таблице 2. Около 90 % внешней торговли из округа в Китай – это продукция с минимальной добавленной стоимостью. При этом 5-6 лет назад лидирующие позиции в дальневосточном экспорте занимал круглый лес, однако после открытия нефтепровода и постройки нефтеналивного порта Козьмино нефть и нефтепродукты стали значительно преобладать.

Таблица 2

Товарная структура экспорта Дальнего Востока РФ в КНР в 2017 г., млн. долл. [2]

№	№№ групп ТН ВЭД	Наименование	Объем экспорта млн.долл	Доля в экспорте в целом (%)
Экспорт				
1	27 27160000	Минеральное топливо, нефть, нефтепродукты, в том числе: - электроэнергия	6 337,68 16,90	65,36 0,17
2	44	Древесина, изделия из нее	1007,46	10,41
3	28,29,38	Химические товары,	306,40	3,19
4	03	Рыба, моллюски, ракообразные	373,20	3,84
5	31	Удобрения	156,28	1,64
6	74-81	Цветные металлы, из них:	271,02	2,78
7	26	Руды, шлаки, зола	247,20	2,57
8	47	Бумажная масса, целлюлоза	195,72	2,06
9	72	Черные металлы	65,88	0,72
10	84-90	Машины и оборудование, из них:	272,45	2,80
11	25	Минеральные продукты	13,96	0,14
12	48	Бумага и картон, изделия	25,49	0,25
13	25	Минеральные продукты	71,47	0,17

Исходя из таблицы 2, можно отметить, что на «минеральное топливо, нефть и нефтепродукты» в стоимостном выражении приходилась большая доля экспорта из России, а именно – 65,4% (против 53,2% в 2016 г.). В отличие от первого квартала 2016 г., когда экспорт данного вида продукции показал разнонаправленные изменения физических и стоимостных показателей, в 2017 г. отмечена положительная динамика. Физические объёмы возросли на 20,5% (21,1 млн. тонн), а стоимостные – на 74,9% (6,34 млрд. долл.). Рост стоимостного параметра был обеспечен за счёт увеличившихся значений мировых котировок на сырую нефть. Ее поставки в Китай в физических объемах за квартал выросли на 12,0% (13,6 млн. тонн), а по стоимости – на 74,1% (5,52 млрд. долл.).

В данном округе дерево имеет объем 11,1 млрд. м. куб. Лесная отрасль считается значимой частью дальневосточной экономики и составляет по различным оценкам от 5 % до 10 % ВВП региона, однако, РФ вносит в лесную отрасль очень маленький процент ВВП (около 0,8%) по сравнению с КНР. Невысокий внутренний спрос в регионе на лес и относительная отдаленность западных регионов ведут к ориентации на экспорт лесной продукции в регион. Лес вывозятся в Китай в основном из Иркутской области и из Хабаровского края.

Наиболее оживленно прогрессирующий центр нефтегазовой индустрии в России — это комплекс Восточной Сибири и Дальнего Востока, который на сегодняшний день буквально достигает своей вершины, что связано с выходом на проектную мощность главных разрабатываемых месторождений в регионе. Основным нефтепроводом, который соединяет месторождения Западной и Восточной Сибири с Дальним Востоком и странами АТР является работающий нефтепровод «Восточная Сибирь – Тихий океан».

Важным экспортным продуктом дальневосточного экспорта в Китай уже порядка 10 лет является рыба. Китай для России – основной потребитель рыбо- и морепродуктов с Дальнего Востока. В 2017 г. экспорт рыбы увеличился при значительном снижении цен на сырье и составил порядка 759 тыс. тонн [4]. В региональной структуре российского экспорта рыбы лидируют прибрежные субъекты ДФО: Приморский край, Сахалин и Камчатка. Высокая доля Приморья связана с удобным экономико-географическим положением портов края и прежде всего близостью к покупателю. Важно, что рыбоперерабатывающие предприятия Китая являются главным экспортером переработанной рыбной продукции из России в страны Европы и США [5]. В 2015-м году в дальневосточном экспорте в Китай вышла новая экспортная статья, а именно масличные культуры и продукция пищевой промышленности. Ранее, в 2006 г. на нее приходится 3% всего экспорта. Рассматривая группу масличных и зерновых культур, то в данной позиции наибольший рост был у соевых бобов. В первый раз значительное увеличение было замечено в 2012 г., когда экспорт сои в Китай составил 71,3 тыс. тонн, в 2016 г. амурской сои было экспортировано порядка 200 тыс. т, или 60 % от всего российского экспорта соевых бобов в Китай [6]. После десятилетних переговоров Россия добилась отмены санкций для отдельных сельхозпродуктов

В 2015 году была проведена 20-я встреча глав правительств обеих стран, в рамках этой встречи подписан протокол об условиях поставок российской пшеницы на китайский рынок. По данному протоколу России разрешено экспортировать зерно только из двух регионов, сибирского и восточного.

Таким образом, продукты питания не являются основными экспортными товарами из ДФО в КНР, но для них открываются большие планы на будущее. Ключевыми товарами, которые Дальний восток экспортирует в Китай являются алкоголь, кондитерские изделия, мука и крупы, подсолнечное масло и другие товары. Увеличивающейся статьёй экспорта в Китай из России стал мед. Так, за два первых

месяца 2016 г. вывезли свыше 603 т меда, это почти вдвое выше поставок за весь 2015 г. [2].

По импортным объемам, представленных в таблице 3, можно отметить, что Китай импортирует такие товары: машины, транспортными средствами, оборудование и аппаратура, пластмасса. Также, в Китай поставляют овощи, фрукты и орехи, изделия из черных металлов, каучук и резина и другие промышленные товары.

Исследуем непосредственно региональное распределение приграничной торговли России и Китая. Территориальная близость Приморского края обуславливает существенную экономию в области транспортных расходов. Исходя из структуры экспорта края можно отметить, что основная его доля приходится на поставляемую из Козьмино нефть и нефтепродукты (60%). В последнее время происходит сокращение импорта Приморского края из Китая. В 2017 г. Импорт снизился на 48 % за счет таких товаров, как машины, оборудование и их части – в 3 раза, обувь – в 9 раз, части для автомобилей – на 37 % [7].

Таблица 3

Товарная структура импорта в КНР в 2017 г., млн. долл. [2]

№	№№ групп ТН ВЭД	Наименование	Объем экспорта млн.долл	Доля в экспорте в целом(%)
Импорт				
1	84-90	Машины и оборудование, в том числе:	3744,52	44,31
2	43	Пушнина, меховое сырье, мех, изделия из меха	425,90	5,09
3	42	Изделия из кожи	68,23	0,82
4	62	Одежда текстильная	484,94	5,68
5	64	Обувь	474,82	5,56
6	61	Одежда из трикотажа	283,80	3,31
7	28,29,38	Химические товары, из них:	818,81	9,71
8	63	Прочие готовые текстильные изделия (белье постельное, покрывала, шторы)	121,31	1,43
9	95	Игрушки, спортивный инвентарь	181,13	2,14
10	69	Керамические изделия	34,77	0,40
11	2	Мясо	0,07	0,05
12	94	Мебель, матрасы, осветительные приборы	176,41	2,13
13	73	Изделия из черных металлов	226,05	2,72

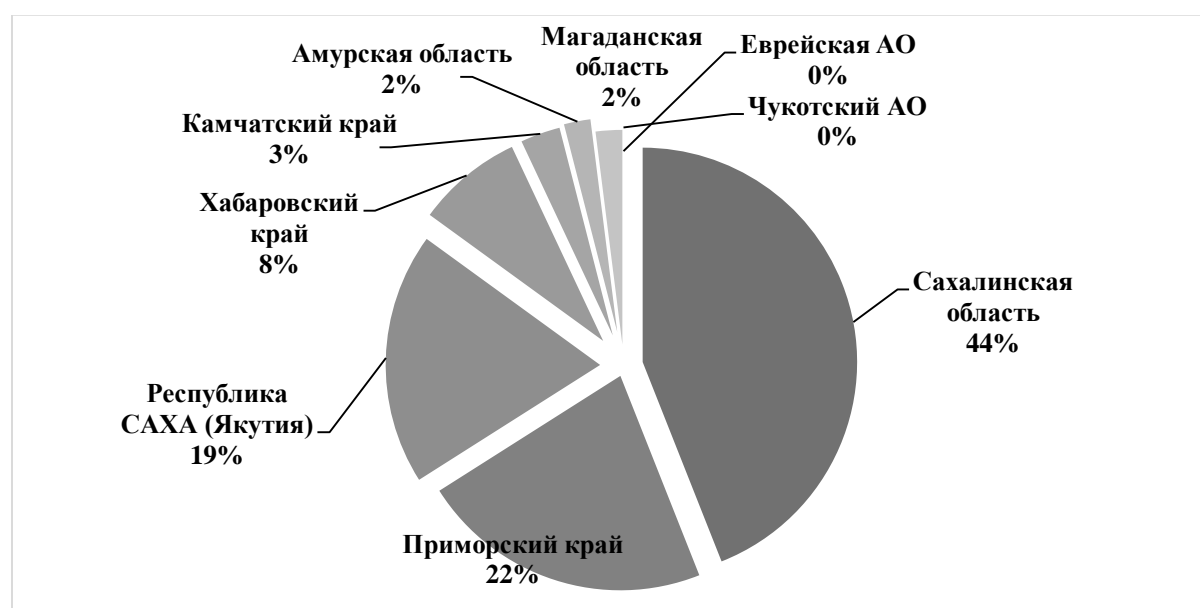


Рис. 2. Региональная структура внешней торговли ДФО в 2013-2017 гг. [3]

Из рисунка 2 видно, что основными торговыми партнерами Китая среди субъектов ДФО по стоимостным объемам внешнеторгового оборота в 2017 г. были: Приморский край, Сахалинская область, Хабаровский край, Амурская область.

Для сахалинского экспорта в китайском направлении характерна нестабильность. Начиная с 2008 г. доля КНР в внешнеторговом обороте Сахалина начала стремительно прирастать и достигла максимума в 14% в 2012 г., но в связи с изменением географии отгрузки российской нефти начала постепенно снижаться, достигнув в 2016 г. отметки в 8% [21]. Основу экспорта области в Китай составляют топливно-энергетические ресурсы. В основном нефть, начиная с 2011 г. заметно увеличился экспорт сахалинских углей в Китай.

Китай считается самым влиятельным внешнеторговым партнером для Хабаровского края, так как на него приходится 48,5% экспорта региона. Основные экспортные товары: лесоматериалы необработанные – 52,2%; лесоматериалы, обработанные толщиной более 6 мм – 16,6%; рыба мороженая – 12,4%. На Хабаровский край сегодня приходится 25% запасов древесины Дальнего Востока, площадь земель лесного фонда края 93% территории субъекта [7].

Амурская область обладает богатейшими сырьевыми и топливно-энергетическими ресурсами, плодородными землями. В силу географической близости к странам АТР область имеет перспективы развития взаимовыгодного сотрудничества и экономической интеграции. Ближайшим, исторически predetermined торгово-экономическим партнером региона является Китай. В 2016 г. впервые в истории Приамурья на долю Китая пришлось свыше 90% внешнеторгового оборота. [8] С 2009 г. область начала экспортировать электроэнергию в г. Хэйхэ. В 2013 г. между «Интер РАО» и Китаем было подписано соглашение, предусматривающее поставку до 2036 г. 100 млрд. кВт/ч.

Выводы. В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что, главным центром приграничной торговли между РФ и КНР является Дальневосточный федеральный округ. Рассматривая динамику с 2013 года по 2017 видно, что наблюдается сокращения объемов внешней торговли между округом и Китаем, в течении 5 лет произошло снижение на 39%. Данная тенденция объясняется непосредственно падением цен на важнейшие категории экспортных товаров, снижением российского экспорта из-за ухудшения китайской экономики, уменьшением китайского импорта из-за снижения покупательской способности российских потребителей. Главными торговыми партнерами Китая среди субъектов Дальнего Востока РФ по стоимостным объемам внешнеторгового оборота в 2017 г. можно выделить: Приморский край, Сахалинская область, Хабаровский край, Амурская область.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. - Официальный сайт Федеральной таможенной службы Российской Федерации. Режим доступа: <http://www.customs.ru/index.php>
2. Торговое представительство Российской Федерации в Китайской Народной Республике [Электронный ресурс]. – М., 2007-2017 г. Режим доступа: <http://www.russchinatrade.ru/>
3. Постников, А.В. История географического изучения и картографирования Сибири и Дальнего Востока в XVII – начале XX вв. в связи с формированием русско-китайской границы. Ленинград: 2013. – 195 с.
4. Рахманин, О.Б. К истории отношений России - СССР с Китаем в XX веке: Обзор и анализ основных событий: Изд. 3-е, доп. ВЕРСУС: 2013. – 93 с.
5. Пасичняк, М.С., Побирченко В.В. Проблемы двусторонних внешнеторговых отношений России и Китая / Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». – 2015. – Т. 1. – № 1 (67). – С. 108-116.
6. Александрова, М.В. Российско-Китайское приграничное и региональное сотрудничество: новые тенденции и проблемы / Сборник Китайская Народная Республика: политика, экономика, культура. 2014-2015 Российская Академия наук; Москва, 2017. – С. 86-98.
7. Чэнь Ц. Проблемы и перспективы экономического взаимодействия между провинцией Хэйлуцзян (Китай) и России / Известия Уральского государственного экономического университета. – 2016. – № 1 (57). – С. 26-31.

8. Гатауллина, С.Ю. Перспективы развития российско-китайского экономического сотрудничества / Россия и Китай: проблемы стратегического взаимодействия: сборник Восточного центра. – 2017. – № 19. – С. 30-34.

УДК 38.04.02

Кутявин К.А.

*Научный руководитель: Вертиль Н.Н., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ВЫЯВЛЕНИЕ СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ «УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ»

Резюме. В данном исследовании была выявлена сущность понятия «управление персоналом» путем проведения семантического анализа и сформулировано его «идеальное» определение.

Ключевые слова: управление, персонал, человеческие ресурсы, трудовые ресурсы

Вступление. Управление персоналом является основой эффективного управления любого предприятия. Без мотивированных и квалифицированных сотрудников ни одно предприятие не в состоянии создать отлажено функционирующие подсистемы производства, маркетинга, финансов или бухгалтерского учета.

Целью данного исследования является выявление сущности понятия «управления персоналом».

Данной проблеме посвящено большое количество научных исследований отечественных и зарубежных ученых, таких, как Балабанова Л.В., Храмов В.А., Федулова Л.И., Шморгун Л.Г., Маслов Е.В., Генкин Б.М., Марр Р., Флиастер А.Данюк В.М., Шекшня С.В., Карлофф Б., Мастенбрух У., Иванцевич Дж.М., Лобанов А.А., Мескон М.Х. и др.

В настоящее время выделяются различные подходы к управлению персоналом. Их различие основывается на различном отношении к персоналу как к объекту управления. В рамках первого подхода работники не рассматриваются как личности, в качестве объекта управления рассматривается лишь функция персонала - труд (К. Маркс, Ф. Тейлор). Второй подход основан на признании персонала организации как самостоятельного объекта управления. В рамках этого подхода можно выделить две концепции: концепцию управления персоналом и концепцию управления человеческими ресурсами. Концепция управления персоналом рассматривает работников через их роли - должности в производстве (Дж. Уотсон, Т. Берне, Г.М. Сталкер, Л.С. Лор). В концепции управления человеческими ресурсами происходит смещение фокуса с должности на самого человека как сложного объекта организации (А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. Макгрегор и другие). Третий подход рассматривает персонал как сложный и управляемый ресурс организации или капитал организации (Т. Шульц, Г. Беккер и их последователи). Современный этап развития теорий управления человеческими ресурсами принято отождествлять с теорией «менеджмента бизнеса», в которой человек стал рассматриваться в качестве источника достижения конкурентных преимуществ.

В СССР вопросам управления персоналом начали уделять внимание в двадцатые годы XX века. Вопросы мотивации труда, профессиональной подготовки, профотбора, конфликтологии, организационного проектирования исследовали А. Гастев, П.Керженцев, Н. Витке, С. Струмилин и др. В 1930-е годы исследования были прекращены, а возобновились лишь в конце шестидесятых годов. В семидесятые-восьмидесятые годы российские ученые И.М. Будницкий, Р.М. Меркина, А.М. Мухамедьярова, Г.В. Николаева и др. - занимались проблемами кадрового обеспечения производства и нормативными показателями, но они не рассматривали совокупность факторов, которые влияют на эффективность использования человеческих ресурсов. С

начала 1990-х годов и по настоящее время указанная проблема выходит на первый план, создаются научные основы теории управления персоналом в условиях рыночной экономики (Т.О. Разумова, С.Ю. Рошин, Н.А. Волгин, Р.П. Колосова, Р.И. Капелюшников, А.П. Егоршин, В.Е. Гимпельсон, В.В. Травин, А.И. Кочеткова, Д.С. Молчанов). Большинство ученых, занимающихся проблемами управления персоналом, отводят значительное место системе кадрового менеджмента организации в общей системе предприятия (Н.П. Беляцкий, С.Е. Велеско, П. Ройш, М. Бубнов, В. Хруцкий, Э.Е. Старобинский, В.Р. Веснин).

Однако трактовка определения «управление персоналом» различалась от ученого к ученому. Не было сформировано единого мнения на счет того, что же такое управление персоналом. Потому необходима систематизация и анализ различных трактовок управления персоналом.

Основная часть. Проведенное исследование показало, что в литературе можно встретить примеры различного толкования понятия «управление персоналом». Одни авторы акцентируют внимание на организационной стороне управления, оперируя целью и методами, с помощью которых можно достичь этих целей, другие делают упор на содержательную часть, отражающую функциональную сторону управления.

Остановлюсь на некоторых определениях, приводимых в последние годы в работах отечественных и зарубежных экономистов.

Таблица 1

Управление персоналом в трактовке различных ученых

Источник	Определение «Управление персоналом»
Галенко В.П. [1]	Комплекс взаимосвязанных экономических, организационных и социально-психологических методов, обеспечивающих эффективность трудовой деятельности и конкурентоспособности предприятия.
Кибанов А.Я. [2]	Формирование и направление мотивационных установок работника в соответствии с задачами, стоящими перед организацией.
Шекшня С.В. [3]	Обеспечение организации необходимым числом работников, выполняющих требуемые производственные функции. Эффективность управления персоналом определяется степенью реализации общих целей организации.
Иванцевич Дж.М., Лобанов А.А. [4]	Деятельность, выполняемая на предприятиях, которая способствует наиболее эффективному использованию работников для достижения организационных и личных целей. Эффективность управления персоналом определяется степенью и сроками выполнения, поставленных УП-структурами специфических, верифицируемых задач
Марр Р., Флиастер А. [5]	Область деятельности, важнейшими элементами которой являются определение потребности, привлечение, введение в работу, развитие, контроллинг, высвобождение персонала, а также структурирование работ, политика вознаграждений и социальных услуг, управление затратами на персонал и руководство сотрудниками.
Маслов Е.В. [6]	Системное, планомерно организованное воздействие с помощью взаимосвязанных организационных, экономических и социальных мер на процесс формирования и перераспределения рабочей силы на уровне предприятия, на создание условий для использования трудовых качеств работников в целях обеспечения эффективного функционирования предприятия и всестороннего развития занятых в нем работников.
Балабанова Л.В. [7]	Процесс планирования, подбора, подготовки, оценки, обучения и мотивации персонала, направленный на эффективное его использование и достижение целей предприятия и работников.
Храмов В.О. [8]	Совокупность воздействий на организационное поведение людей, направленных на активизацию еще неиспользованных профессиональных и духовных возможностей для решения поставленных задач. На основе принципа разделения труда возникает иерархическая система субординации. Таким образом, один человек может быть одновременно и руководителем, и подчиненным.
Шморгун Л.Г. [9]	Система взаимосвязанных организационно-экономических и социальных мер по созданию условий для нормального функционирования, развития и эффективного использования потенциала рабочей силы на уровне организации.

Сильное влияние на расхождение толкований оказывает переводная литература, с ее различной терминологией, свойственной различным школам управления. Наиболее часто встречаются такие термины, как:

Personnel administration - администрирование персонала (набор, контроль, расстановка, подготовка, использование персонала), отношения между администрацией и подчиненными;

Personnel management - управление персоналом (включая подбор, подготовку, условия труда, оплату, вопросы техники безопасности), трудовые отношения, взаимоотношения администрации с индивидуальными работниками;

Personnel relation - отношения с персоналом (в том числе внутрикорпоративный PR и конфликт-менеджмент).

Human resource management - управление человеческими ресурсами. Данный термин основывается на теории человеческого капитала, под которым понимают имеющийся у каждого из нас потенциал знаний, умений, навыков, способностей и талантов. [11]

В современной литературе по управлению персоналом можно встретить как минимум четыре наиболее проработанных подхода к определению сущности понятия управления персоналом:

Управление персоналом как «использование трудовых ресурсов (рабочей силы)». В рамках данного подхода ведущее место занимает техническая подготовка людей. Вместо человека в производстве рассматривается лишь его функция -- труд, измеряемый затратами времени и заработной платы. Производительность труда становится основным критерием оценки эффективности деятельности работника. В общем, подход основывается на следующих положениях: обеспечение единого руководства; соблюдение строгой вертикали; фиксирование необходимого и достаточного контроля; соблюдение четкого разделения штабной и линейной структур; достижение баланса между властью и ответственностью; обеспечение дисциплины; обеспечение подчинения личных интересов общим.

Трактовка данного определения как «управление персоналом». Развитие знаний об организации, ее функциях и общественном значении привело к тому, что произошел качественный переход от модели «использования трудовых ресурсов» к модели «управления персоналом». Под организацией стали понимать не только производственно-сбытовую форму социального объединения, но и общественную систему, управляемую руководителем и функционирующую благодаря определенному коллективу людей -- персоналу. Такой переход привел к тому, что в рамках науки управления персоналом активно начали изучать вопросы поведения организационной группы -- взаимоотношения работников внутри и вне организации.

Управление персоналом как «управление человеческими ресурсами (HR)». Рынок является, как известно, мощным регулятором микроэкономических систем, одной из которых является конкретная коммерческая организация - фирма. Фирма существует и развивается за счет двух основных возможностей:

- 1) за определенные ценности получать ресурсы из внешней среды;
- 2) отдавать конечные продукты во внешнюю среду также за определенные ценности. Так вот, сторонники модели «управления человеческими ресурсами» считают, что персонал является таким же ресурсом как сырье, оборудование, информация.

Управление персоналом как «управление человеком». С началом перестроечных процессов в Россию, со всем своим размахом, пришла психология личности. Все внимание у тех, кто придерживается этого подхода, сосредоточено на конкретной личности в пределах организационного поля, которое состоит из взаимозависимостей отдельно взятого работника, коллектива, организации и ее менеджмента. [12]

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что главной целью управления персоналом является вклад в развитие организации (предприятия), которое достигается благодаря обеспечением высококвалифицированными и заинтересованными работниками через удовлетворение социальных потребностей человека на производстве (удовлетворение работой, самовыражения, комфортность межличностных отношений и т.д.).

Следовательно, само понятие «управление персоналом» в некоторой степени условно, поскольку предполагает не командование людьми, а создание условий для эффективного использования человеческих ресурсов и каждого работника в отдельности. Из этого следует, что понятие «управление персоналом» имеет три основных аспекта, представленных на рисунке 1.

Функциональный аспект, который предусматривает выполнение таких важных элементов процесса, как:

- определение общей стратегии;
- привлечение, отбор и оценка персонала;
- повышение квалификации персонала и его переподготовка;
- управление карьерой (продвижение по службе);
- увольнение персонала;
- построение и организации работы на основе организации рабочих мест, функциональных и технологических связей, содержания и последовательности выполнения работ, условий труда;
- организацию оплаты труда, стимулирования и социальных услуг;
- управление затратами на персонал.

Организационный аспект, предусматривающий охват всех работников и всех структурных подразделений в организации, которые несут ответственность за работу с персоналом.

Ориентация на будущее, планирование потребностей организации в персонале с учетом кадрового потенциала и обеспечение организации необходимыми кадрами, компетентными в требуемых сферах деятельности. [10]

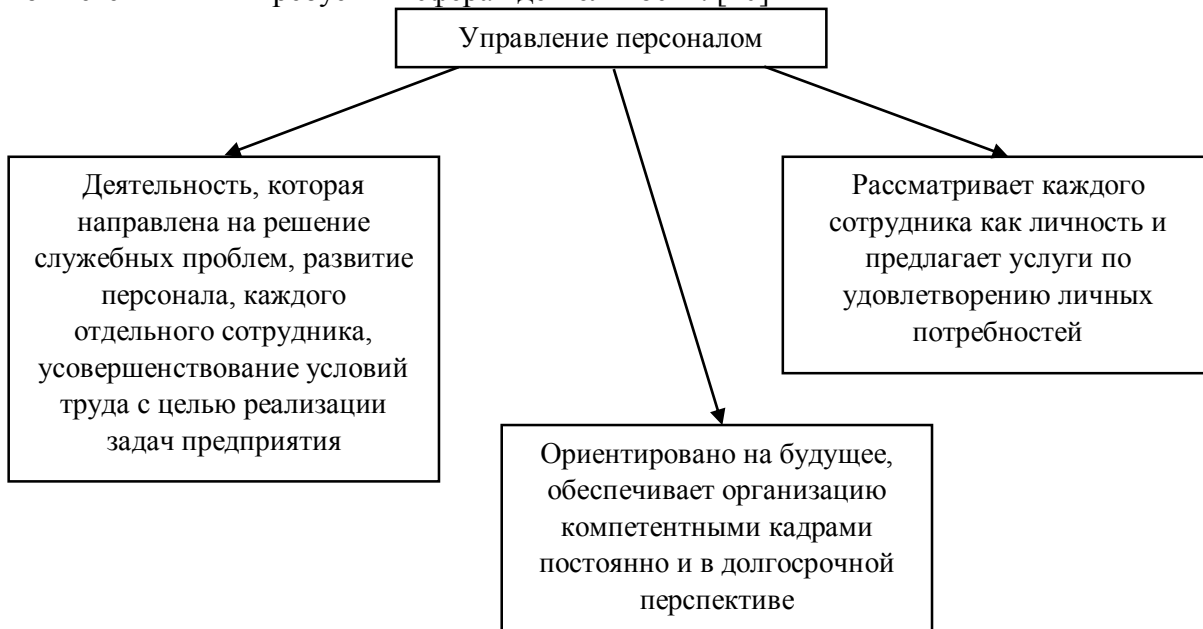


Рис. 1 Составляющие управления персоналом

Исходя из поставленных целей и аспектов в центре внимания управления персоналом должно быть сосредоточено решения ряда вопросов, а именно:

- разработка научно обоснованных количественных и качественных параметров персонала;
- повышение профессионализма персонала;
- обеспечение профессионального роста персонала;
- максимальное использование способностей персонала;
- планирование и обеспечение карьерного роста персонала;
- стимулирование качества и результатов труда персонала;
- социально-экономическая и правовая защита персонала.

Проанализировав вышеперечисленные определения можно выделить основные составные элементы каждого. Разобьем их на 6 групп:

1) Использование различных социально-экономических и организационных методов.

2) Формирование рабочей силы, обеспечение предприятия работниками, подбор кадров

3) Направлено на развитие рабочей силы, его подготовки и обучения

4) Мотивирование и вознаграждение

5) Направлено на эффективное использование потенциала рабочей силы

6) Для решения личных и организационных задач

Наличие данных элементов в определениях представлено в таблице 2.

Таблица 2

Основные элементы в определении «управление персоналом» различных авторов

Определение	1	2	3	4	5	6
Галенко В.П.	+				+	
Кибанов А.Я.				+		+
Шекшня С.В.		+				+
Иванцевич Дж.М., Лобанов А.А.					+	+
Марр Р., Флиастер А.		+	+	+		
Маслов Е.В.	+	+			+	+
Балабанова Л.В.		+	+	+	+	+
Храмов В.О.					+	+
Шморгул Л.Г.	+		+		+	

Семантически, наиболее часто повторяющимися, а потому и самыми важными элементами определения «управление персоналом» является «эффективное использование потенциала рабочей силы» и «для решения личных и организационных задач». Однако логически мы понимаем, что такие элементы как «формирование рабочей силы, обеспечение предприятия работниками, подбор кадров», «развитие рабочей силы, его подготовки и обучения» и «мотивирование и вознаграждение» по факту включены в так называемые «социально-экономические и организационные методы (меры)», а потому представлены также в большинстве определений.

В итоге группа 1 «Использование различных социально-экономических и организационных методов (мер)», включая группы 2, 3 и 4 фигурирует в 7 определениях из 9.

Группа 5 «Направлено на эффективное использование потенциала рабочей силы» - в 6 из 9.

Группа 6 «Для решения личных и организационных задач» - также в 6 из 9.

Из полученных данных составим «идеальное» определение «управления персоналом»

«Управление персоналом – это система взаимосвязанных социально-экономических и организационных методов, направленных на эффективное использование рабочей силы для решения организационных задач.»

Наиболее близкими к этому являются определения Маслова Е.В. и Балабановой Л.В.

Выводы

При проведении семантического анализ определения «управление персоналом», была выявлена сущность данного понятия, изучены определения различных ученых и составлено «идеальное» определение понятия «управление персоналом».

Авторские определения были разбиты на типичные составные части, из которых, в свою очередь, было составлено «идеальное» определение понятия «управление персоналом» и проведены параллели с существующими, чтобы выявить какие из авторов наиболее близки к «идеальному» определению.

Конечно, нужно учитывать, что выведенные в данном анализе данные соответствуют духу времени и места. С развитием НТР или при изучении работы с человеческими ресурсами в странах с отличными от наших экономическими подходами – понятие «управление персоналом» также будет меняться.

Важно поддерживать баланс между всеми элементами управления персоналом. Мотивация, вознаграждение и служебные обязанности должны соответствовать друг-другу и не вызывать у работников когнитивный диссонанс. Упор на обучение и развитие должны идти в ногу с разъяснительной работой и грамотно выстроенной организационной культурой, чтобы работники понимали, почему они трудятся именно здесь и почему так важно развивать свои профессиональные навыки.

Можно сделать однозначный вывод, что без полного и всеобъемлющего понимания данной сферы деятельности, можно упустить важнейшие элементы, без которых предприятие не только будет терять возможные конкурентные преимущества, а, следовательно, и прибыль, но и подвергать опасности как физическое, так и психическое здоровье своих работников. Что, безусловно, приведет подобное предприятие к краху.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Галенко, В.П. Как эффективно управлять организацией?: монография / В. П. Галенко - М. : Бератор-Пресс, 2013. - 160 с.
2. Кибанов, А.Я. Основы управления персоналом: учеб. / А.Я. Кибанов. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 304 с.
3. Шекшня, С. В. Стратегическое управление персоналом в эпоху Интернета / С.В. Шекшня, Н.Н. Ермошкин. - М.: Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2012. - 336 с.
4. Иванцевич, Д.М., Лобанов, А.А. Человеческие ресурсы управления / Д.М. Иванцевич, А.А. Лобанов - М.: Дело, 2013. - 250 с.
5. Марр, Р., Флиастер, А. Словарь / Р. Марр, А. Флиастер - М.: Человек и труд, 2010. - 277 с.
6. Маслов, Е.В. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие. / Е.В. Маслов - М.: ИНФРА-М, 2010, 315 с.
7. Балабанова, Л.В., Сардак О. В. Управление персоналом: учебник./ Л.В. Балабанова - К.: Центр учебовой літератури, 2011. – 468 с.
8. Храмов, В.О. Основы управления персоналом: учеб.-метод.пособие – К.: МАУП, 2011. - 112 с.
9. Шморгун, Л.Г. Менеджмент организаций: учеб.пособие / Л.Г. Шморгун - К.: Знання, 2011. - 452 с.
10. Эффективное управление персоналом в рознице [Электронный ресурс] – Электрон. текстовые данные. – Режим доступа: <http://hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=1401>
11. Авдеев В.В. Управление персоналом: технология формирования команды: учебное пособие. / В.В. Авдеев - М.: Финансы и статистика, 2014. – 108 с.
12. Беляцкий Н.П. и др. Управление персоналом: учеб. пос. / Беляцкий Н.П., Велесько С.Е., Ройш П. - Мн.: Интерпрессервис; Экоперспектива, 2014. – 84 с.

Кушнир А.С.
Научный руководитель: Кравченко В.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ РФ СО СТРАНАМИ АТЭС

Резюме. В данной статье проведен анализ динамики внешнеэкономических связей России со странами АТЭС, также была рассмотрена товарная структура внешней торговли и характер отношений между Россией и странами АТЭС.

Ключевые слова: АТЭС, внешняя торговля, экономическое сотрудничество, ВВП, товарная структура.

Актуальность. В настоящее время страны стремятся к внешнеэкономическому сотрудничеству, следовательно, интеграционные процессы носят глобальный характер, т.к. охватывают буквально все континенты и регионы мира. На мировой арене появляются новые игроки, заинтересованные в достижении национальных целей. Сегодня одним из главных партнеров РФ во внешнеэкономическом сотрудничестве и решении важных международных проблем являются страны АТЭС, с которыми переплетаются экономические, политические, военные и другие интересы России. Страны АТЭС являются стратегически важными для российской экономики, поскольку активное экономическое сотрудничество с ними, высокий уровень технологий в промышленной, транспортной и энергетической отраслях благоприятно сказываются на национальной экономике России и развитии международных отношений в целом.

Анализ последних исследований и публикаций. Данная тема освещена в научных трудах и теоретических разработках таких отечественных авторов: Кругляков В.М., Богутаров А.Д., Большаков С.И., Воскресенский А.Д., Ларина В.Л., Корсун В.А., Владимиров В.И., Михеев В.В., Гарусова Н.Л., Рудницкий А.Ю., Колдунова Е.В., Чуфрин Г.И., КОРТУНОВА С.В., ЖИЛЬЦОВ Т.В. Среди зарубежных авторов, следует выделить: К. Виксель, П. Розенштайн-Родан, Д. Уотерс и других. Помимо этого, тема освещена в интернет-источниках исследовательских организаций, международных статистических служб.

Цель исследования. Проанализировать состояние, динамику, структуру и специфику внешнеэкономических связей между Россией и странами АТЭС.

Результаты исследования. В настоящее время АТЭС играет важную роль в мировой системе. По итогам прошлого года 64% мирового ВВП приходилось на совместный ВВП экономик АТЭС, а доля экономик АТЭС в мировом товарообороте составила 48%. [4]

К росту вернулся импорт из стран Азиатско-Тихоокеанского региона, превысив уровень 2010 года уже в III квартале 2016 г. В январе — июле 2017 г. объем импорта из стран АТЭС был на 24,8% выше по сравнению с аналогичным периодом 2015 года, в то время как прирост товарного импорта из ЕС составил только 18,4%

Приведенные данные говорят о приоритетности экономического сотрудничества России с международной организацией, потому как участие РФ в АТЭС выгодно с точки зрения продвижения интересов национальной экономики, процессов либерализации торговли, проблем продовольственной безопасности и инновационного развития.

По итогам 2017 года положительное сальдо наблюдалось в торговле России со всеми группами стран, кроме АТЭС (-5,1 млрд. долл.). На уровне стран значительное отрицательное сальдо у России было в торговле с Китаем (-9,1 млрд. долл.), Францией (-3,8 млрд. долл.), США (-1,8 млрд. долл.), Индонезией (-1,7 млрд. долл.), Вьетнамом (-1,4 млрд. долл.), Таиландом (-1,2 млрд. долл.) и Бразилией (-1,17 млрд. долл.). [1]

Процессы внешней торговли России все больше смещаются в сторону АТЭС. В то время как доля стран ЕС в структуре внешнеторгового оборота России за 2013-2016 годы сократилась с 49,6% до 42,6%, доля стран АТЭС за этот период выросла с 24,8% до 29,8% (Табл.1)

Таблица 1

Внешнеторговый оборот Российской Федерации по группам стран ЕС, АТЭС, СНГ за 2013-2016гг.,% [4]

	2013	2014	2015	2016
Мир	100	100	100	100
ЕС	49,6	47,6	44,4	42,6
АТЭС	24,8	26,6	27,8	29,8
СНГ	13,4	12,2	12,5	12,0

В 2014 году падение экспорта в страны АТЭС началось позже, чем в другие регионы, и было не сильным. Кроме того, восстановление экспорта с I квартала 2016 г. в страны АТЭС происходило быстрее, чем в государства ЕС и СНГ. На период января — июля 2017 г. прирост экспорта России в долларовом выражении в АТЭС составил 33,1% в годовом выражении, тогда как в ЕС и СНГ экспорт вырос на 27,2% и 26,6% соответственно. [5]

Увеличивающаяся роль АТЭС на мировой арене обусловлена Китаем. На долю КНР в январе — июле 2017 г. пришлось 44,4% российского экспорта в страны АТЭС. Российские поставки в Китай за семь месяцев 2017 года выросли на 38,5% в годовом выражении. [2]

Анализируя экспортные операции стран АТЭС, можно отметить, что товарная структура экспорта государств региона кроме России в основном состоит из готовых изделий. РФ в большей мере специализируется на экспорте топливных ресурсов. На ее долю приходится 71% всего российского экспорта. [3] (Рис.1.)

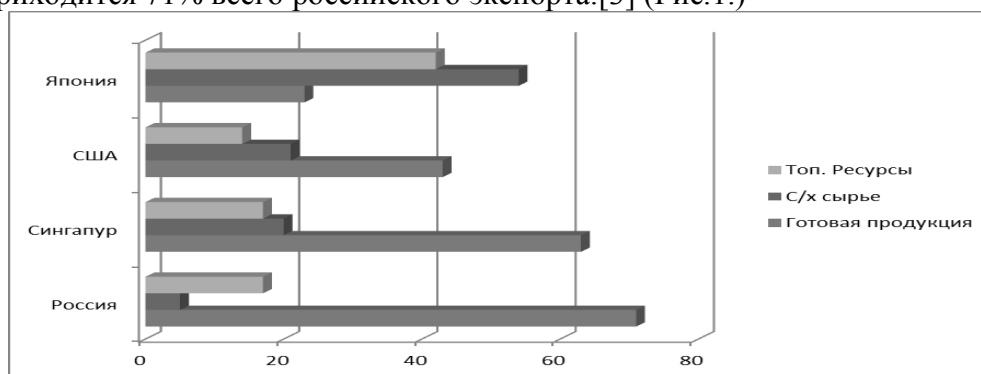


Рис.1. Товарная структура экспорта ведущих стран АТЭС за 2016г. [10]

Изучая динамику импорта членов АТЭС, можно заметить, что после периода замедления импортных операций в 2014-2016 гг. импорт стран организации стал увеличиваться. Благодаря росту импорта из стран АТЭС уже в мае 2017 г. совокупный объем ввозимых в Россию товаров в стоимостном выражении впервые после рецессии превысил уровень 2010 года. Среди стран АТЭС наибольшие объемы в импорте за 2017 г. приходятся на Китай (23,4%), Соединенные Штаты (5,9%), Японию и Южную Корею (по 3,4%). [3]

Ведущие страны АТЭС в 2016 году больше всего импортировали готовую продукцию. Значительная часть импорта топливных ресурсов приходилась на долю Японии и Сингапура. (Рис.2.)

В 2017 году товарная структура импорта государств-членов АТЭС включала: транспортные средства и оборудование – 62%, товары химической отрасли – 10,5%, продовольственную продукцию и сельскохозяйственные товары – 7%, текстиль – 6%, металлические изделия – 6,2% [6]

По данным Минэкономразвития, за период января-марта 2017г. товарооборот РФ со странами АТЭС по сравнению с аналогичным периодом прошлого года увеличился на 31%. [3]

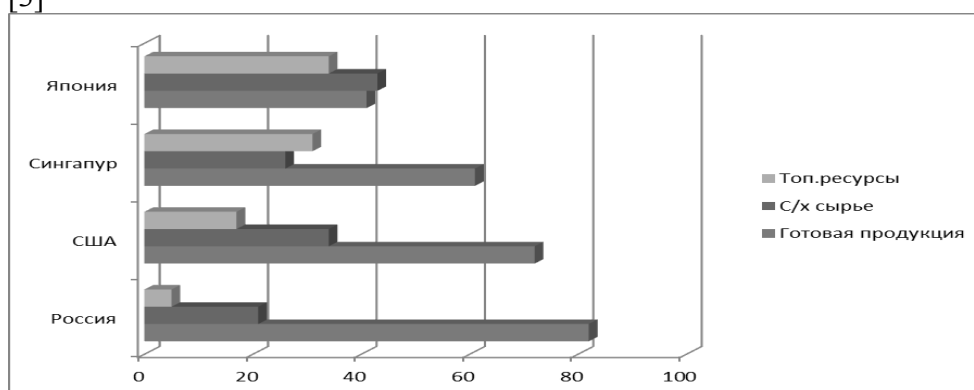


Рис.2. Товарная структура импорта стран АТЭС за 2016г. [2]

Таким образом, изучив внешнеэкономическую деятельность России со странами АТЭС, можно сделать вывод, что их торгово-экономические отношения имеют положительную динамику – с 2013г. по 2017г. внешнеторговый оборот России с государствами международной организации увеличился, что говорит о перспективном развитии их экономического сотрудничества.

В связи с масштабными изменениями геополитической и геоэкономической ситуации в мире в последнее десятилетие Россия следует в направлении укрепления, углубления и перспективного развития экономического сотрудничества со странами АТЭС, активно наращивая потенциал своего участия в международных отношениях с ними. Для практического подтверждения протекающих процессов автором на основе данных таблицы 2 был рассчитана динамика экспорта России со странами АТЭС и сделан прогноз динамики экспорта на 2018-2019гг., результаты которого отображены на рисунке 3.

Таблица 2

Экспорт России со странами АТЭС за 2007-2017гг., [6]

Годы	Млрд. долл.
2007	30203
2008	32720
2009	41689
2010	51708
2011	68636
2012	45149
2013	59039
2014	78682
2015	83656
2016	78125
2017	68834



Рис.3. Прогноз динамики экспорта России со странами АТЭС на 2018-2019 гг., млн. долл. США

Таким образом, исходя из сделанного прогноза, который отображен на рисунке 3 можно сделать вывод о том, что динамика показателей экспорта России со странами АТЭС в 2018 году повысится до 191325,40 млрд.долл. по сравнению с 2017 годом, и в 2019 году возрастет до 191336,37 по сравнению с 2018 годом.

Выводы. В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что внешнеэкономическое сотрудничество России со странами АТЭС отвечает стратегическим интересам страны, поскольку обеспечивает благоприятные внешние условия для развития отечественной экономики и повышения уровня жизни населения. Кроме того, членство в АТЭС создает условия для решения спорных вопросов и выявления общих интересов с другими государствами в экономике. Это способствует решению экономических задач, определяемых национальными приоритетами России, и позволяет выстроить новую систему партнерских отношений со странами АТЭС. Рассматривая динамику внешнеторгового оборота РФ по группам стран с 2013 года по 2016 видно, что доля стран АТЭС за этот период выросла с 24,8% до 29,8%.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Габуев А. В преддверии саммита АТЭС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru>
2. Сабельников Л. Участие России в АТЭС: преимущества, состояние, перспективы // Центр изучения международных отношений в Азиатско-Тихоокеанском регионе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.apircenter.org>
3. Россия в АТЭС. Российский центр исследования АТЭС // РАНХиГС при президенте РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://apec-center.ru/>
4. Саламатов В.Ю. Мегарегиональные торговые соглашения // Мировая экономика и международные отношения. 2016. № 9. С. 17-27.
5. Яковлев П.П. Трансатлантическое партнерство: контекст, значение, проблемные аспекты // Перспективы. Электронный журнал. 2016. № 4. С. 25-40.
6. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ved.gov.ru>

УДК 339 9:331

Леонова Ю.А.

*Научный руководитель: Кравченко В.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО РЫНКА

Резюме. В данном исследовании рассмотрен современный мировой энергетический рынок. Выделены дальнейшие тенденции, которые будут доминировать на мировом энергетическом рынке.

Ключевые слова: энергетический рынок, энергетика, возобновляемые источники энергии.

Вступление. В последнее время мировая энергетика переживает беспрецедентные изменения: трансформация энергетических рынков, появление признаков наступления нового цикла в развитии альтернативной энергетики. Катализатором роста мирового энергетического рынка служит стремительное увеличение потребления электроэнергии в развивающихся странах. Происходящие изменения могут повлиять на мировой энергетический рынок, при резких изменениях конъюнктуры внешних рынков странам предстоит значительно корректировать стратегию развития в области энергетики.

Цель данного исследования изучение теоретических основ и разработка практических тенденций в контексте развития мирового энергетического рынка.

Объектом исследования является современный мировой энергетический рынок.

Основная часть. Участникам энергетического рынка следует готовиться к увеличению объема спроса. Для того чтобы энергетическим компаниям достигнуть наилучших показателей в бизнесе в новых рыночных условиях можно выделить несколько тенденций, которые будут доминировать на мировом энергетическом рынке до 2020 года (рис.1) [4].

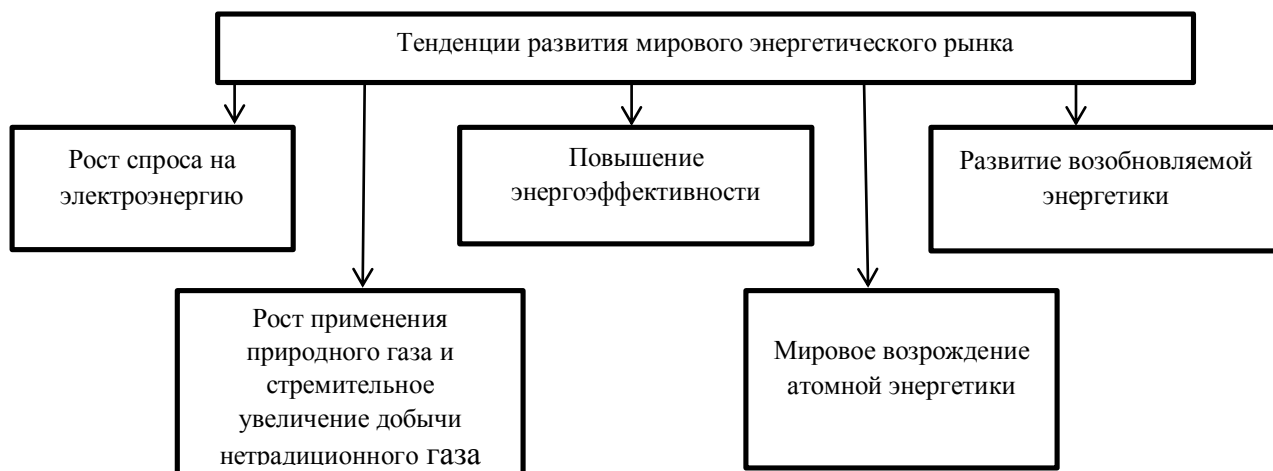


Рис. 1. Тенденции развития мирового энергетического рынка

Первая тенденция - рост спроса на электроэнергию.

Потребление электроэнергии в глобальном масштабе увеличивается быстрее, чем другие энергоносители, благодаря электрификации использования энергии. Азия ответственна за большую часть увеличения потребления электроэнергии в мире в 2017 году. Как и в 2016 году, рост потребления электричества в Китае, как следствие восстановления промышленности и вопреки резкому повышению энергоэффективности, способствовал увеличению мирового потребления электроэнергии наполовину. Спрос на электроэнергию также вырос в Японии (впервые с 2013 года), в Индии, Индонезии и Южной Корее. (рис. 2)[3]

Потребление электроэнергии в Соединенных Штатах, которое в связи с повышением энергоэффективности в целом оставалось стабильным с 2011 года, сокращается второй год подряд, тогда как в Канаде оно растет. Он остался стабильным в Европейском союзе (рост в Италии, Польше, Германии и Испании, снижение в Великобритании) и вырос в Турции. Потребление электроэнергии также значительно выросло в Иране и Египте. [4]

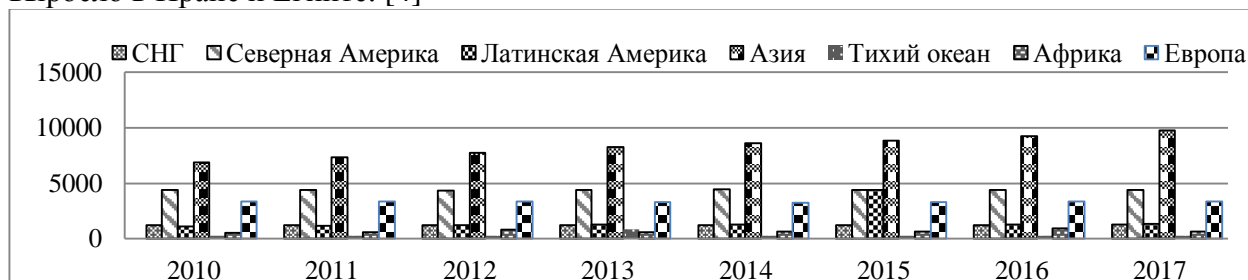


Рис 2. Рост спроса на электроэнергию за 2010-2017 гг. [4]

Среднегодовые темпы роста численности населения мира в 1991-2010 гг. прогнозируются на уровне 1,4 %. Наиболее высокие темпы среднегодового роста численности населения предполагаются в Африке - 2,8 % и на Ближнем Востоке - 2,4 %. Все остальные регионы находятся на отметке ниже 1,4 %. Развитые страны обеспечивают прирост населения в размере 0,4 %.

Среднегодовые темпы экономического роста в мире (1991—2001 гг.) оцениваются от 2,3 % до 3,3 %. Наивысшие среднегодовые темпы экономического роста ожидаются в Китае - 6,2 %, в Восточной Азии - 5 %, в Южной Азии - 4 %.[4]

На 2020 г. прирост потребления первичных энергетических ресурсов составит 6,6 млрд т у.т. В итоге получается 18,5 млрд т у.т, из них 2/3 потребления относится к развивающимся странам, в том числе 1/5 к Китаю. Наиболее низкие потребности в первичных энергетических ресурсах прогнозируются для региона, включающего страны Центральной и Восточной Европы, Восточной России и стран СНГ. На основе данных Международного энергетического агентства можно рассчитать темп роста мирового производства энергоресурсов по формуле (1):

$$Tr = \frac{Пнп}{Пкн} \quad (1)$$

где, Tr- темп роста; Пнп - показатель начала периода; Пкн - показатель конца периода.

Почти все опубликованные прогнозы учитывают тот факт, что темпы роста производства и потребления энергии в мире будут опережающими по сравнению с темпами роста первичных ресурсов, т.е. с каждым годом все большее количество добываемых ресурсов будет перерабатываться в энергию.

В соответствии с наиболее вероятным прогнозом мировая потребность в электроэнергии на уровне 2020 г. оценивается в 23 трлн кВт. (Таблица 1)

Таблица 1

Годы	1950	1970	1975	1980	2000	2020
Мировое производство	990	5035	6500	8400	23000	35000
Темпы роста:						
За период, %	—	510	130	130	270	50
Среднегодовые	—	51	26	26	13,5	11

За период 2019 - 2030 гг. количество потребляемой энергии возрастет на 44%, согласно прогнозам Энергетического информационного агентства США. По оценкам экспертов Frost & Sullivan, Европе с ее устаревающими генерирующими мощностями ежегодно вплоть до 2020 года потребуются вводить в эксплуатацию примерно 25 ГВт дополнительной мощности. Спрос на электроэнергию в Африке, Китае и Индии будет повышаться по мере электрификации сельских районов. Способствуя расширению сегмента электромобилей и гибридных автомобилей, развитые страны также будут вносить существенный вклад в увеличение мирового спроса на электроэнергию. К 2020 году уровень электрификации в мире достигнет 80%. [4,2]

Вторая тенденция - рост применения природного газа и стремительное увеличение добычи нетрадиционного газа.

Глобальный спрос на газ, который растет с 2014 года, ускорил свой рост в 2017 году, чему способствовала Азия, на которую пришлось 1/3 спроса. Китай стал крупнейшим вкладчиком в увеличение потребления газа, что соответствует его политики замещения угля на газ. Экономический рост также помог увеличить спрос на газ в Индии, Японии и Южной Корее (низкая ядерная доступность для последних двух стран). Экономический подъем и более высокие потребности в отоплении привели к росту спроса на российский газ, на долю которого пришлось почти 1/4 спроса во всем мире. Потребление газа также продолжило стабильно расти на Ближнем Востоке, особенно в Иране и Саудовской Аравии, а также в Африке, главным образом в Египте (из-за роста внутреннего производства) и в Нигерии.

Улучшение экономических условий и снижение доступности ядерной и гидроэнергетики в Европе способствовали повышению потребления газа, особенно в

Германии и на юге Европы (Турция, Италия, Испания и Португалия). В Соединенном Королевстве оно снизилось из-за более мягкой температуры и жесткой конкуренции возобновляемых источников энергии в электропенетрации [1,3].

Потребление газа впервые за семь лет сократилось в США, причинами послужили снижение спроса на электроэнергию, конкуренцию возобновляемых источников и относительно высокой гидрогенерации. В Канаде потребление газа выросло.

Третья тенденция - развитие возобновляемой энергетики.

Доля возобновляемых источников энергии (включая гидроэнергетику) в рамках глобальной системы производства электроэнергии, которая в свою очередь быстро растет с конца 2000-х годов, выросла почти на 1 процентный пункт в 2017 году достигнув почти 25%. Ветряная и солнечная энергии набирают обороты, чему способствует амбициозная климатическая политика в Европейском союзе, США, Китае, Индии, Японии и Австралии, а также резкое падение стоимости на строительство солнечной и ветровой установок, что позволило развивающимся странам расширить их возобновляемые мощности. Солнечные станции отвечают за 20% дополнительной выработки электроэнергии в 2017 году, а ветряные - за 30%. Возобновляемые источники энергии теперь покрывают 1/3 энергетической микса в Европе, 1/4 в Китае и 1/6 в Соединенных Штатах, Индии и Японии.

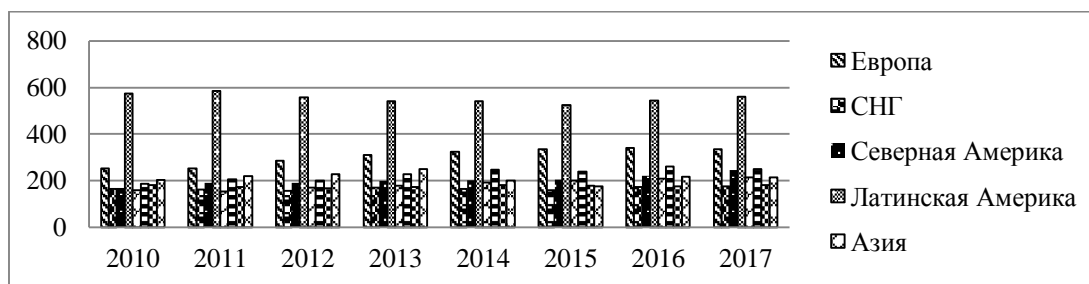


Рис 3. Рост возобновляемой энергетики 2010-2017 гг. [4]

В Европейском союзе доля возобновляемых источников энергии осталась стабильной в 2017 году, поскольку значительное увеличение производства возобновляемой энергии в Германии и Великобритании было компенсировано неблагоприятными гидравлическими условиями в южной Европе (Франции, Италии, Испании). [4]

Евросоюз планирует, что в 2020 году на долю возобновляемых источников энергии будет приходиться 20% всех объемов генерации; целью США является 10-20% производства из возобновляемых энергетических источников, тогда как Китай рассчитывает в 2020 году получать из возобновляемых источников 100 ГВт энергии. Эти усилия в сочетании с развитием технологий в конце концов приведут к достижению сетевого паритета: под ним понимается такой момент, когда стоимость производства электроэнергии на основе органического топлива равна или уступает стоимости производства электроэнергии из возобновляемых источников. Вероятнее всего, это явление впервые появится в тех странах, значительная доля энергобаланса которых приходится на возобновляемые источники энергии. Вместе с тем, страны, экономика которых опирается главным образом на органическое топливо, достигнут паритета значительно позже. [4]

Четвертая тенденция - повышение энергоэффективности.

Энергоэффективность - эффективное (рациональное) использование энергетических ресурсов. Использование меньшего количества энергии для обеспечения того же уровня энергетического обеспечения зданий или технологических процессов на производстве. Достижение экономически оправданной эффективности использования

ТЭР при существующем уровне развития техники и технологии и соблюдении требований к охране окружающей среды.

Большинство развитых стран активно разрабатывает и внедряет решения для повышения энергоэффективности бытовых электроприборов, устанавливая контроль над их минимальной энерго-производительностью и вводя соответствующие операционные стандарты для все большего количества бытовых приборов. Технологии, направленные на снижение объемов потребляемого топлива и сокращение выброса углекислого газа, такие как энергоконтроль, зеленые здания и чистый транспорт, окажутся ключевыми технологическими средствами, способствующими повышению энергоэффективности и снижению объемов выброса CO₂. [2]

Пятая тенденция - мировое возрождение атомной энергетики, во главе которой стоят, в первую очередь Китай, Индия и Россия.

Атомная энергетика - одна из наиболее рентабельных технологий, способных удовлетворить постоянно растущий спрос на электроэнергию, которая также вносит огромный вклад в достижение энергетической независимости и безопасности поставок. Во всей производственной цепочке в рамках ядерной энергетики увеличивается число партнерств и договоров о сотрудничестве, что помогает идти в ногу с высоким мировым спросом.

В **заключении** стоит отметить, для того чтобы страна являлась лидером в производстве электроэнергии, ей нужно развивать альтернативную энергетику, искать новые месторождения для добычи природного газа и добычи нетрадиционного газа, так же стоит обратить внимание на доминирующие тенденции на мировом энергетическом рынке. Все эти тенденции позволят в перспективе значительно сократить расходы на энергетику – с одной стороны, и улучшить показатели качества жизни населения - с другой, так же позволит сохранить свои позиции на мировом энергетическом рынке, а в перспективе и занять лидирующие позиции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Иванов А.С. Современные тенденции на мировом энергетическом рынке и повышение эффективности российского экспорта энергоресурсов // Российская экономика: пути повышения конкурентоспособности. Коллективная монография. Под общей редакцией проф. А.В. Холопова. (МГИМО-ВР). М.: Журналист. 2015. С. 476 - 481.
2. Кризис 2010-х гг. и новая энергетическая цивилизация. /Под ред. В.В.Бушуева, М.Н. Муханова. - М.: ИД «Энергия», 2013. - 272 с.
3. Матвеев И., Иванов А. Мировая энергетика на рубеже второго десятилетия нынешнего века // Energy Fresh. 2011. Сентябрь. С. 37 - 48.
4. Международное энергетическое агентство (МЭА; англ. InternationalEnergyAgency, IEA) - автономный международный орган в рамках Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР).

УДК 336.2; 657.42

Логинова А.С.
Научный руководитель: Бычкова О.В., к.э.н, доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПАО «ГАЗПРОМ»

Резюме. Статья посвящена обоснованию необходимости проведения регулярной оценки банкротства, которое в свою очередь может послужить причиной ликвидации даже крупного предприятия. На

сегодняшний день, мировое сообщество вводит санкции против Российской Федерации, что негативно сказывается на всех отраслях, включая нефте- и газодобывающую отрасли. В таких условиях, под ударом банкротства могут оказаться даже такие крупные предприятия как ПАО «Газпром».

Ключевые слова: банкротство, финансовая устойчивость, финансовое состояние, интегральные показатели.

Постановка проблемы. В теории и практике анализа финансового состояния хозяйствующего субъекта система показателей, получаемых при расчетах, используется очень широко: для определения текущей финансовой ситуации в различных ее аспектах, с целью прогнозирования вероятности наступления банкротства и определения основных моментов в финансовой деятельности, способствующих увеличению вероятностного показателя, выработки направлений совершенствования хозяйственной деятельности не только в направлении основного рода деятельности, но, вместе с этим, инвестиционных и финансовых операций на рынке. Внедрение в практику применения интегральной оценки позволит получить полную, достоверную и объективную картину о финансово-хозяйственной деятельности для любого предприятия, исключая дифференциацию последних с учетом отраслевой принадлежности.

Наиболее распространенным на практике ввиду доступности использования является подход, позволяющий оценить финансовое состояние при помощи многофакторной модели, рассчитанной на основе нескольких показателей финансового анализа. Как правило, таким подходом является уровень вероятности банкротства, который свидетельствует о потенциале развития предприятия и уровне финансового риска инвестиционных вложений.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию оценки вероятности банкротства на предприятии посвящены научные труды таких учёных-экономистов, как: Баканов М.И., Штейкина М.В., Крюкова А.Ф. Афанасьева А.Н., Ефимова Н.Ф., Кован С.Е., Зинченко Я.В. и др.

Целью статьи является проведение оценки вероятности банкротства при помощи интегральных показателей на примере ПАО «Газпром» для дальнейшего мониторинга финансовой устойчивости предприятия.

Основная часть. Вероятность банкротства — одна из оценочных характеристик текущего финансового состояния и перспектив предприятия, позволяющая определить относится ли данное предприятие к потенциальным банкротам, либо нет [1, с.13]. Поэтому методы прогнозирования банкротства используются как в финансовом, так и в стратегическом анализе.

Этот этап финансового анализа является обязательным при обнаружении негативных изменений финансового состояния — снижении ликвидности, финансовой устойчивости и эффективности.

Первые модели предсказания банкротства были разработаны в 60-х годах XX века. Среди них наиболее известными являются Z-счет Альтмана (США), коэффициент Таффлера (Великобритания), А-счет Аргенти.

Z-счет Альтмана представляет собой функцию от нескольких показателей, которые характеризуют экономический потенциал предприятия и результаты его деятельности за прошедший период.

В общем виде Z-счет Альтмана определяется по формуле:

$$Z = 1,2x_1 + 1,4x_2 + 3,3x_3 + 0,6x_4 + x_5 \quad (1)$$

Таблица 1

Значение показателей X_i для модели Альтмана [4, с.19]

Коэффициент	Формула расчета	Расчет по РСБУ
X_1	$X_1 = \frac{\text{Оборотный капитал}}{\text{Активы}}$	$\frac{\text{стр. 1200} - \text{стр. 1500}}{\text{стр. 1600}}$
X_2	$X_2 = \frac{\text{Нераспределенная прибыль}}{\text{Активы}}$	$\frac{\text{стр. 2400}}{\text{стр. 1600}}$
X_3	$X_3 = \frac{\text{Операционная прибыль}}{\text{Активы}}$	$\frac{\text{стр. 2300}}{\text{стр. 1600}}$
X_4	$X_4 = \frac{\text{Рыночная стоимость акций}}{\text{Обязательства}}$	$\frac{\text{Рыночная стоимость акций}}{\text{стр. 1400} + \text{стр. 1500}}$
X_5	$X_5 = \frac{\text{Выручка}}{\text{Активы}}$	$\frac{\text{стр. 2110}}{\text{стр. 1600}}$

Значение коэффициента Z в модели Альтмана:

- менее 1,2 – очень высокая вероятность банкротства;
- от 1,21 до 2,04 – высокая/средняя вероятность банкротства;
- от 2,5 до 2,9 – средняя/возможная вероятность банкротства;
- более 2,9 – низкая/очень низкая вероятность банкротства.

Применим данную модель вероятности банкротства к ПАО «Газпром».

2015 г.:

$$Z = 1,2 \times 0,15 + 1,4 \times 0,02 + 3,3 \times 0,02 + 0,6 \times 0,98 + 0,33 = 1,19$$

2016 г.:

$$Z = 1,2 \times 0,16 + 1,4 \times 0,03 + 3,3 \times 0,03 + 0,6 \times 0,88 + 0,33 = 1,21$$

2017 г.:

$$Z = 1,2 \times 0,11 + 1,4 \times 0,03 + 3,3 \times 0,5 + 0,6 \times 1,06 + 0,28 = 1,25$$

Вышеприведенные расчёты, показывают, что в 2015 году у ПАО «Газпром» наблюдалась очень высокая вероятность банкротства. В 2016-2017 годах вероятность банкротства стала высокой.

Проведя оценку вероятности банкротства посредством коэффициента Альтмана следует учесть, что в зарубежных странах и в России существуют разные критерии признания предприятий банкротами. Соответственно, использование коэффициента для отечественных предприятий ограничивается прогнозированием негативных тенденций платежеспособности и финансового состояния, а прогнозирование банкротства из-за законодательной неурегулированности этого процесса остается проблематичным.

Одним из аналогов традиционной модели Альтмана, адаптированной к условиям переходной экономики, является R-модель, предложенная российскими учеными и разработанная на основе данных российских компаний.

Модель R имеет вид:

$$R = 8,38k_1 + k_2 + 0,054k_3 + 0,63k_4 \quad (2)$$

Таблица 2

Значение показателей k_i для R-модели [4, с.23]

Коэффициент	Формула расчета	Расчет по РСБУ
k_1	$k_1 = \frac{\text{Оборотный капитал}}{\text{Активы}}$	$\frac{\text{стр. 1200} - \text{стр. 1500}}{\text{стр. 1600}}$
k_2	$k_2 = \frac{\text{Нераспределенная прибыль}}{\text{Собственный капитал}}$	$\frac{\text{стр. 2400}}{\text{стр. 1600}}$
k_3	$k_3 = \frac{\text{Выручка}}{\text{Активы}}$	$\frac{\text{стр. 2110}}{\text{стр. 1600}}$

k_4	$k_4 = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Себестоимость продаж}}$	$\frac{\text{стр. 2400}}{\text{стр. 2120}}$
-------	---	---

Значение коэффициента R в R-модели:

- Если $R < 0$, риск банкротства максимальный (90-100%).
- Если $0 < R < 0,18$, риск банкротства высокий (60-80%).
- Если $0,18 < R < 0,32$, риск банкротства средний (35-50%).
- Если $0,32 < R < 0,42$, риск банкротства низкий (15-20%).
- Если $R > 0,42$, риск банкротства минимальный (до 10%).

Как видно из модели, максимальным уровнем вероятности банкротства характеризуются предприятия, которые не имеют собственного оборотного капитала или получают чистые убытки по результатам деятельности, что придает интегральной оценке R негативное значение.

Описательной характеристикой, противоположной вероятности банкротства, является уровень кредитоспособности или устойчивости финансового состояния. На основе приведенной выше модели, можно определить уровень устойчивости финансового состояния, который является более наглядным для оценки (таблица 3).

Таким образом, чем выше показатель R, тем более устойчивым является финансовое состояние предприятия.

Таблица 3

Оценка устойчивости финансового состояния при помощи R-модели [4, с.25]

Значение R	Вероятность банкротства	Устойчивость финансового состояния
Меньше 0	Максимальная (90–100 %)	Отсутствует
0–0,18	Высокая (60–80 %)	Низкая
0,18–0,32	Средняя (35–50 %)	Средняя
0,32–0,42	Низкая (15–20 %)	Высокая
Больше 0,42	Минимальная (до 10 %)	Очень высокая

Применим данную модель вероятности банкротства к ПАО «Газпром».

$$2015 \text{ г.: } R = 8,38 * 0,15 + 0,02 + 0,054 * 0,33 + 0,63 * (-0,09) = 1,25$$

$$2016 \text{ г.: } R = 8,38 * 0,16 + 0,03 + 0,054 * 0,33 + 0,63 * (-0,18) = 1,30$$

$$2017 \text{ г.: } R = 8,38 * 0,11 + 0,03 + 0,054 * 0,28 + 0,63 * (-0,18) = 0,86$$

Как показывает данный анализ вероятности банкротства, в 2015-2017 годах коэффициент R превышал значение 0,42, это говорит о том, что ПАО «Газпром» имеет минимальный риск банкротства и очень высокую устойчивость финансового состояния.

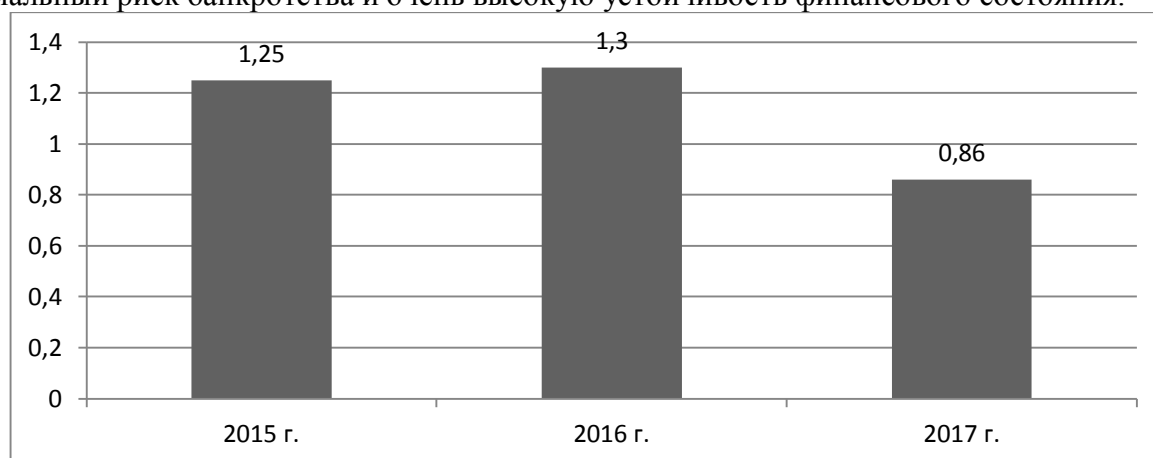


Рис. 1. Динамика вероятности банкротства ПАО «Газпром» за 2015-2017 гг.

Исходя из данной динамики, можно увидеть, что ПАО «Газпром» имеет тенденцию к снижению показателя вероятности банкротства, но не имеет риска стать предприятием-банкротом.

Выводы: Определение вероятности банкротства имеет большое значение для оценки состояния самого предприятия (возможность своевременной нормализации финансовой ситуации, принятие мер для восстановления платежеспособности), и при выборе контрагентов (оценка платежеспособности и надежности контрагента). Исходя из проведенной с помощью R-модели оценки вероятности банкротства, можно увидеть, что ПАО «Газпром» имеет минимальный риск банкротства и очень высокую устойчивость финансового состояния. В целом, учитывая ситуацию на отраслевом мировом рынке, данному предприятию также нужно регулярно проводить оценку вероятности банкротства и своевременно принимать меры предосторожности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Афанасьева, А.Н., Ефимова, Н.Ф. Применение моделей оценки степени банкротства предприятий / А.Н. Афанасьева, Н.Ф. Ефимова // Синергия Наук. 2017. № 8. С. 129-139.
2. Бехтина, О.Е. Современные проблемы прогнозирования банкротства предприятий / О.Е. Бехтина // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2017. Т. 1. № 1. С. 75-81.
3. Зинченко, Я.В., Орехова, Л.Л. Причины банкротства предприятий в РФ / Я.В. Зинченко, Л.Л. Орехова / Молодой исследователь Дон. 2017. № 1 (4). С. 110-114.
4. Мазурова, И.И., Белозерова, Н.П., Леонова, Т.М., Подшивалова М.М. Методы оценки вероятности банкротства предприятия: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2017. – С. 39.
5. ПАО Газпром [Электронный ресурс] / Годовая бухгалтерская (финансовая) отчетность ПАО «Газпром» за 2016 г. – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/f/posts/36/607118/gazprom-accounting-report-2016.pdf> – 82 с.
6. ПАО Газпром [Электронный ресурс] / Годовая бухгалтерская (финансовая) отчетность ПАО «Газпром» за 2017 г. – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/f/posts/26/228235/gazprom-accounting-report-2017.pdf> – 82 с.

УДК 336.14:351

Лукашек В.Г.
Научный руководитель: Хромов Н.И., д.э.н., профессор
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

БЮДЖЕТНЫЙ ПРОЦЕСС В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Резюме. В данном исследовании изучен бюджетный процесс в системе государственного управления, его основные черты, этапы, критерии эффективности бюджетных расходов, динамика расходов и доходов федерального бюджета, выявлены приоритетные отрасли при распределении бюджета.

Ключевые слова: бюджет, бюджетный процесс, расход, доход, эффективность.

Вступление. Важнейшим звеном любой национальной экономики, является ответственное и эффективное управление общественными финансами, что в свою очередь обеспечивает благоприятные условия развития и оптимизации благосостоянии страны.

Эффективная бюджетная система ориентирована на стимулирование экономического роста, обеспечение воспроизводственных процессов в экономике страны, ликвидации социальных диспропорций. Гарантия устойчивости бюджетной системы требует оптимизации эффективности расходов бюджетных ассигнований. Повышение

эффективности расходов государственного бюджета связано с осуществлением преобразований в области бюджетного процесса.

Бюджетный процесс — это регламентированная деятельность по составлению проектов бюджетов, их рассмотрению и утверждению, исполнению бюджетов и осуществлению бюджетного учета, составлению, внешней проверки, рассмотрению и утверждению бюджетной отчетности, а также осуществлению бюджетного контроля на всех стадиях бюджетного процесса [1].

И.И. Полин трактует следующее понимание данному термину: «Бюджетный процесс в широком смысле не ограничивается деятельностью только государственно-властных органов, но и включает также деятельность налогоплательщиков, деятельность предприятий, учреждений, организаций в части расходования ими денежных средств, выделенных из бюджетных фондов согласно утвержденному бюджетному плану» [3].

Задачами и целями бюджетного процесса являются: организация формирования, распределения и использования бюджета; эффективное распределение бюджетных ресурсов между различными субъектами в целях обеспечения функционирования государства; контроль за движением бюджетных средств от момента их формирования до момента использования; исключение нецелевого использования средств и др. [2].

Системный подход к исследованию бюджетного процесса, бюджетной политики и государственного финансового контроля применили в своих трудах: С.А. Агапцов, Г.А. Анисимова, А.А. Астахов, А.А. Ахполов, Е.Н. Бережная, В.В. Бурцев, Э.А. Вознесенский, Ю.М. Воронин, Е.Ю. Грачева, В.С. Джатиев, А.Ф. Дубиков, Т.В. Каковкина, Д.А. Кочерин, Ю.А. Крохина, И.А. Ланчинский, Д.В. Никольский, С.П. Опенышев, В.Г. Пансков, А.А. Пискунов, С.Н. Рябухин, С.П. Сазонов, Ж.М. Саркисян, А.Н. Семиколеных, С.В. Степашин, Е.С. Суконников, В.Б. Христенко и др. Труды этих ученых стали стимулом к более глубокому исследованию механизмов бюджетного процесса.

Современное состояние и эффективность бюджетного процесса является малоисследованной проблемой и основные постулаты начали разрабатываться в трудах В.М. Родионовой, М.В. Романовского, Г.Б. Поляка, Б.Г. Преображенского, В.И. Шлейникова.

Целью моей работы является рассмотрение сущности бюджетного процесса, его стадии, основные проблемы, сравнение доходов и расходов федерального бюджета за прошедшие годы.

Основная часть. Выделяют следующие стадии бюджетного процесса:

- 1) разработка проекта бюджета;
- 2) рассмотрение и утверждение проекта бюджета;
- 3) исполнение бюджета;
- 4) рассмотрение и утверждение отчета об исполнении бюджета.

Данные стадии бюджетного процесса носят циклический, повторяющийся характер и последовательно сменяют друг друга. Завершение и выполнение одной стадии является условием и началом другой стадии бюджетного процесса.

Одной из важнейших проблем бюджетного процесса является неэффективное распределение бюджетных средств. Эффективность расходов государственного бюджета характеризует качество государственного управления и является одним из ключевых условий обеспечения социального благополучия и экономического развития государства.

Е.В. Шипилова выделяет основные критерии эффективности бюджетных расходов:

- 1) сведение к минимуму низкоэффективных расходов бюджета, в первую очередь тех, которые не в полной мере обеспечены бюджетными обязательствами, а значит, эффективность их отдачи будет незначительна;

2) уменьшение числа целевых программ и выплат в пользу перераспределения бюджетных ресурсов по направлениям наибольшей социальной и региональной значимости;

3) строгое применение всеми бюджетными учреждениями механизма конкурсного отбора поставщиков товаров и услуг при государственных закупках и заказах;

4) максимальный контроль и прозрачность процедур продажи государственной собственности и сдачи ее в аренду;

5) анализ представленных получателями бюджетных средств смет расходов на очередной финансовый год в целях выявления завышенных статей расходов и своевременное их перераспределение по иным получателям [5].

Для более детального понимания бюджетного процесса рассмотрим динамику доходов и расходов федерального бюджета Российской Федерации за период с 2014 по 2017гг.

Динамика доходов федерального бюджета Российской Федерации представлена в табл. 1.

Таблица 1

Динамика доходов бюджета Российской Федерации [4]

Критерий	2014	2015	2016	2017
Доходы всего	14496,9	13695,2	13738,5	13488
Нефтегазовые доходы	7433,8 (51,28%)	5862,7 (42,81%)	3661 (26,65%)	5050 (37,44%)
Не нефтегазовые доходы:	7063,1 (48,72%)	7 796,2 (56,93%)	8 964 (65,25%)	7 875 (58,39%)
Связанные с внутренним производством	3 113,6 (21,48%)	3 467,6 (25,32%)	2 567 (18,68%)	2 839 (21,05%)
НДС (внутренний)	2 181,4 (15,05%)	2 448,3 (17,88%)	4 409 (32,10%)	4895 (36,29%)
Акцизы	520,8 (3,59%)	527,9 (3,85%)	582 (4,24%)	872 (6,47%)
Налог на прибыль	411,3 (2,84%)	491,4 (3,59%)	426 (3,10%)	600 (4,45%)
Связанные с импортом	2 474,3 (17,07%)	2 404,4 (17,56%)	2 383 (17,35%)	2 425 (17,98%)
НДС на ввозимые товары	1 750,2 (12,07%)	1 785,2 (13,04%)	1 760 (12,81%)	1 715 (12,72%)
Акцизы на ввозимые товары	71,6 (0,49%)	54,0 (0,39%)	57 (0,41%)	62 (0,46%)
Ввозные пошлины	652,5 (4,5%)	565,2 (4,13%)	627 (4,56%)	526 (3,90%)
Прочие	1 475,2 (10,18%)	1 924,6 (14,05%)	1507 (10,97%)	701 (5,20%)

Динамика основных параметров бюджетной системы РФ характеризуется постепенным снижением доли доходов федерального бюджета по отношению к ВВП. Как видно из анализа представленных данных (табл. 1), на протяжении четырех лет наблюдается тенденция к умеренному росту дефицита государственного бюджета. Такая ситуация вполне объяснима в условиях экономических антироссийских санкций и это, в действительности, можно назвать значительным успехом в экономической политике Правительства РФ, так как экономические потери и рост дефицита государственного бюджета мог бы быть значительно больше в связи с падением ВВП и объемов внешней торговли с западными странами, снижения их инвестиционной активности. Помимо прочего, наблюдается тенденция к росту доли не нефтегазовых доходов, которая в последние годы превысила долю нефтегазовых. Такие структурные изменения свидетельствуют о том, что экономическая политика государства направлена на развитие производственной сферы экономики, а также сферы услуг, и за счет этого — уменьшения зависимости национальной экономики от колебаний цен на нефть. Большую долю

расходной части бюджета составляют расходы на социальную политику и оборону страны (табл. 2).

Таблица 2

Динамика расходов бюджета Российской Федерации [4]

Критерий	2014	2015	2016	2017
Расходы всего	14 831,60	15 620,30	16 098,7	16 241
Общегосударственные вопросы	935,7 (6,31%)	1 117,6 (7,15%)	1 961 (12,81%)	1 141 (7,03%)
Национальная оборона	2 479,1 (16,71%)	3 181,4 (20,37%)	3 145 (19,54%)	1 021 (6,29%)
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	2 086,2 (14,07%)	1 965,6 (12,58%)	1 314 (8,16%)	1 141 (7,03%)
Национальная экономика	3 062,9 (20,65%)	2 324,2 (14,88%)	2 558 (15,89%)	2 069 (12,74%)
ЖКХ	119,6 (0,81%)	144,1 (0,92%)	61 (0,38%)	79 (0,49%)
Охрана окружающей среды	46,4 (0,31%)	49,7 (0,32%)	59 (0,37%)	70 (0,43%)
Образование	638,3 (4,30%)	610,6 (3,91%)	564 (3,50%)	595 (3,66%)
Культура, кинематография	97,8 (0,66%)	89,9 (0,58%)	97 (0,60%)	99 (0,61%)
Здравоохранение	535,5 (3,61%)	516,0 (3,30%)	479 (2,98%)	378 (2,33%)
Социальная политика	3 452,4 (23,28%)	4 265,3 (27,31%)	4 448 (27,62%)	5 092 (31,35%)
Физическая культура и спорт	71,2 (0,48%)	73,0 (0,47%)	72 (0,45%)	90 (0,55%)
СМИ	74,8 (0,50%)	82,1 (0,53%)	80,3 (0,50%)	77 (0,47%)
Обслуживание государственного и муниципального долга	415,6 (2,80%)	518,7 (3,32%)	645 (4,01%)	728 (4,48%)
Межбюджетные трансферты общего характера бюджетам бюджетной системы РФ	816,1 (5,50%)	682,0 (4,37%)	668 (4,15%)	757 (4,66%)

Существенно малые доли бюджета расходуются на здравоохранение и образование. Одним из основных источников финансирования дефицита бюджета станет Фонд национального благосостояния. Его объем, согласно прогнозу на начало года, составит в 2018 г. — 4,190 трлн. руб., в 2019 г. — 3,102 трлн. руб. Также предусматривается выделение отдельного вида дотаций регионам для обеспечения сбалансированности бюджета (Федеральный бюджет России на 2017 год). Необходимо отметить, что основной рост расходов наблюдается в социальной сфере, указывая на то, что государство действительно заботится о своём населении. В свою очередь, наименьшие доли в расходной части бюджета — такие позиции, как здравоохранение и образование, но это вполне может компенсироваться за счет повышения социальных расходов, но только в краткосрочной перспективе, в дальнейшем же будет целесообразнее увеличение вклада в данные сферы. Такое распределение расходов показывает основные задачи, стоящие перед государством. К ним относятся повышения уровня жизни населения (что характеризует РФ как социальное государство), а также обеспечения национальной безопасности, в связи с осложненной внешнеполитической обстановкой.

Выводы. Анализ ключевых показателей федерального бюджета в 2014–2017 гг. приводит нас к выводу о необходимости дальнейшего наращивания не нефтяных доходов России на долгосрочную перспективу, развития соответствующих отраслей и видов производств, а также отдельных сфер в стране. Например, такие сферы как

здравоохранение и образование, нуждаются в более значительном бюджетном финансировании. Также больше внимания следует уделять региональной сбалансированности расходов и доходов казны.

В ходе работы были рассмотрены сущность и стадии бюджетного процесса, динамика доходов и расходов бюджетного процесса, что дало возможность более детально изучить распределения финансов по отраслям, понимание приоритетности определенных категорий. Можем наблюдать профицит бюджета по сравнению с прошедшими годами, что позволяет сделать вывод о правильном курсе государства в отношении распределения средств от антикризисных мир к экономике развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Болтинова О.В. Бюджетный процесс в Российской Федерации: теоретические основы и проблемы развития.— М., 2008. С. 133
2. Пешкова, Х.В. Принципы бюджетного процесса (на основе обзора судебной практики) / Х.В. Пешкова // Финансовое право. – М., 2008. - №10. - С. 8-17.
3. Полын И.И. Проблемы правового регулирования бюджетного процесса в Российской Федерации. — М., 2001. С. 123
4. Строков А. А. Анализ доходов и расходов федерального бюджета Российской Федерации за 2012–2016 гг. // Молодой ученый. №7. – М., 2017. С. 991-994.
5. Шипилова Е.В. Шипилова Е. В. Приоритеты в оценке эффективности расходов бюджета при проведении внешнего контроля регионального бюджета [Электронный ресурс] / Е.В. Шипилова. – Режим доступа: http://openbudget.karelia.ru/books/conf4_t/73.htm - статья в интернете.

УДК 658.8

*Макаренко М. Д.
Научный руководитель: Калиниченко М. П., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

АНАЛИЗ МЕТОДИК И ТЕХНОЛОГИЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМЫ НА ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ МОТИВЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Резюме. В статье проведен анализ сущности рекламного воздействия на потребителей с помощью психологических методов и технологий, а также изложены возможные последствия для потребителей от данного манипулирования сознанием.

Ключевые слова: маркетинг, реклама, психология, поведение, потребитель.

Актуальность. Анализируя сущность современного маркетинга, нельзя не заметить те существенные изменения в нем, которые произошли под влиянием «цифровизации» общества. Все чаще не только индивидуумы, но и целые группы людей становятся подвержены психологическим атакам и манипуляциям со стороны продавцов «моды», «стиля», «трендов», «собственного я». Такие тенденции стали причиной углубления традиционного маркетинга в психологию личности. Следствием этого является трансформация маркетинговых инструментов, подходов и методик под более конкретные задачи и условия среды жизнедеятельности населения, что в конечном итоге приводит к появлению новых современных маркетинговых коммуникаций. Исходя из этого следует актуальность данного исследования, так как умение влиять на личность, ее мотивы и действия имеет во многом определяющее значение при принятии решения о совершении того или иного действия, в частности совершения покупки предлагаемого товара.

Степень изученности проблемы Психологическая проблематика изучения восприятия рекламы является относительно новой и малоизученной, хотя и имеет прочные корни в психологии изучения восприятия и сознания. Такие известные маркетологи как Т. Гэд, П. Друкер, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, М. Портер и др. занимались изучением сущности рекламы и ее влияние на потребительское поведение. На сегодняшний день можно выделить таких ученых как М. Душкину, С. Максименко, А. Панкрухина, С. Рощина и др., которые изучали психологическое воздействие на потребителя через средства массовой информации. Однако в связи с быстро развивающимися рекламными технологиями, порождающими своим появлением новые психологические явления, многие теоретические вопросы требуют дальнейшего изучения и анализа.

Цель исследования заключается в рассмотрении современных технологий психологического воздействия рекламы на поведенческие мотивы потребителей.

Основная часть. На сегодняшний день можно смело утверждать, что маркетинг – это один из главных и решающих инструментов в экономике. Изменения в мировом экономическом пространстве привели к изменениям понимания сущности данного термина. Маркетинг – это не только научная дисциплина, структурный элемент на предприятии, комплекс мер и коммуникаций по сбыту продукции и завоеванию сегмента или рыночной доли, но и «орудие» манипулирования сознанием личности. Благодаря правильной подаче информации, ее количеству, своевременности и акцентированию на нужном, можно не только изменить ход мышления и, как следствие, действий, но и создать определенное общественное мнение, убедить и «захватить» нужную целевую группу.

Так, из вышеуказанного можно предположить, что все стратегии, методы и подходы остаются прежними, но используются они уже в другом значении: рынок становится более специфическим; товары приобретают глобальное значение – мнения, тренды, чужие взгляды, высказывания; покупателями становятся страны, субкультуры, национальности, религии. Для того, что такой рынок мог существовать, необходимо использовать элементы психологии. При этом, самым главным является умение использовать психологическое влияние таким образом, чтобы потребитель не чувствовал этого.

Одним из наиболее скрытых и способных повлиять на подсознание человека и убедить его приобрести тот или иной продукт является реклама. Ее отличительной чертой можно считать эффективное средство формирования сознания и образа жизни общества, так как она является неотъемлемой частью и важным атрибутом общественной жизни. Реклама используется как средство мощного воздействия на сознание людей, на систему их этических, идеологических и политических ценностей. В силу этого механизм действия рекламы рассматривается не только в рамках социопсихологии рекламного бизнеса, но и психологии потребителя.

С. Роцин выделил два аспекта во взаимоотношениях рекламы и психологии: «первый – отражение в рекламе особенностей идеологического (и политического) климата в тот или иной исторический период, и второй – формирование и укрепление с помощью рекламы новых установок социального и идеологического характера» [1]. Это означает, что в первом случае реклама является определяющим вектором развития, т.е. показывает как есть правильно, как нужно поступать, а во втором случае – выступает в роли главного «орудия». С. Роцин также утверждает, что «в зависимости от того, на какие социальные слои направлена реклама, она приобретает либо «демократический» характер, либо характер классового снобизма [1, с. 320] (поведение, манеры, которые присущи тому или иному социальному слою). Суть первого демократического типа рекламы заключается в «хочешь быть таким как все, покупай наш товар», что коренным образом отличается от классовой рекламы – покупай наш товар, если хочешь быть лучше

других. Стоит отметить, что последний тип напрямую связан с брендом товара и исходя из этого можно говорить о «брендинге общества», т.е. выделения «лучших, уникальных» людей.

Первоначально подобное деление населения было присуще США, где социально-классовая ориентация в рекламе носила более откровенный характер. При обращении к среднему классу реклама призвала сохранять признаки социальной принадлежности, при обращении к низшим слоям общества – приобрести символы среднего класса путем покупки тех или иных товаров [2]. Так, чувство социального превосходства воспитывалось с помощью специальных маркетинговых приёмов и подходов.

Благодаря рекламному манипулированию сознанием в обществе происходит процесс подмены реальных ценностей искусственно создаваемыми образами – придуманными идеалами. Американский историк Д. Бурстин говорил о том, что: если правильный образ может помочь избрать президента или продать автомашину, религию, сигареты, то почему он (образ) не может сделать саму Америку или американский образ жизни товаром, продаваемым по всей Земле?» [3]. Из этого можно сделать вывод, что корпорации, различные предприятия и организации могут создавать и продавать желаемый образ «жизни», «стиля», «вкуса», «социального слоя» также, как и любой товар на рынке. Подобное основывается на стратегии убеждения, которая предполагает использование широкого комплекса маркетинговых коммуникаций для навязывания нужных принципов и стереотипов. Так, вместе с товарами продаются стереотипы любви, надежд, оптимизма и успеха в жизни. В конечном счете, реклама продаёт законченный образ, складывающийся из целой системы установок, систематически прививаемых покупателю через газеты, журналы, радио, телевидение, кинофильмы и афиши, а также прямой организации жизни потребителя.

На сегодняшний день реклама разработала своего рода психологические основы воздействия на людей. Необходимо отметить, что реклама тесно взаимодействует с public relations (PR). Так, реклама, стимулирует текущий спрос, тем самым способствуя пиковой реализации товара и услуги, а стратегия PR завоевывает симпатию потребителей, используя приемы, направленные на поддержание и улучшение репутации компании в долгосрочной перспективе. Благодаря эффективной работе данных механизмов достигается единый результат – реализация товара или услуги и формирование желаемого общественного мнения, что в конечном итоге отображается на реализации главной цели любой компании – увеличении собственной стоимости.

Особенность рекламы с точки зрения психологии заключается в том, что она находится в тесных взаимоотношениях с позитивной оценкой товаров, услуг, людей, организаций, событий и явлений через оказание влияния на мнение, установки и поведение людей посредством информационного сообщения, воздействующего на восприятие людей различных образов, цветов, стилей, текста и т.д. [4].

На практике выделяется три основных механизма влияния на психологическое поведение потребителя: одностороннее воздействие, двусторонняя коммуникация, подразумевающая наличие обратной связи с адресатом информационного сообщения и создание коммуникаций в виде «информатор – потребитель – общественность» [5].

Помимо этого, можно выделять три основных условия эффективности рекламной и PR деятельности как системы коммуникаций:

1) стремление соответствовать более высоким требованиям, запрограммированных обществом;

2) социальное сравнение – сравнение и уподобление себя с другими субъектами, желание быть похожим на отдельных индивидуумов;

3) социальная мода – желание быть саморекламой, нести ценности и культуру в массы в соответствии с трендами и существующими ценностями в данный период времени [5].

Особую роль в современной рекламе играют такие психические процессы как ощущение, восприятие, внимание, память, эмоции, воображенные, мышление. Отдельно (выделяют) следующие рекламные технологии [6]:

1. Внушение – это методика воздействия, которая основана на понимании и принятии информации заранее на положительном уровне. Чаще всего такая информация имеет вербальный характер, а залогом успеха служит многократность и повторяемость.

2. Использование гипнотических манипуляций – способ внушения, подразумевающий внешнее вмешательство и подчинение воли через СМИ, путем создания единства во мнениях целых групп людей.

3. Подражание – механизм копирования действий, манер поведения и стиля для того, чтобы быть похожим на определенный образ, подразумевающий авторитетность для индивидуума.

4. «Заражение или инфицирование» (информирование целевых групп) – это определенный механизм, подразумевающий передачу психического и эмоционального настроения другим людям или группам людей, целью которого является оказание непосредственного эмоционального воздействия на личность.

5. Идентификация – психический процесс сравнения себя с иной личностью, подражание и уподобление себя с иными, привлекательными и интересными целевыми группами.

6. Социально-психологическая установка – некое состояние индивидуума, определяющее его готовность вести себя определенном образом, который ранее был уже испытан на личном опыте.

Данные технологии широко применяются в политической среде, где необходимо создать и «продать» событие или нужного лидера и при выходе дорогого и уникального товара. Таким примером может служить бренд Apple, создающий массовый ажиотаж среди своей продукции, позволяя потребителям ощущать себя особенными по сравнению с другими, престижными и успешными личностями.

Помимо этого, существует ряд психологических приемов, которые активно применяются в маркетинге [4, 6, 7]:

техника отвлечения, которой заключается в перенаправлении внимания от важной и нужной, но нежелательной для огласки информации на более второстепенную через ее эмоциональное окрашивание;

«конвертация взглядов» (прием «имаго»; эффект «нога в дверях») подразумевает постепенное, медленное выталкивание информации в общество, без яркой эмоциональной окраски и пропаганды;

техника апеллирования – «адресации к социуму» осуществляется через создание эмоционального информационного обращения минуя его рациональный смысл;

техника анонимного информирования – раскрытие абсолютно секретных данных и сведений, которые были получены от секретных агентов;

техника сопоставления – «исторических аналогий». В ней сочетают два приема влияния на личность: беспочвенная массовая похвала как способ манипулирования подсознанием и возможность найти ранее произошедший пример в истории;

техника семантического манипулирования – «словесной эквилибристики» – создание массовых пропагандистских сообщений с использованием тщательного подбора слов, которые в свою очередь вызывают определенные ассоциации или воспоминания, которые в конечном итоге влияют на восприятие информации;

техника дефрагментации – «белого шума» (прием «потока сознания») – создание информационного потока, переполненного фактами, событиями и иными сообщениями, цель которых заключается в создании барьеров уловить определенную тенденцию и сущность данного потока;

техника сотворения – «демиурга» (прием «подтасовки фактов») – формирование сообщений, содержащих ложные факты наряду с правдивыми.

Таким образом, использование всех вышеперечисленных техник и технологий позволяет скрыто для потребителей «продавать» свой товар. Покупатели могут не только не замечать подобного воздействия, но и становиться участниками информационных потоков, т.е. носителями и распространителями рекламных сообщений.

Стоит отметить, что во многих случаях подобные манипулирования сознанием не несут существенных угроз для общества: главная цель «продавцов» – массовое распространение информации о товаре и, как следствие, получение максимально возможной прибыли. Однако в отдельных случаях использование подобных коммуникаций может привести к серьезным психологическим проблемам:

1. Создавать зависимость у своих клиентов, в т. ч. связанную с необходимостью постоянного приобретения нового, ранее неизвестного товара;

2. Привести к раздвоению личности в попытке стать похожим на своего кумира или авторитета;

3. К зависимости от чужого мнения и ободрения тех или иных действий, похвалы;

4. К боязни быть непонятым и не нужным – одиночеству.

5. Под воздействием рекламного влияния человек может понести существенные материальные затраты и значительно ухудшить свое здоровье.

Вывод. Подводя итог данного исследования следует отметить, что в современной экономической среде рекламу можно считать одним из главных инструментов маркетинговых коммуникаций. Она позволят не только продвигать товар на рынок, но и создавать его. При этом такой продукт может не иметь материальной или физической ценности, это может быть образ, политический лидер, тренд моды, высказывание, отношение к чему-либо, позиция и т. д.

На сегодняшний день многие политические силы, общественные группы, используя психологические приемы, манипулируют сознанием общества, разделяя «на плохих» и «хороших», тем самым продают себя как «товар» массового потребления. Подобные действия непосредственно отражаются на стабильности в обществе, его благосостоянии, а также создают предпосылки для информационных войн и конфликтов.

Важно отметить, что воздействие на индивидуума через рекламные средства может негативно влиять на психическое состояние человека. Сравнивая себя с другими, тем самым желая быть похожим на определенную группу людей, приводит к «потери личности». Стараясь следовать трендам в обществе и навязанным чужим мнениям, потребитель становится зависимым от этого, следствием чего может стать раздвоение личности и потеря реальности.

Таким образом, можно утверждать, что наряду с традиционным маркетингом появляется психологический маркетинг, позволяющий более точно понимать как отдельных индивидуумов, так и целые группы людей и манипулировать их подсознанием для достижения необходимых целей.

Слияние двух научных направлений можно считать новым вектором развития традиционного маркетинга, более совершенного и гибкого, т. е. способного быстрее и точнее находить и определять новые тренды в обществе, «подавать» и «продавать» такой товар с минимальными рисками и возможными финансовыми издержками. Использование психологического маркетинга предприятиями может сделать их не только лидерами на определенном рынке или сегменте, но и «основателями» трендов и тенденций.

Помимо этого, психологический маркетинг позволяет предприятиям:

– быстрее развиваться за счет новых технологий и инструментов психологического воздействия рекламы на потребителей;

– создавать дополнительную стоимость предприятия;

–контролировать и прогнозировать положение предприятия на рынке за счет манипулирования желаниями потребителей, т. е. предугадывать возможные кризисные ситуации и моделировать дальнейшие пути выхода из них.

Исходя из этого, психологический маркетинг можно считать новым стратегическим вектором развития или стратегической позицией предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Роцин С.К. Реклама и психология потребителя. Психологические механизмы регуляции социального поведения. М.: Наука, – 1979. – 369 с.
2. Сабуров А.Е. Влияние рекламы на психологию потребителя // Известия Саратовского университета. – 2009, Т. 9. Сер. Социология. Политология, вып. 1. – С. 36 – 41.
3. Boorstin D.J. The Image. L., 1963. P. 188.
4. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR. М.: Дашков и Ко. – 2009. – С. 224
5. Психология рекламы и PR-воздействия [Электронный ресурс] // URL: <http://bipars.ru/stati/reklama.-PR/psihologiya-reklamyi-i-PR-vozdeystviya> (дата обращения 02.02.2019).
6. Душкина М.Р. Техники и приемы психологического влияния в PR коммуникациях [Электронный ресурс] // Центр дистанционного образования, 2011. URL: http://www.elitarium.ru/2011/04/15/tekhniki_vlijaniija_pr.html (дата обращения 01.02.2019).
7. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. СПб. : Питер, 2003. – 368 с.

УДК 334.72:330.34:001.8

Манчева И.К.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Химченко А.Н.
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Резюме. В статье исследуется развитие малого и среднего бизнеса в странах Европы, Азии и США. Выявлены основные проблемы и определено современное состояние сектора малого и среднего бизнеса в России. Проведена оценка условий развития сектора малого и среднего бизнеса и определены факторы, влияющие на развитие предпринимательства.

Ключевые слова: предпринимательство, бизнес, динамика, оборот, налогообложение.

Вступление. Развитие предпринимательства является важнейшим фактором роста рыночной экономики, а в переходной экономике - показателем успешности рыночных реформ. В любом обществе, основанном на рыночной экономике, ценностях свободы и ответственности за собственное благополучие, всегда присутствует доля лиц, желающих начать собственное дело.

Малый и средний бизнес (МСБ) является составной частью развитой экономики. МСБ должен выполнять ряд функций, которые позволяют экономике гармонично развиваться.

Важность сектора малого и среднего бизнеса признана во всем мире. Размер в развитых странах сектора МСБ достаточно велик, он создает рабочие места, обеспечивает значительную долю населения доходами, определяет социально-экономическое положение страны.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемным аспектам развития сектора малого и среднего бизнеса посвящены труды многих российских исследователей-экономистов: В. Воротина, В Збарского, В Карсекина, М Малика, а также зарубежных исследователей: Б. Берда, Н. Бойда, В. Врума, К. Ву, А. Кирзнера, Н. Когана, К. Коллинза, А. Купера.

Основная часть. Рыночная экономика наиболее эффективна с развитым малым и средним бизнесом. Исходя из мирового опыта, одним из главных признаков успешной экономики является оптимальное соотношение малого, среднего и крупного бизнеса. При этом, преобладать должен малый бизнес, потому что он имеет значительно больше преимуществ. Малый бизнес более динамичный, оно быстрее и эффективнее реагирует на изменения внутреннего рынка, и период роста, и кризиса.

Еще одним преимуществом является инновационность. В США в 2018 г. было проведено исследование, которое показало, что в секторе малого и среднего бизнеса создается в 16 раз больше патентов в расчете на 1 работника, чем в крупном бизнесе [1].

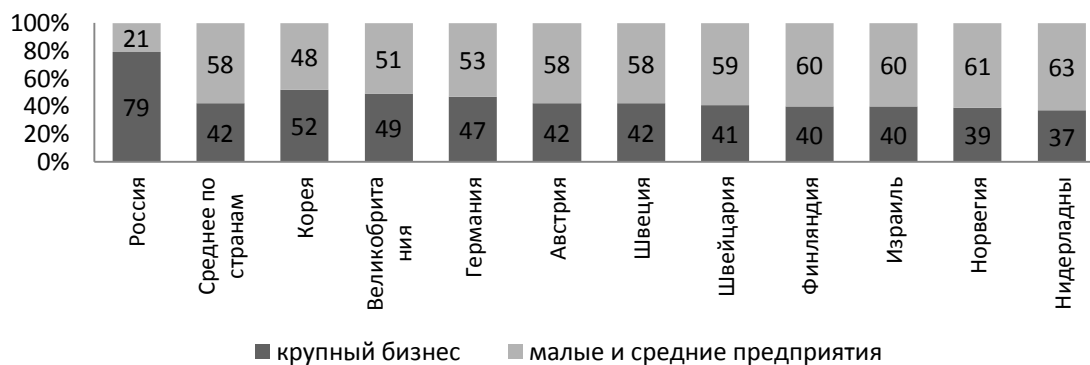


Рис.1 Доля малых и средних предприятий в ВВП [2]

Исходя из рис. 1, необходимо отметить, что доля вклада МСБ в среднем по странам составляет 58%. Можем сделать вывод о существенной роли, отводимой в экономиках других стран малым и средним предприятиям.

В Нидерландах вклад в экономику МСБ составляет 63% и является самым высоким. Низкий уровень - 21% вклад сектора МСБ в ВВП России.

Для более детального анализа состояния развития малого и среднего бизнеса в рассматриваемых странах оценим число предприятий на 1 000 жителей.

Для определения числа предприятий в расчете на 1 000 человек населения воспользуемся следующим алгоритмом [3]:

$$\chi_{\frac{\text{МСБ}}{1000}} = \frac{\chi_{\text{МСБ}}}{\chi_{\text{нас}}} * 1000, \quad (1)$$

где: $\chi_{\frac{\text{МСБ}}{1000}}$ — число субъектов малого и среднего бизнеса в расчете на 1000 человек населения, ед.;

$\chi_{\text{МСБ}}$ — число субъектов малого и среднего бизнеса;

$\chi_{\text{нас}}$ — численность населения, чел.

Результаты анализа представлены на рисунке 2.

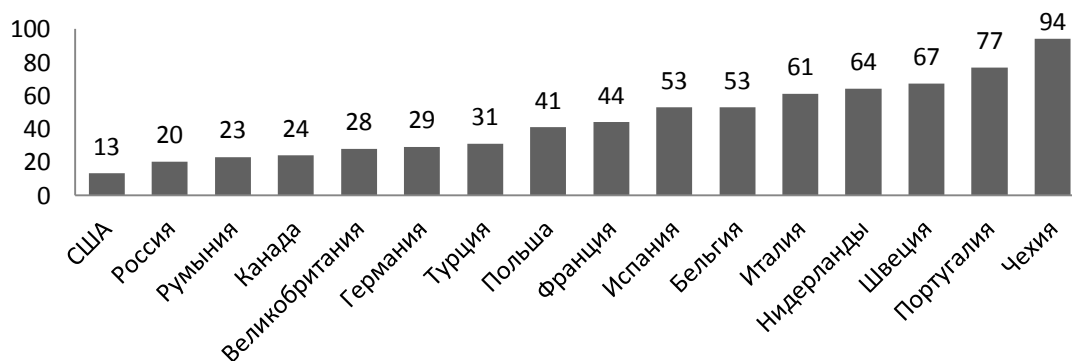


Рис.2 Число субъектов МСБ на 1000 человек населения [4,5,6]

В России на 1 000 жителей приходится 20 зарегистрированных субъектов малого и среднего бизнеса, данный показатель невелик и заметно уступает всем странам, кроме США. В США данный показатель на уровне 13 субъектов. Самый высокий показатель числа субъектов МСБ в Чехии – 94, что в 4,7 раз больше чем в России.

В Российской Федерации используют два критерия отнесения к малому и среднему бизнесу - количество работников и годовая выручка [7]:

- микропредприятия – юридические лица с численностью работников до 15 человек и годовым доходом, не превышающим 120 млн. руб.;
- малые предприятия – юридические лица с численностью работников от 16 до 100 человек и годовым доходом, не превышающим 800 млн. руб.;
- средние предприятия – юридические лица с численностью работников от 101 до 250 человек и годовым доходом, не превышающим 2 млрд. руб.

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), выделяет 4 категории предприятий в зависимости от численности занятых [4]:

- 1–9 занятых;
- 10–19 занятых;
- 20–49 занятых;
- 50–249 занятых;
- свыше 250 считаются крупным бизнесом.

Сопоставление стран по доле работников, занятых в секторе МСБ также указывает на существенное отставание российской экономики (рис.3.). В России доля работников МСБ не превышает 19% всех занятых. В других странах – за исключением США – их доля превышает половину. В четырёх странах Турция, Испания, Португалия и Италия доля работников, занятых в секторе МСБ превышает 70%

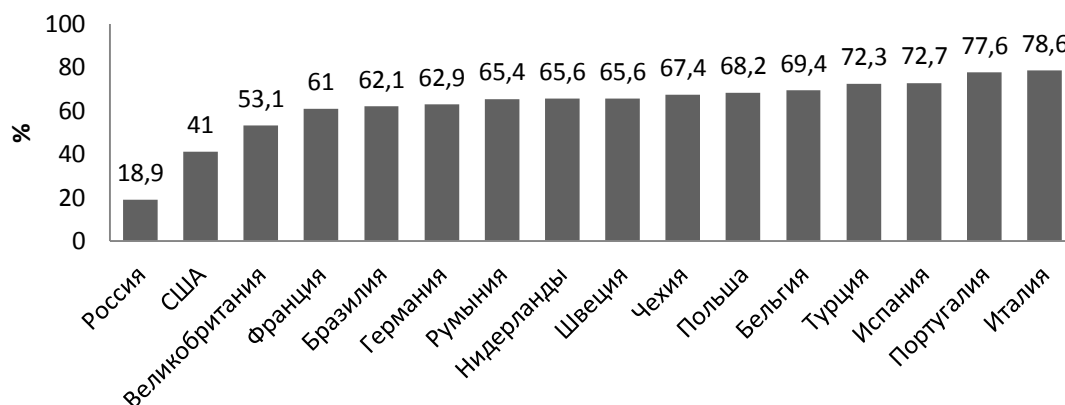


Рис.3 Доля работников в секторе МСБ [3,4,6]

Еще одним показателем сектора МСБ является доля оборота. Рассмотрим значения данного показателя на рис. 4.

Согласно рис. 4 мы видим, что доля оборота в России составляет 29,2% и является наименьшим показателем в нашем исследовании. Можем сделать вывод, что сектор МСБ в России имеет слабую развитость. Доля оборота МСБ в США также имеет небольшой процент, всего 34,3 п.п. В 11 рассмотренных странах значение этого показателя выше 50%, в Италии и Португалии – выше двух третей.

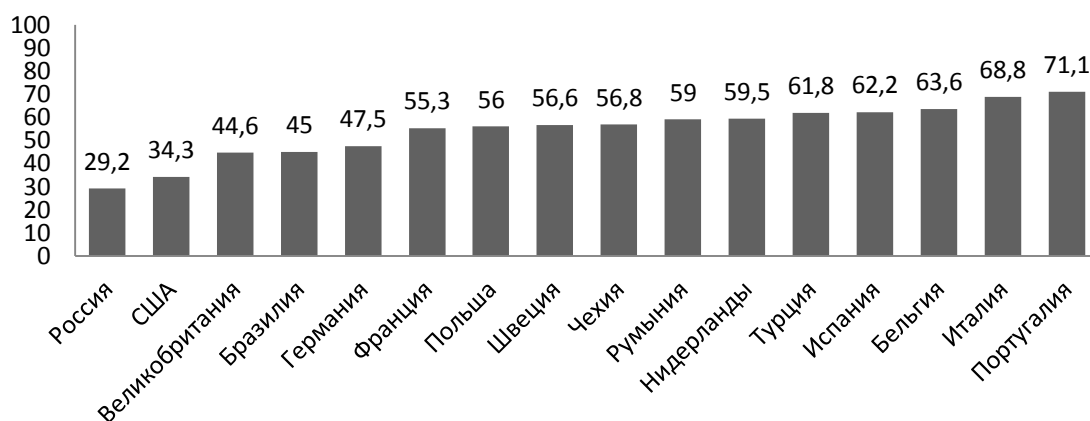


Рис. 4. Доля оборота в секторе МСП

На основе данных, приведенных на рис. 5, можно утверждать, что наиболее привлекательными сферами вложения капиталов и усилий в России остается оптово-розничная торговля.



Рис. 5 Отраслевая структура малых предприятий [3]

Также необходимо рассмотреть оборот предприятий по видам экономической деятельности. Согласно рис. 6 мы можем сделать вывод о том, что наибольший оборот приходится на сферу оптово-розничной торговли, а именно 54,9%, а наименьший оборот приходится на добычу полезных ископаемых, производство и распределение электроэнергии, газа и воды (всего 1,4%).

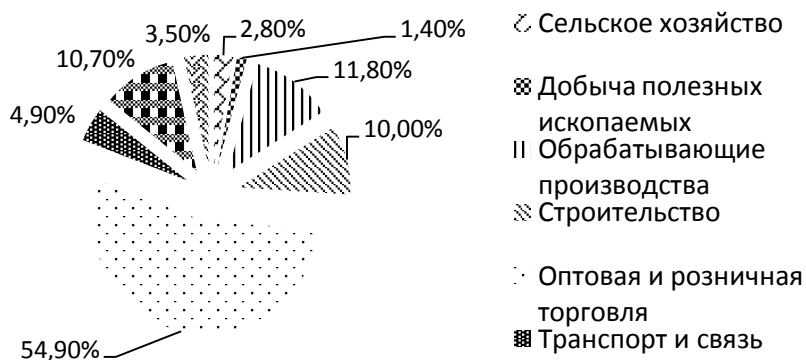


Рис. 6. Оборот предприятий по видам экономической деятельности [3]

Также необходимо проанализировать налоговые поступления и налоговую нагрузку в России. Сейчас налоговая политика сориентирована на изъятие средств из

экономики в пользу консолидированного бюджета. Текущая налоговая политика выполняет фискальную функцию и не выполняет стимулирующую.

Согласно данным Paying Taxes 2017 [8] Россия входит в группу стран с наиболее высокой налоговой нагрузкой – на 7 пунктов выше, чем в среднем по миру. Уровень налоговой нагрузки в России не соответствует уровню производительности труда, которая существенно ниже, чем в развитых странах.

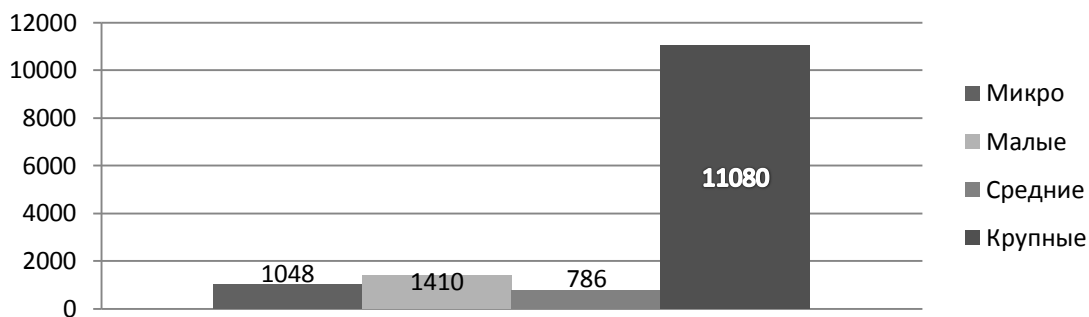


Рис. 7. Налоговые поступления в 2016 г., млрд руб. [6]

Высокая налоговая нагрузка не позволяет малым и средним предприятиям развиваться, не стимулирует их к росту, а только вынуждает переходить в теневой сектор (рис.8).

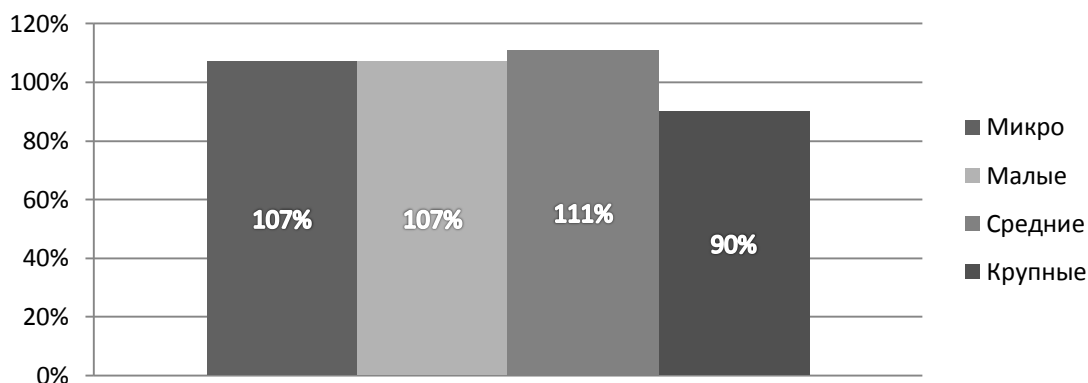


Рис.8 Налоговая нагрузка на предприятия в зависимости от размера в 2016 г., % прибыли до налогообложения [6]

В 2016 году National Expert Survey (NES) оценили условия развития предпринимательства по пятибалльной шкале и определили факторы, влияющие на развитие предпринимательства [9]. Самую низкую оценку получили условия внедрения научно-технических разработок и их использование в практике деятельности малых и средних предприятий. Прежде всего, это связано с тем, что не каждая фирма может себе это позволить, а существующая система государственных субсидий не позволяет новым фирмам приобретать новые технологии.

Низкую оценку получила и система начального и среднего образования. Прежде всего, это связано, с тем что, не дается необходимая подготовка для создания и развития бизнеса, и нет у учащихся соответствующего представления о принципах рыночной экономики.

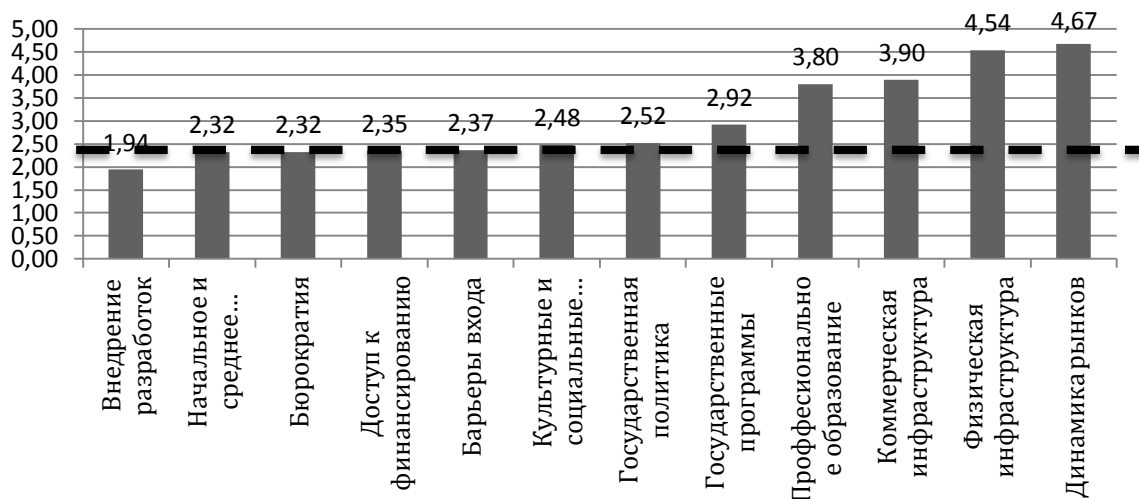


Рис. 9. Средние значения экспертных оценок факторов развития предпринимательства в России, 2016 г.

Низкая доступность финансовых ресурсов для новых и растущих компаний является одной из самых острых проблем. Источником финансирования, который доступен для предпринимателей малого и среднего бизнеса является краудфандинг и частные источники друзей, родственников и коллег.

Влияние культурных и социальных норм на создание и развитие малых предприятий эксперты в 2016 г. оценили нейтрально, не мешающим развитию малого и среднего бизнеса.

Пять факторов — динамика рынков, состояние физической инфраструктуры, развитие коммерческой инфраструктуры, профессиональное образование и качество государственных программ оказывает положительное влияние на малый и средний бизнес.

Развитие физической инфраструктуры получило высокую оценку экспертов. Наивысшие оценки среди экспертов получил фактор динамики рынков. Роль малого и среднего бизнеса в экономике связана с тем, что небольшие компании способны чутко реагировать на появляющиеся во внешней среде возможности и предлагать новые товары и услуги.

Выводы. Несмотря на общую положительную динамику увеличения числа предприятий малого и среднего бизнеса и рост рабочих мест на предприятиях, структура МСБ в России ухудшилась. Структура МСБ по масштабу предприятий, видам экономической деятельности и географии демонстрирует слабое развитие сектора МСБ. 95% МСБ это микробизнес. Высокая налоговая нагрузка не позволяет малым и средним предприятиям развиваться, не стимулирует их к росту, а только вынуждает переходить в теневой сектор. Текущая налоговая политика выполняет только фискальную функцию и не выполняет стимулирующую. Результаты экспертных интервью показывают, что количественные оценки условий развития предпринимательства достаточно стабильны. Высокое место физической инфраструктуры и динамики рынков в рейтинге свидетельствует о том, что данные условия поддерживают развитие МСБ в России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. An Analysis of Small Business Patents by Industry and Firm Size [Электронный ресурс] / Anthony Breitman. — Электрон. журн. — Rowan University, 11.2018. — Режим доступа: https://rdw.rowan.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=1011&context=csm_facpub, свободный (дата обращения 29.01.2019)
2. Национальный доклад об инновациях в России 2016 года. — Материалы для выступления на форуме "Открытые инновации", 2016. — 27с.
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] /— Режим доступа:

<http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения 29.01.2019)

4. Организация экономического сотрудничества и развития [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: <http://www.oecd.org/>, свободный (дата обращения 29.01.2019)

5. Статистические данные Европейской экономической комиссии Сравнительные данные по Европе, Северной Америке и Центральной Азии. Социальные показатели [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: https://w3.unece.org/PXWeb2015/pxweb/en/STAT/STAT__26-TMSTAT1/, свободный (дата обращения 29.01.2019)

6. Статистика и аналитика ФНС России [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/, свободный (дата обращения 29.01.2019)

7. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ

8. Paying Taxes 2017 [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: <https://www.pwc.com/gx/en/paying-taxes/pdf/pwc-paying-taxes-2017-post-filing-key-findings.pdf> свободный (дата обращения 29.01.2019)

9. Expert Survey on the Quality of Government in Russia's Regions: A Report /Marina Nistotskaya, Anna Khakhunova, Carl Dahlström. — QoG Working Paper Series 2015:16. — 2016. — 43с.

УДК:339.144:330.522.4:005

Марина А.А.

*Научный руководитель: Петенко И.В., д.э.н., профессор
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫМИ ЗАПАСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме. В статье рассматриваются теоретико-методологические основы управления товарно-материальными запасами, раскрыта сущность понятия, классификация, а также рассмотрены этапы управления запасами, методы используемые в системе управления ТМЗ.

Ключевые слова: товарно-материальные запасы, система управления, анализ, методы управления.

Постановка проблемы. Становление рыночных отношений в нашей республике актуализирует проблему оптимизации товарных запасов и рациональное управление ими. Отсутствие излишних запасов, как и их наличие, ведут к нежелательным экономическим последствиям. Организациям, размер запасов должен нести выгоду, соответствовать их потребностям, обеспечивать рациональную деятельность. Переход к рыночной экономической системе послуживший отправной точкой к изменению методов управления товарно-материальными запасами, что приводит к проблемам оптимизации таких запасов с использованием методов экономики, маркетинга, финансов, логистики.

Актуальность проблемы. Состояние запасов оказывает значительное влияние на конкурентоспособность предприятия, его финансовое состояние и результаты деятельности, что привело к оптимизации запасов предприятия и к их эффективному управлению различными методами.

Основная цель данной работы заключается в исследовании проблем и разработке основных направлений совершенствования системы управления товарно-материальными запасами (ТМЗ) организации.

Результаты исследования. Управление запасами представляет собой проблему, общую для предприятий и фирм любого сектора системы хозяйствования. Запасы требуется создавать в промышленности, торговле, на предприятиях, фирмах и т.д. [3].

Более того, в деятельности торговых организаций товарно-материальные запасы представляют собой основной актив компании [2]. Большая часть денежных средств сосредоточена именно в этом виде актива. Специфика товарно-материальных запасов заключается в том, что из всех видов активов компании они, по сути являются наименее ликвидной их частью. Следовательно, если у организации большая часть средств размещена в товарно-материальных запасах, то возникает риск её неплатежеспособности.

Однако товарно-материальными запасами, как и любыми другими активами, можно управлять. Эффективная система управления запасами позволяет не только поддерживать уровень платежеспособности и ликвидности компании на необходимом уровне, но и позволяет также управлять снижением затрат на содержание запасов. При эффективно налаженной системе поставок данная система позволяет снизить затраты на хранение, что выражается в уменьшении складских помещений, а следовательно, в снижении уровня постоянных издержек организации [4].

Товарно-материальные запасы – это активы, которые представляют собой:

- запасы сырья, материалов, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий, топлива, тары и тарных материалов, запасных частей, прочих материалов, предназначенных для использования в производстве или при выполнении работ и услуг;
- незавершенное производство;
- готовую продукцию, товаров, предназначенных для продажи в ходе деятельности предприятия.

Система управления товарно-материальными запасами, представляет собой совокупность правил и способов регулирования, с помощью которых контролируются уровни запасов и определяются, какие уровни следует поддерживать, какой запас следует пополнять и каким должен быть объем заказа. Основная задача системы управления ТМЗ – инвестировать средства в запасы таким образом, чтобы были достигнуты долгосрочные цели предприятия. Система управления запасами реализует организационную структуру и текущую политику, обеспечивающие поддержание запаса ресурса и эффективное управление им. Одной из целей системы управления является создание «буфера» для устранения неполадок в поставках и спросе.

Успешное управление запасами возможно при наличии следующих компонентов:

- корпоративной политики, способствующей эффективному управлению запасами;
- стоящего программного обеспечения;
- требуемые для использования программного обеспечения знания и навыки, системный подход к решению проблем.

В широком смысле система управления запасами предназначена для того, чтобы установить связи между следующими этапами процесса управления запасами [6]:

- Определение объема потребности;
- Определение состава затрат, связанных с запасами;
- Расчет оптимального размера заказа;
- Согласование условий поставки;
- Проектирование системы управления запасами.

Для образования системы управления запасами необходимо сформировать исходные данные, рассчитать размер оптимального заказа, смоделировать работу системы управления запасами с фиксированным интервалом и размером заказа, сформировать алгоритм проектирования системы управления запасами, а также создать инструкцию по мониторингу состояния системы управления запасами [1].

Для примера рассчитаем оптимальный размер заказа и общие издержки для сырья, которое используется в производстве кондитерских изделий.

Расчет оптимального размера заказа производится по формуле Вильсона.

$$q_0 = \sqrt{\frac{2C_1Q}{C_2}}, \quad (1)$$

где q_0 - оптимальный размер заказа, шт.;
 C_1 - стоимость подачи одного заказа, руб.;
 Q – ввод товарно-материальных ценностей за год, т.;
 C_2 - затраты на содержание единицы запаса, руб./т.
 А расчет общих издержек происходит по формуле:

$$TC = \frac{QC_1}{q_0} + \frac{C_2q_0}{2}, \quad (2)$$

Таблица 1. Расчет оптимального размера заказа

№	Наименование сырья	Ввод за год, тонн	Цена, руб./шт.	Стоимость подачи одного заказа, руб.	Затраты на содержание единицы запаса, руб.	Оптимальный размер заказа для одного вида изделий, т.	Общие издержки
1	Сахар	6500	21000	10000	5250	157	826138
2	Глюкоза	7	18000	5000	4500	4	17750
3	Кислота лимонная	17	11000	500	2750	2	7000
4	Кислота молочная	14	14000	500	3500	2	7000
6	Масло сливочное	155	42000	5000	10500	12	127583
8	Молоко сухое обезжиренное	70	8000	1000	2000	8	16750
9	Какао-порошок	480	12000	5000	3000	40	120000
11	Какао-масло	32	21000	3000	5250	6	31750
12	Кондитерский жир	320	4500	2000	1125	34	37948
17	Мука в/с	314	38000	7000	9500	22	204409
19	Мука соевая	24	48000	9000	12000	6	72000

Таким образом, данные, полученные при расчете оптимального размера заказа в разрезе каждого вида изделий, показывают именно тот объем заказываемого товара, который позволит минимизировать издержки, связанные с заказом и хранением.

В логистике применяются такие технологические системы управления запасами [5]:

- 1) система управления запасами с фиксированным размером заказа (Q-модель);
- 2) система управления запасами с фиксированной периодичностью заказа (P-модель);
- 3) система с установленной периодичностью пополнения запасов до установленного уровня;
- 4) система "максимум-минимум".

Управление запасами имеет огромное значение как в технологическом, так и в финансовом аспектах. Ни одни запасы не должны пропадать зря. Поэтому были разработаны методы управления товарно-материальными запасами на предприятии, которые позволяют эффективно использовать сырье и материалы, готовую продукцию, а также продукцию незавершенного производства.

В качестве базовых показателей качества избранной политики управления запасами могут применяться непосредственные либо обобщенные критерии, а также их различные комбинации.

1. Показатели достаточности запасов для удовлетворения покупательского спроса. Например, так называемый «уровень обслуживания», представляющий собой процент от общего объема имеющихся запросов, который удовлетворен из имеющихся материальных запасов без дополнительного заказа.

2. Показатели, основанные на поиске оптимального размера заказа, исходящие из соотношения стоимости хранения запасов и стоимости выполнения заказа.

Издержки хранения выступают ограничением размера запасов. Поэтому необходимо найти баланс между стоимостью хранения и операциями по заказу товаров.

3. Индикаторы, связанные с характеристиками денежных потоков от операций по закупке и реализации товара.

4. Индикаторы, отражающие рентабельность деятельности компании при различных методах управления запасами.

Наличие излишних, избыточных запасов приводит к увеличению показателя «активы» и, следовательно, к снижению оборачиваемости. Необходимо определить оптимальную величину инвестиций в запасы, которая, увеличивая «оборотность активов», не приводит к снижению рентабельности.

Распространенным методом среди системы контроля за движением ТМЗ в странах с развитой экономикой выступает ABC-анализ, суть которого состоит в разделении всей совокупности запасов товарно-материальных ценностей на три категории, исходя из их стоимости, объема и частоты расходования.

Руководствуясь данными предприятия ООО «Лаконд», применим ABC-анализ к запасам готовой продукции и определим, какая группа товаров приносит предприятию максимальную прибыль, и над какими товарами фабрике следует тщательно поработать.

Табл.2. Расчет запасов готовой продукции с помощью ABC-анализа

Наименование	Цена, руб./кг.	Кол –во товара, тонн	Выручка за месяц, тыс. руб	Доля товара в общем объеме запасов готовой продукции	Накопленная доля	Группа
Крем-суфле	304	200	60800	18%	18%	А
Крем-десерт	304	100	30400	9%	27%	А
Артек	169	220	37180	11%	38%	А
Кто сказал «МУ»?	285	100	28500	9%	47%	А
Орешек	427	60	25620	8%	55%	А
Жувиленд	92	240	22080	7%	62%	А
Гуливер	425	50	21250	6%	68%	А
Бурундур	326	60	19560	6%	74%	А
Шедевр	348	40	13920	4%	78%	А
Шарм	348	30	10440	3%	81%	В
Красная шапочка	309	30	9270	3%	84%	В
Печенье «Днепро»	182	36	6552	2%	86%	В
Лесное царство	210	30	6300	2%	88%	В
Вафли	154	34	5236	2%	90%	В
Закуска к отдыху	43	120	5160	2%	92%	В
Мажор	82	60	4920	1%	93%	В
Халва-люкс	130	30	3900	1%	94%	В
Глазурь «Плитка»	320	10	3200	1%	95%	С
Декорель	290	10	2900	1%	96%	С

Стрела	450	6	2700	1%	97%	С
Ромашка	250	10	2500	1%	98%	С
Тростинка	169	13	2197	1%	99%	С
Аркадия	256	8	2048	1%	100%	С
Амулет	314	5	1570	0%	100%	С
Мальши-карандаши	279	5	1395	0%	100%	С
Скворцы	252	4	1008	0%	100%	С
Ремейк	252	3	756	0%	100%	С
Шатенка	224	3	672	0%	100%	С
ИТОГО			332034	100%		

Изучив данные таблицы, что компания выпускает продукцию относящихся к разным группам анализа в одинаковой мере.

Можно увидеть, что к группе А относятся самые важные ресурсы, локомотивы предприятия, т.к. они приносят максимальную прибыль. Фабрика будет нести большие потери при резком снижении эффективности данной группы запасов.

Ресурсы группы А должны жестко контролироваться, четко прогнозироваться, часто мониториться, быть максимально конкурентоспособными и не терять свои сильные стороны. На данную группу ресурсов должны быть выделены максимальные инвестиции.

Группа В – это группа ресурсов, которые обеспечивают хорошие стабильные продажи, и, соответственно, прибыль предприятия.

Данные запасы обычно выступают в качестве «дойных коров», относительно стабильны в краткосрочной перспективе. Инвестиции в данные виды готовой продукции не значительны и необходимы только для поддержания существующего уровня.

Группа С – группа, которая наименее важна предприятию. К этой группе относятся: нерентабельные виды продукции, от которых есть смысл избавляться, или же которые необходимо модернизировать. При анализе данной группы необходимо понять причину низкого вклада.

Например, при анализе ассортимента товаров и услуг могут быть следующие варианты попадания товара в группу С:

- товар не востребован покупателем, не продается и имеет низкую ликвидность в сравнении с другим ассортиментом. В таком случае он должен быть снят с производства или улучшен.

- товар только выпущен, находится на стадии внедрения на рынок, его продажи имеют положительную динамику продаж.

- продажи, которые показывает товар — минимальные, но он является стратегически важным для предприятия, так как удовлетворяет потребности отдельного рынка (возможно, более маленького) или подчеркивает позиционирование марки и т.д.

Выводы. Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что ТМЗ на предприятии крайне необходимы. При наличии таких запасов необходимо знать, как ими управлять, как их рассчитывать, и какие системы и методы применять к ним. Потому как именно применение систем управления товарно-материальными запасами позволит эффективно использовать их на предприятии и принимать соответствующие решения. Главная задача системы управления запасами должна заключаться не только в учете запасов на складе, но и в применении современных моделей и правил восполнения запасов, в планировании оптимальных объемов закупок с выходом на финансовый контроллинг бюджетных и собственных средств, направляемых на приобретение запасов и материалов, а также на их стратегическое планирование.

Оптимизация использования ТМЗ – одна из важнейших задач совершенствования системы управления предприятием. Опыт фирм показывает – для того чтобы добиться увеличения рентабельности, достаточно даже небольшого снижения уровня сверхнормативных запасов и ускорение оборачиваемости товарно-материальных ценностей. Для решения таких задач требуется оперативная, полная и достоверная информация о текущем состоянии складских запасов, оборачиваемости товаров, перспективных потребителей в различных видах товарно-материальных ценностей, позволяющих принимать экономически обоснованное решение о частоте и объемах поставок, а также увязке планов сбыта с планами закупок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бауэрсокс Д.Д. Логистика: интегрированная цепь поставок / Бауэрсокс Д.Д., Клосс Д.Д. М.: Олимп-Бизнес, 2001. – 640 с.
2. Волковой В.М. Международные стандарты бухгалтерского учета. Основные принципы и приемы конвертации / Волковой В.М., Лахова Е.В. М.: Издательский дом «Аудитор», 2000. - 80 с.
3. Гаврилова А.Н. Финансы организаций (предприятий)/А.Н. Гаврилова, А.А. Попов.-3-е изд., перераб. и доп. М.: КНОРУС, 2007. - 608 с.
4. Гаджинский А.М. Логистика. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2003. - 408 с.
5. Гаджинский, А. М. Логистика: Учеб. для студентов высш. и сред. спец. учеб. заведений / А. М. Гаджинский; Информ.-внедренч. центр «Маркетинг». - 2-е изд. М., 1999. – 360 с.
6. Неруш, Ю. М. Логистика: Учеб. для студентов вузов по направлениям «Менеджмент» и «Коммерция», спец. «Менеджмент», «Коммерция» и «Маркетинг» / Ю. М. Неруш. - 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-Дана, 2000 – 300 с.

УДК.339.138

Мозолевская А.В.
Научный руководитель: Дудник В.В., к. э. н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Резюме. В данном исследовании изучены особенности и функции маркетинга туристических услуг, современные тенденции развития маркетинга в сфере туризма. А также выявлено особое значение концепции взаимоотношения с потребителями, для успешной деятельности туристического предприятия.
Ключевые слова. Маркетинг, туристические услуги, спрос, концепция.

Рынок туристических услуг динамичен и достаточно велик. Интерес к этой отрасли не угасает, а только возрастает, несмотря на происходящие в мировой экономике события, которые не могли не оказать негативного влияния на его развитие. В сложившейся ситуации необходимо уделить ещё более пристальное внимание применению маркетинговых инструментов в продвижении туристических продуктов.

Согласно основным характеристикам туризма, можно сказать, что он не имеет каких-то принципиальных отличий от других форм хозяйственной деятельности, в связи с чем, к этой сфере могут быть применены все основные положения современного маркетинга. Вместе с тем туризму присущи некоторые особенности, которые связаны с характером оказываемых услуг, формами продаж, труда и т.д. Поэтому, маркетинг в туристической сфере обладает рядом характерных черт, отличающих его не только от торговли товарами, но и от других форм торговли услугами. В данном случае происходит

продажа не только услуги, но и товара (по мнению специалистов, соотношение товаров и услуг в сфере туризма составляет примерно 1/3, т.е. 25% — товаров и 75% — услуги). Так же здесь отличается характер потребления туристических услуг, он осуществляется непосредственно на месте их производства и в определенной ситуации [6].

Целью данного исследования является изучить современные тенденции развития маркетинга туристических услуг, особенности и функции маркетинга туристических услуг.

Проблематикой в сфере тенденций развития маркетинга туристических услуг занимались следующие представители: Дурович А.П., Копанев А.С., Саак А.Э., Янкевич В.С., Курилова В. И.

Маркетинг – вид деятельности, который подвержен постоянному развитию. Данная деятельность быстрыми темпами развивается в сфере услуг, а особенно в таком виде бизнеса, как туризм. Благодаря тому, что конкуренция на рынке всегда будет быстроразвивающимся процессом, маркетинг в сфере туристической отрасли будет развиваться такими же темпами [1].

Маркетинг туристической компании – это система непрерывного согласования предлагаемых услуг с услугами, которые востребованы на рынке и которые туристическая компания может предложить с прибылью для себя, более эффективно, чем сделают это конкуренты.

Существуют определенные особенности маркетинга туристических услуг [2]:

- Регулирование спроса, а не стимулирование. Стимулирование спроса не стоит на первом месте, в отличие от других сфер бизнеса. Спрос на туристические услуги увеличивается с каждым годом, а отрасль туризма почти не зависит от изменения конъюнктуры. Для маркетинга в туризме более важным аспектом является управление спросом в определенном направлении;
- Полная и достоверность информации о туристическом продукте;
 - Особое внимание касаето защиты прав потребителей туристического продукта;
 - Правильное применение диверсификации туристических услуг и особое внимание к маркетинговым инструментам в межсезонье для снижения зависимости туристической компании от сезонного спроса;
 - Применение в качестве инструментов маркетинга не только материальные стимулы, но и психологические, духовно – эмоциональные;
 - Координация инструментов маркетинга, которая осуществляется всеми организациями – участниками производства туристических услуг.

Можно выделить следующие функции маркетинга в туристической отрасли:

- Установление взаимосвязи с потребителями. Основной целью является убеждение потребителей в том, что предоставляемое место для отпуска соответствует тому, что хотят потребители [3];
- Развитие отрасли туризма;
- Контроль: анализ результатов деятельности направленной на продвижение услуг на рынок и проверка того, насколько эти результаты отражают действительно полное и успешное использование имеющихся в сфере туризма возможностей.

В настоящее время можно обозначить следующие тенденции развития туристических услуг [4]:

1. Изменения в стереотипах поведения туристов. В стереотипах поведения наблюдаются определенные изменения.

1.1. Сокращение количества свободного времени у людей. Около 50 лет назад бизнес в туризме развивался быстрыми темпами. Возрастают доходы,

путешествия стали бюджетными, многие люди могли уходить в длительные отпуска, рабочая неделя была короткой, и на пенсию выходили в достаточно молодом возрасте.

Но в последнее время, благодаря тому, что экономика мира становится конкурентной, все эти преимущества сократились. Поэтому сейчас рабочие проводят много времени на работе, на пенсию уходят в старшем возрасте, к тому же из-за сложности найти хорошее и приемлемое рабочее место, люди стараются не уходить в длительные отпуска, чтобы постоянно быть на рабочем месте. В современном мире время является очень ценным ресурсом, поэтому все его стараются экономить.

Благодаря тому, что люди берут непродолжительные отпуска, они хотят за короткий промежуток времени успеть хорошо отдохнуть. Поэтому люди платят большие деньги за то, чтобы их отдых был качественным. Путешественникам важно доверять туристическим компаниям, поэтому они выбирают узнаваемые бренды, которые гарантируют качество отдыха.

1.2. Изменение жизненного стиля человека. В последнее время можно заметить тенденцию проведения отпуска с программой саморазвития или обучения. Отдых такого вида начали практиковать граждане Германии. Данный вид отдыха подразумевает совмещение отдыха с образованием и совершенствованием. Однако путешественники не полностью отказываются от отпуска с расслаблением, а глубоко изучают страну (историю, достопримечательности, культуру, традиции, правила), в которой они путешествуют.

1.3. Изменение способов бронирования и организации путешествий. Сейчас многие туристы предпочитают организовывать отпуск самостоятельно, то есть сами выбирают отели и договариваются о перелетах, вместо использования услуг брендированных турагентств. Это связано с двумя тенденциями: первая – наличие бюджетных авиалиний, которые поощряют заказ билетов без посредников; вторая – быстрый темп развития социальных сетей для заказа билетов напрямую с авиакомпанией.

1.4. Экологизация мышления потребителей. Происходит осознание хрупкости окружающей среды и ее неразрывного единства с человеческим обществом, как следствие этого повышается спрос на экологические туры.

2. Расширение круга потенциальных потребителей туристских услуг.

Все больше типов потребителей появляются в туристической сфере. К таким типам можно отнести одиноких людей, бездетных, работающих одиноких женщин. Рост количества таких типов приводит к тому, что они являются независимыми со стороны финансов и могут себе позволить часть зарплаты выделить на путешествия.

3. Изменение возрастной структуры туристов.

Во многих странах Европы население пожилого возраста получает пенсию в большом размере. Поэтому люди могут позволить себе направить часть денежных средств на отдых и путешествия.

4. Изменение частоты и длительности туристических поездок.

Частотность имеет долгосрочную тенденцию к росту, длительность — к уменьшению. Это явление получило название «путешествия с интервалами». Причина заключается, прежде всего, в стремлении потребителей к так называемому «расщеплению» основного отпуска. Вместо одного длительного отпуска в год предпочтение отдается 2-3 коротким турпоездкам (например, 11 дней летнего отпуска, 5-7 дней отдыха зимой и 2 поездки в выходные или праздничные дни). Короткий, но интенсивный по сравнению с основным отпуск отличают такие

особенности, как: более высокий уровень расходов туристов за один день; большая активность и мобильность туристов. Кроме того, «путешествия с интервалами» помогают решить одну из самых острых проблем туристской отрасли — сгладить сезонную неравномерность в работе туристских предприятий [5];

5. Повышение требований туристов к уровню сервиса. Туристы стали более грамотными и опытными, следовательно, более требовательными.

6. Интенсификация туристского отдыха. Насыщение отдыха экскурсиями, прогулками, встречами и т. п.

7. Экспансии выездного туризма, т.е. в структуре туристских поездок наблюдается тенденция к увеличению числа поездок за рубеж при одновременном уменьшении их внутри стран.

Рассматривая маркетинг сферы туризма можно выделить следующие уровни в управлении им:

1. Маркетинг туристических компаний (туроператоры и агенты) – процесс управления возможностями компании и требованиями клиентов, в результате чего потребителям предлагаются услуги, которые удовлетворяют их потребности, а компании получают денежные средства, которые направляются на развитие и наилучшее удовлетворение требований потребителей в будущем;

2. Маркетинг предприятий – производителей – система изучения предпочтений потребителей и спроса для организации, которая предоставляет услуги, максимально направлены на удовлетворение потребностей потребителей и обеспечение высоких результативных форм обслуживания;

3. Маркетинг общественных туристических предприятий – деятельность, направленная на формирование и управление общественным мнением;

4. Маркетинг территорий и регионов – деятельность, направленная на формирование, поддержание поведения потребителей туристического продукта по отношению к определенным городам, районам и странам.

Важнейшее значение маркетинга в туристическом предприятии занимают взаимоотношения с потребителями. Отношения на долгосрочной основе являются наиболее выгодными и менее затратными, нежели расходы на маркетинг, которые направляются на привлечения внимания новых потребителей. Так, на привлечение нового потребителя затрачивается в 6 раз больше денежных средств, чем на проведение продажи уже имеющемуся клиенту. В том случае если потенциальный клиент остался неудовлетворенным, то повторно привлечь его внимание фирме будет стоить в 27 раз дороже. Такая статистика предполагает применение нового подхода к управлению маркетингом туристического агентства, который базируется на концепции маркетинга взаимоотношений, которая переносит акцент в маркетинговой деятельности с техники маркетинговых инструментов на развитие долгосрочных взаимоотношений с клиентами.

В случае таких отношений удовлетворение потребителя дает эффект синергии, который выражается в формировании приверженности и преданности потребителя и в его нежелании изменять туристическую компанию в случае повторной покупке. В данной сфере бизнеса очень ярко и четко выражается эффект Парето, который означает, что 20% потребителей формируют 80 % прибыли компании.

При данной концепции маркетинга взаимодействие предприятия с потенциальными клиентами должно носить индивидуальный характер. И в таком случае основным фактором успеха будет являться не только туристический продукт, а в большей степени профессиональные качества персонала, который взаимодействует с потребителями.

В случае использования данной концепции, компании необходимо выявить уровень, на котором будет формироваться взаимоотношения с разными сегментами

рынка и индивидуальными потребителями. Выделяют определенные уровни такого взаимодействия:

- Пассивный – представитель компании реализовывает товар и больше не предпринимает никаких действий;
- Реагирующий – после продажи представитель интересуется мнением потребителя о качестве продукта;
- Проактивный - представитель время от времени поддерживает связь с потребителем – отправка сообщений к праздникам, новые каталоги и пр.
- Уровень партнерства – непрерывная связь представителя компании с потребителем для того, чтобы добиться высокой степени приверженности потребителя.

Выводы. На протяжении многих лет сфера туризма становится все более современной и разносторонней. Сегодня туризм является важнейшей отраслью мировой экономики. Он становится стилем жизни миллионов людей. Туризм является сферой экономики, которая открывает большие возможности для развития бизнеса. Основой успешной деятельности туристической компании является понимание мотивов, желаний и предпочтений, которые можно исследовать с помощью маркетинговых инструментов. Развитие маркетинга в туристической отрасли – это ключ к совершенствованию туризма, появлению новых видов отдыха.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studopedia.su/4_14534_sovremennie-tendentsii-razvitiya-marketinga-turistskih-predpriyatij (дата обращения: 16.02.2019)
2. Концепции маркетинга в туризме [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.redov.ru/delovaja_literatura/marketing_v_socialno_kulturnom_servise_i_turizme/p2 (дата обращения: 17.02.2019)
3. Современные тенденции развития маркетинга туризма [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studopedia.net/4_58151_sovremennie-tendentsii-razvitiya-marketinga-turizma (дата обращения: 17.02.2019)
4. Особенности маркетинга услуг туризма [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studwood.ru/1924164/marketing/osobennosti_marketinga_uslug_turizma (дата обращения: 17.02.2019)
5. Маркетинг туристических услуг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mirznani.com/a/143393/marketing-turisticheskikh-uslug> (дата обращения: 17.02.2019)
6. Саак, А.Э., Пшеничных Ю.А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. СПб.: Питер, 2011. – 458 с.

УДК 339 9:331

*Онищенко А.А,
Научный руководитель: Кравченко В.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТИ

Резюме. В данной статье рассмотрены основные тенденции развития мирового нефтяного рынка, и проведен анализ современной ситуации на мировом нефтяном рынке.

Ключевые слова: нефть, ОПЕК, мировой рынок нефти, чёрное золото, энергетический ресурс.

Вступление. В последние годы на мировых энергетических рынках произошли противоречивые трансформации, в которых усматриваются как новые риски, так и новые

возможности. Несмотря на развитие альтернативных источников энергии, ископаемые виды топлива остаются главными составляющими мирового энергопотребления. Не случайно нефтяная отрасль оказалась в эпицентре геополитического противостояния, стала объектом санкций и ограничений.

В оценках и прогнозах ведущих экспертов, включая недавний доклад компании BritishPetroleum «Прогноз развития мировой энергетики до 2040 года», из которого следует, что в обозримом будущем без углеводородных источников энергии - нефти и природного газа - глобальная экономика обойтись не сможет. Роль нефти в обеспечении международной энергобезопасности останется чрезвычайно важной.

При этом на мировых энергетических рынках усиливается конкуренция различных энергоносителей, включая неконвенциональные (прежде всего сланцевые) и альтернативные: солнечные, ветряные, геотермальные и др. Нельзя недооценивать стремление многих государств, включая практически все экономически развитые, наращивать долю возобновляемых энергоносителей в национальном энергетическом балансе. В большинстве серьезных сценариев развития глобальной экономики спрос на «черное золото» будет увеличиваться - прежде всего, благодаря ускоренному экономическому росту развивающихся стран.

Однако, как показал опыт последних лет, мировой нефтяной рынок может быть подвержен резким конъюнктурным колебаниям. Перепады цен на нефть подвергают суровым испытаниям страны-экспортеры, включая Россию.

Цель: исследовать теоретические тенденции развития мирового рынка нефти и перспективы его развития.

Объектом исследования является современный мировой рынок нефти в условиях глобализации мировой экономики.

Предметом исследования являются пути развития современного мирового рынка нефти, механизм его функционирования.

Основная часть. Нефть является важнейшим энергетическим ресурсом, влияющим на политику и экономику, как и мирового хозяйства в целом, так и отдельных стран. Но, вместе с тем, нефть является и ресурсом ограниченным. На протяжении многих лет идет борьба за контроль над богатствами «черного золота», а также регулированием нефтяного рынка. В данный период тенденция не изменилась. И сейчас эта тема является наиболее актуальной. По состоянию на 1 января 2018 года чуть меньше 80 процентов доказанных запасов нефти приходится на восемь стран. Из них шесть стран входят в состав ОПЕК и лишь только две (Канада и Россия) не являются членами ОПЕК. Мировым лидером по доказанным запасам является Венесуэла (по большей части за счет тяжелой/битуминозной нефти). Если же брать в расчет только легкую традиционную нефть, то несомненным лидером будут страны Ближнего Востока. В совокупности на них приходится 47,6 процентов доказанных запасов нефти. *Однако* доказанные запасы, принятые в международной классификации, не отражают в целом запасы нефти, которые можно извлечь в длительной перспективе. Доказанные запасы сырой нефти - это оценочное количество нефти, которое по геологическим и инженерным данным может быть извлечено в ближайшем будущем из уже известных залежей, принимая во внимание существующие технологии и текущую экономическую ситуацию. Это только часть более общей ресурсной базы. [1]

Таблица 1

Мировые запасы нефти по странам (на 01.01.2018), млрд. баррелей:

Страна	Запасы нефти	% от мировых запасов
Венесуэла	303,2	17,9
Саудовская Аравия	266,2	15,7
Канада	168,9	10
Иран	157,2	9,3
Ирак	148,8	8,8

Россия	106,2	6,3
Кувейт	101,5	6
ОАЭ	97,8	5,8
США	50	2,9
Ливия	48,4	2,9
Нигерия	37,5	2,2
Казахстан	30	1,8
Китай	25,7	1,5
Катар	25,2	1,5
Бразилия	12,8	0,8
Все остальные	117,4	7

Источник: составлено автором по данным BP Statistical Review of World Energy 2018

Необходимым условием для осуществления масштабных долгосрочных инвестиций в нефтедобывающую промышленность при условии благоприятных перспектив **спроса на нефть** на мировом рынке является наличие соответствующих геологических запасов нефти, как в конкретном регионе, так и в мире в целом.

Оценка геологических запасов нефти в земных недрах всегда носит приблизительный характер. Точность ее зависит от множества причин и прежде всего от степени геологической изученности территории, масштабов уже проведенных поисково-разведочных работ, критериев и методов, применяемых при обработке полученных результатов полевых исследований, а также нередко от общеэкономических, политических и даже социальных факторов, подчас вынуждающих отдельные фирмы и даже страны публиковать намеренно завышенные или, напротив, заниженные оценки имеющихся у них запасов природного сырья.

Необходимые масштабы геолого-поисковых и разведочных работ определяются в первую очередь неуклонно растущей потребностью в нефти, долговременной динамикой мировых цен на нефть, а также наличием соответствующих месторождений, а в последние десятилетия - чрезвычайно быстрым развитием новых более эффективных технологий их разведки и последующей добычи нефти.

Приведенные выше факторы предопределяют подчас существенные расхождения в оценке статистических показателей о фактических геологических запасах нефти, публикуемых в различных международных и национальных изданиях. Анализ этих источников позволяет утверждать, что наиболее достоверные и полные статистические данные о вероятных запасах нефти в 105 странах мира.[2]

По имеющимся оценкам, более 3/4 мировых современных достоверных запасов нефти сосредоточено в странах - членах ОПЕК, и почти 9/10 - в государствах, которые относят к развивающимся, некоторые из них, например, Саудовская Аравия, Кувейт, ОАЭ, именно за счет доходов от нефти по размерам национального дохода на душу населения опережают даже промышленно развитые страны.

В мировой практике нефтяные ресурсы континентального шельфа уже стали основным источником прироста добычи нефти. В настоящее время доля нефти, добываемой на континентальном шельфе, составляет более 35% мирового объема добычи. Также, ведутся работы по поиску нефти в Антарктиде и на Антарктическом шельфе. По оценкам Департамента энергетики США, предполагаемые запасы нефтяных месторождений только на шельфе морей Росса и Уэдделла составляют примерно 50 млрд барр., то есть не уступают по своим объемам нефтяным месторождениям Аляски.

На мировой нефтяной рынок в свое время повлиял кризис 2008 года, затронувший весь мир. В предкризисное время цена за баррель составляла порядка 147 долларов, что является завышением. В частности, это было обусловлено спекулятивными сделками с нефтяными фьючерсами. Но в период кризиса цена на нефть резко снизилась - более чем на 65%. Следствием является сокращение спроса на этот вид топлива, так как в

результате неблагоприятного влияния финансового кризиса на бюджеты многих стран.

Как считают аналитики, падение цен на нефть было вызвано резким снижением спроса на энергоносители в условиях глобального финансового кризиса. Согласно отчётам Министерства энергетики США, за ноябрь 2008 года запасы нефти в Америке увеличились на 1,6 млн барр., что составило 313,5 млн барр. Запасы бензина же увеличились на 500 тысячбарр. (198,6 млн барр.).

Значительное превышение предложение на «черное золото» над спросом на мировом рынке нефти привело к колоссальному обвалу цен . Но уже через 3 месяца цена с уровня в 40 долларов за баррель увеличилась до 60 долларов, достигнув уровня 2007 года.

Что касается дальнейшего развития мирового рынка нефти, то здесь важно упомянуть о пике добычи столь ценного ресурса. Так как нефть - ресурс невозобновляемый, то тот момент, что когда-нибудь общемировая добыча станет пиком, неизбежен. [3]

Согласно предположениям USGS (Геологическая служба США), то при данных темпах добычи нефти, запасов этого ценного энергетического топлива будет достаточно для его добычи в следующие 50-100 лет. Так же, обращаясь к исследованию Геологической службы США от 2000 г., пик добычи нефти возможен ближе к 2037 г.

Невозможно утверждать, будет ли снижение добычи нефти в ближайшем будущем, но также очевидно, что спрос на «черное золото» падать не будет, а это значит, что возможно будет наблюдаться тенденция к дальнейшему повышению цен на нефть. На конец 2018 года цена на нефть составляла 53,8 долл. за баррель.

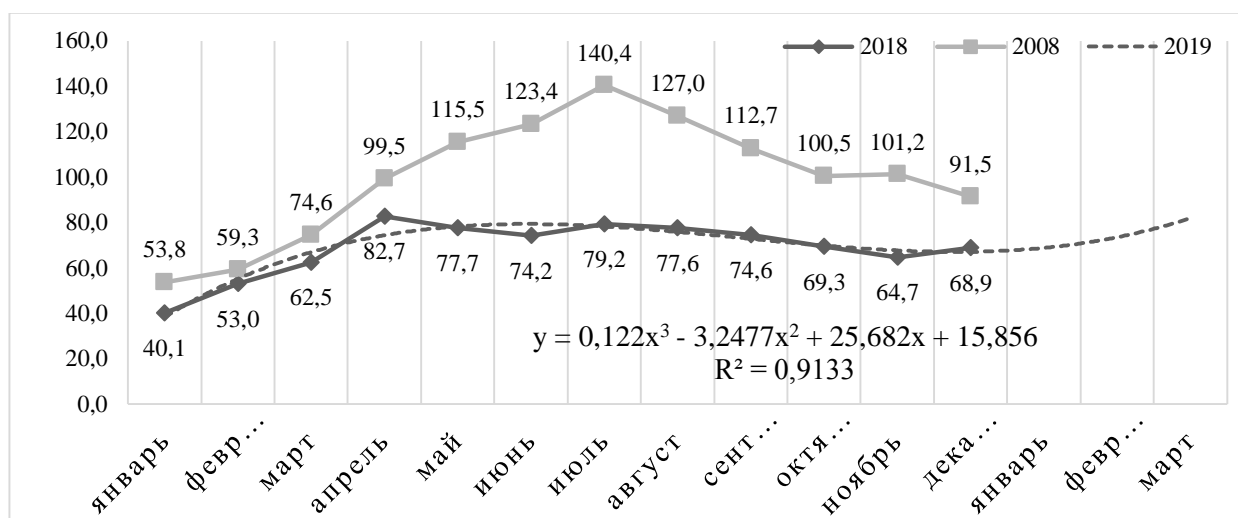


Рис.1. Динамика изменения цены на нефть Brent (Brent) за 2008, 2018 год, 2019 (прогноз) долл. США за барр

Согласно прогнозу МЭА (International Energy Agency), в среднем по миру темпы прироста потребления составят 1,9%, в том числе 0,8% - в промышленно развитых странах, 2,9% - в развивающихся странах с переходной экономикой. Наиболее активно этот показатель будет расти в Китае (4,6%), Южной Азии (4,2%), Восточной Азии (3,6%), в Африке и Латинской Америке (2,5%) . [4]

Нефтяные ресурсы распределены неравномерно. Основная часть мировых запасов находится в странах Ближнего Востока, входящих в ОПЕК. По данным на сегодняшний день общемировых запасов нефти хватит на 42 года, но с развитием новых технологий становится возможной разработка труднодоступных запасов, что продлевает использование нефти на далекую перспективу.

В середине второго десятилетия текущего века в развитие мировой нефтяной отрасли властно вмешались политические факторы, прежде всего разного рода санкции и ограничения, направленные против отдельных ведущих нефтедобывающих и нефтеэкспортирующих стран. Затронув в первую очередь интересы России и Венесуэлы, введенные западными государствами санкции радикально осложнили и без того непростые условия международного сотрудничества. В обстановке обострившегося корпоративного соперничества на нефтяных рынках неэкономические и, по существу, нерыночные инструменты практически открыто используются для создания односторонних конкурентных преимуществ. В частности, санкции и ограничения служат продвижению более дорогих сланцевых энергоносителей, производимых американскими компаниями.

Первой под ограничения попала Венесуэла, обладающая крупнейшими в мире доказанными запасами нефти. Под предлогами политического (свобода деятельности оппозиции) и гуманитарного (защита прав человека) характера следующим под санкции Вашингтон попал Каракас. В частности, Белый дом запретил американским банкам не только совершать операции с венесуэльскими долговыми бумагами, но и участвовать в переговорах на эту тему.

Согласно экспертным оценкам, нефтяная промышленность Венесуэлы имеет хорошие перспективы роста благодаря беспрецедентно мощной ресурсной базе, сравнимой лишь с нефтяными богатствами Саудовской Аравии. Санкционное и политико-дипломатическое давление со стороны Соединенных Штатов не только дестабилизирует функционирование венесуэльской нефтяной отрасли (и затрудняет социально-экономическое развитие страны в целом), но и привносит элементы неустойчивости и неопределенности в трансграничную торговлю жидкими углеводородами. [8]

В начале августа 2017 г. президент США подписал закон «О противодействии врагам Америки с помощью санкций», ужесточивший уже действовавший санкционный режим против России. Важное место в общем ряду антироссийских санкций заняли секторальные меры и запреты, затронувшие интересы крупнейших российских энергетических компаний, включая «Роснефть», «Газпромнефть», «Транснефть», «Новатэк», ЛУКОЙЛ, «Сургутнефтегаз». [5]

Проведением в жизнь санкционной политики занимаются несколько органов исполнительной власти в Вашингтоне. В частности, казначейство США выпустило директиву, согласно которой американцам запрещается продавать оборудование, оказывать услуги и передавать технологии, которые могут быть использованы для разведки и добычи нефти на глубоководном шельфе Арктики и на сланцевых месторождениях на территории Российской Федерации. Под ограничения попали самые разные виды оборудования для вертикального и горизонтального бурения, буровые и обсадные трубы, программное обеспечение для гидравлического разрыва (на сланцевых месторождениях), насосы высокого давления, сейсмические аппараты, компрессоры, расширители, клапаны, стояки и т.д. Другими словами, перекрываются каналы российско-американских деловых связей в отрасли, имеющей для обеих стран приоритетную стратегическую ценность.

Политика санкционного давления начинает напрямую использоваться как инструмент внешней торговли, способ вытеснения конкурентов. Очевидно, что подобного рода деятельность будет иметь далеко идущие последствия. Как отмечал главный исполнительный директор ПАО «НК «Роснефть» И.И. Сечин, «политика санкций и ультиматумов в применении к рынкам углеводородов не может не привести к появлению перманентной «санкционной премии» в цене. Через какое-то время, не исключая, мы сможем говорить о санкционном сырьевом «суперцикле» и уже в близкой перспективе увидим новые ценовые рекорды».

Разумеется, рост цен на углеводороды - это лишь один из возможных сценариев развития ситуации на нефтяном рынке. Существующие в мировой экономике и политике вызовы и риски способны любой тренд развернуть в самом неожиданном направлении.

В **заключении** стоит отметить, что на протяжении ста лет «нефтяной фактор» остается одним из решающих элементов, который влияет на международные отношения. Нефть - это основной энергоресурс, который занимает первое место в структуре энергопотребления и обеспечивающий развитие мировой экономики.

Также стоит кратко выделить следующие тенденции развития мирового рынка нефти:

- нефть в период до 2030 года будет доминирующим источником энергии;
- аналитики прогнозируют благоприятную конъюнктуру для производителей и экспортеров нефти, поскольку ситуация на мировом рынке нефти и реальные интересы его основных участников позволяют рассчитывать на стабильно высокий уровень цен на нефть в ближайшей перспективе;
- основными импортерами нефти в среднесрочный период будут страны Юго-Восточной Азии, Центральной и Восточной Европы;

Благодаря согласованной производственной политике и совместным дипломатическим усилиям стран-членов ОПЕК и России в 2017-2018 гг. удалось добиться стабилизации мировых нефтяных рынков, выйти на приемлемый уровень цен на жидкие углеводороды. Но достигнутая стабильность остается весьма хрупкой, а динамика цен на нефть сохраняет неустойчивый циклический характер и может преподнести еще немало различных исходов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Телегина Е. Новое измерение глобальной энергетической безопасности. - Мировая экономика и международные отношения, 2015, №11, с.5-16.
2. Моргунов Е.В. Анализ нефтяного рынка и рекомендации по совершенствованию Российской модели биржевой торговли нефтью // Вестник Университета. -2015. - №2. - с.196-201.
3. Малова Т.А., Сысоева В.И. Мировой рынок нефти: поиск равновесия в условиях новой «нефтяной» реальности // Вестник МГИМО – Университета. 2016. № 6. С. 114–123.
4. Михайлов А.Ю. Нефтегазовые доходы российского бюджета в 2015 году: прогноз и риски // Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. 2015. № 2. С. 52–59.
5. Балаев А.И., Гурвич Е.Т., Прилепский И.В., Суслина А.Л. Влияние цен на нефть и обменного курса на доходы бюджетной системы // Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. 2014. № 1. С. 5–16.
6. BP Statistical Review of World Energy 2018 [Электронный ресурс] / <https://www.bp.com>

УДК 336.67

Орлова Е.В.

*Научный руководитель: Бычкова О.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ДИАГНОСТИКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА С ПОМОЩЬЮ ДИСКРИМИНАНТНОГО АНАЛИЗА НА ПРИМЕРЕ ПАО «АЗОТ»

Резюме. В статье рассмотрены теоретические положения построения Z-модели дискриминантного анализа, рассмотренная модель относится к классическим моделям оценки вероятности банкротства. Также рассмотрено практическое применение Z-моделей и необходимость их анализа для промышленного предприятия.

Ключевые слова: банкротство, дискриминантный анализ, неплатежеспособность, кризис предприятия

Постановка проблемы. В современных условиях динамического развития экономики предприятия подвергаются угрозе неплатежеспособности и банкротства.

Банкротство предприятия – это большая проблема для экономики любой страны, которая вызвана в большей степени внешними причинами по отношению к предприятию.

Актуальность темы обусловлена тем, что предприятия химической промышленности подвержены влиянию кризисных явлений, которые могут привести к банкротству. Своевременная диагностика банкротства способна предотвратить или вовремя ликвидировать само банкротство предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Многочисленные исследования в области изучения банкротства, как самостоятельной экономической категории, отражены в трудах как отечественных, так и зарубежных ученых. Среди них следует выделить Э. Альтмана, Р. Таффлера, Р. Лиса, Г. Тишоу, Г.В. Савицкую, О.П. Зайцеву, Г.Г. Кадыкова, Р.С. Сайфуллину, А.А. Терещенко, Н.П. Шморгун, И.А. Бланк, М.В. Федотову, Н.А. Никифорову, Н.П. Филимоненко, Дж.А. Олсон, В.Ю. Жданов и многие другие [1].

Цель исследования – изучение теоретических подходов к оценке вероятности банкротства, теоретическое и методологическое обоснование необходимости диагностики финансового состояния предприятия, а также исследование процедуры практического применения модели дискриминантного анализа в современных условиях.

Изложение основного материала. Для стабильного функционирования предприятия в условиях сложной экономической ситуации необходимо постоянно осуществлять не только анализ текущего экономического состояния предприятия, но и его оценочную диагностику возможного банкротства. Это повышает актуальность разработки реальной модели оценки риска банкротства, которая являлась бы достоверным и помогала своевременно предвидеть кризисные ситуации на предприятии.

Для диагностики вероятности банкротства чаще используют модели, построенные с учетом стохастического факторного анализа, к которым относятся общеизвестные Z-модели зарубежных и отечественных авторов [2].

Рассмотрим наиболее распространенные методы и модели оценки вероятности банкротства предприятия [3].

Метод Альтмана был разработан в 1968 г. На основе статистического анализа финансовых показателей деятельности субъектов предпринимательства.

Эту модель называют Z-показателем. Модель активно используется для экономики США. Точность прогнозирования банкротства по этой модели составляет 95 %.

Опираясь на результаты хозяйственной деятельности 66 компаний (половины – 33 успешных и столько же банкротов), рассчитав 22 финансовых коэффициента и воспользовавшись только пятью из них, Альтман вывел формулу.

Отечественные экономисты внесли некоторые изменения в первоначальную модель Э. Альтмана, которая приняла вид, приведенный в формуле (1):

$$Z_{1968} = 1,2 \times K_1 + 1,4 \times K_2 + 3,3 \times K_3 + 0,6 \times K_4 + K_5 \quad (1)$$

где Z_{1968} – интегральный показатель уровня угрозы банкротства;

K_1 – отношение собственного оборотного капитала к сумме всех активов:

$$K_1 = \frac{\text{Собственный оборотный капитал}}{\text{Активы}} = \frac{\text{ф.1 стр.1495} - \text{стр.1095}}{\text{ф.1 стр.1300}};$$

K_2 – отношение нераспределенной прибыли к сумме всех активов:

$$K_2 = \frac{\text{Нераспределенная прибыль}}{\text{Активы}} = \frac{\text{ф.1 стр.1420}}{\text{ф.1 стр.1300}};$$

K_3 – уровень прибыльности активов:

$$K_3 = \frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Активы}} = \frac{\text{ф.2 стр.2290}}{\text{ф.1 стр.1300}};$$

K_4 – коэффициент соотношения собственного капитала к заемному капиталу:

$$K_4 = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Заемный капитал}} = \frac{\text{ф.1 стр.1495}}{\text{ф.1 стр.1900 – стр.1495}};$$

K_5 – коэффициент оборачиваемости активов:

$$K_5 = \frac{\text{Чистый доход}}{\text{Активы}} = \frac{\text{ф.2 стр.2000}}{\text{ф.1 стр.1300}}.$$

В зависимости от значения прогнозируется вероятность банкротства:

до 1,8 – очень высокая;

от 1,81 до 2,675 – высокая;

от 2,676 до 2,99 – возможна;

более 3,0 – очень низкая.

Модель Романа Лиса выражается формулой (2):

$$Z_{Л} = 0,063 \times K_1 + 0,092 \times K_2 + 0,057 \times K_3 + 0,001 \times K_4, \quad (2)$$

где $Z_{Л}$ – интегральный показатель уровня угрозы банкротства;

K_1 – отношение собственного оборотного капитала к сумме всех активов:

$$K_1 = \frac{\text{Собственный оборотный капитал}}{\text{Активы}} = \frac{\text{ф.1 стр.1495 – стр.1095}}{\text{ф.1 стр.1300}};$$

K_2 – отношение прибыли от реализации к сумме всех активов:

$$K_2 = \frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Активы}} = \frac{\text{ф.2 стр.2090 – стр.2130 – стр.2150}}{\text{ф.1 стр.1300}};$$

K_3 – отношение нераспределенной прибыли к сумме всех активов:

$$K_3 = \frac{\text{Нераспределенная прибыль}}{\text{Активы}} = \frac{\text{ф.1 стр.1420}}{\text{ф.1 стр.1300}};$$

K_4 – отношение собственного капитала к сумме привлеченного капитала:

$$K_4 = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Заемный капитал}} = \frac{\text{ф.1 стр.1495}}{\text{ф.1 стр.1900 – стр.1495}}.$$

Предельное значение $Z_{Л} = 0,037$.

Если $Z_{Л} < 0,037$, предприятию грозит банкротство; если $Z_{Л} > 0,037$, это свидетельствует о стабильном финансовом состоянии.

Модель Спрингейта выражается формулой (3):

$$Z_{С} = 1,03 \times K_1 + 3,07 \times K_2 + 0,66 \times K_3 + 0,40 \times K_4, \quad (3)$$

где $Z_{С}$ – интегральный показатель уровня угрозы банкротства;

K_1 – отношение рабочего

капитала к сумме обязательств:

$$K_1 = \frac{\text{Рабочий капитал}}{\text{Обязательства}} = \frac{\text{ф.1 стр.1495} - \text{стр.1095} + \text{стр.1595}}{\text{ф.1 стр.1595} + \text{стр.1695}};$$

K_2 – отношение общей прибыли к сумме всех активов:

$$K_2 = \frac{\text{Прибыль до налог обложения}}{\text{Активы}} = \frac{\text{ф.2 стр.2290}}{\text{ф.1 стр.1300}};$$

K_3 – отношение общей прибыли к краткосрочным обязательствам:

$$K_3 = \frac{\text{Прибыль до налог обложения}}{\text{Текущие обязательства и обеспечения}} = \frac{\text{ф.2 стр.2290}}{\text{ф.1 стр.1695}};$$

K_4 – отношение чистого дохода к сумме активов:

$$K_4 = \frac{\text{Чистый доход}}{\text{Активы}} = \frac{\text{ф.2 стр.2000}}{\text{ф.1 стр.1300}}.$$

Считается, что точность прогнозирования банкротства по этой модели составляет 92 %, однако со временем этот показатель уменьшается. Минимальное допустимое значение $Z_C = 0,862$.

Если $Z_C < 0,862$, то предприятие считается потенциальным банкротом, при показателе Спрингейта больше 0,862 предприятие можно считать функционирует нормально.

Модель Таффлера и Тишоу выражается формулой (4):

$$Z_{TuT} = 0,53 \times K_1 + 0,13 \times K_2 + 0,18 \times K_3 + 0,16 \times K_4, \quad (4)$$

где Z_{TuT} – интегральный показатель уровня угрозы банкротства;

K_1 – отношение прибыли от реализации к краткосрочным обязательствам:

$$K_1 = \frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Текущие обязательства и обеспечения}} = \frac{\text{ф.2 стр.2090} - \text{стр.2130} - \text{стр.2150}}{\text{ф.1 стр.1695}};$$

K_2 – отношение оборотных активов к сумме обязательств:

$$K_2 = \frac{\text{Оборотные активы}}{\text{Сумма обязательств}} = \frac{\text{ф.1 стр.1195}}{\text{ф.1 стр.1900} - \text{стр.1495}};$$

K_3 – отношение краткосрочных обязательств к сумме всех активов:

$$K_3 = \frac{\text{Текущие обязательства и обеспечения}}{\text{Активы}} = \frac{\text{ф.1 стр.1695}}{\text{ф.1 стр.1300}};$$

K_4 – отношение чистого дохода к сумме активов:

$$K_4 = \frac{\text{Чистый доход}}{\text{Активы}} = \frac{\text{ф.2 стр.2000}}{\text{ф.1 стр.1300}}.$$

Если $Z_{TuT} > 0,3$, то предприятие является финансово устойчивым и имеет неплохие долгосрочные перспективы, если же $Z_{TuT} < 0,2$, то вероятность банкротства очень высока.

Промежуток от 0,2 до 0,3 составляет так называемую «зону неопределенности».

Модель Бивера. Известный финансовый аналитик Уильям Бивер предложил свою систему показателей для оценки финансового состояния предприятия (табл. 1.) [4].

Таблица 1.

Система показателей У. Бивера

Наименование показателя	Алгоритм расчета	Рекомендуемое значение показателей		
		Группа I – устойчивое финансовое состояние	Группа II – за 5 лет до банкротства	Группа III – за год до банкротства
Коэффициент Бивера	$\frac{\text{ф.2стр.2350} - \text{стр.2515}}{\text{ф.1стр.1595} + \text{стр.1695}}$	0,4-0,45	0,17	0,15
Коэффициент текущей ликвидности	$\frac{\text{ф.1стр.1195}}{\text{ф.1стр.1695}}$	$\geq 3,2$	$\geq 2,0$	$\geq 1,0$
Коэффициент рентабельности активов	$\frac{\text{ф.2 стр.2290}}{\text{ф.1стр.1300}}$	0,06-0,08	0,04	-0,22
Коэффициент концентрации заемного капитала	$\frac{\text{ф.1стр.1595} + \text{стр.1695}}{\text{ф.1стр.1900}}$	0,37	0,50	0,80
Коэффициент покрытия активов собственным оборотным капиталом	$\frac{\text{ф.1стр.1495} - \text{стр.1095}}{\text{ф.1стр.1300}}$	0,4	$\geq 0,3$	$\approx 0,06$

Рассмотрим практическое применение рассмотренных методов и моделей оценки вероятности банкротства на примере диагностики ПАО «Азот» (табл.2).

Таблица 2

Результаты расчетов вероятности банкротства для ПАО «Азот» за 2015–2017 гг.

Модель	Значение показателя		
	2015	2016	2017
Пятифакторная модель Э. Альтмана	-11,83	-10,73	-12,92
	Высокая		
Четырехфакторная модель Р. Лиса	-0,45	-0,54	-0,64
	Высокая		
Четырехфакторная модель Г. Спрингейта	-3,12	-1,56	-1,00
	Высокая		
Модель Таффлера и Тишоу	1,17	1,36	0,85
	Низкая		
Модель Бивера	-0,24	-0,08	-0,03
	Высокая		

Осуществив дискриминантный анализ вероятности банкротства ПАО «Азот» за 2015–2017 гг. по моделям Э. Альтмана, Р. Спрингейта, Р. Лиса, Таффлера и Тишоу, У. Бивера можно сделать вывод, что вероятность банкротства ПАО «Концерн Стирол» за исследуемый период высокая, что свидетельствует о состоянии банкротства предприятия.

Из табл.2. видно, что для ПАО «Азот» необходимо проводить антикризисные мероприятия для восстановления устойчивого финансового состояния, так как за исследуемый период видно, что предприятие станет банкротом в течении в 1-2 следующих лет. Результаты деятельности промышленного предприятия является довольно низкими для обеспечения динамического роста в будущем. Данная ситуация

усложняется перспективами новых кризисов и последствиями прошлых

Выводы. Предприятиям всех отраслей и сфер экономики целесообразно проводить диагностику вероятности банкротства один раз в год, при его нормальном функционировании, если предприятие подвергается кризисным явлениям или процессом то данную диагностику необходимо проводить чаще, чтобы заметить первые признаки угрозы банкротства предприятия.

Диагностика банкротства предприятия указывает на то, какие мероприятия для стабилизации финансового состояния предприятия необходимо внедрить для снижения угрозы банкротства

Изложенный в статье материал может использоваться в практической деятельности промышленных предприятий при диагностике и реализации стратегий и планов развития, ликвидации кризисных явлений и предупреждении негативных тенденций развития

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахновская И.А. Система сбалансированных показателей как система стратегического управления предприятием: монография / И.А. Ахновская. – Донецк: СПД Куприянов В.С., 2011. – С. 265-274.
2. Большаков А.С. Современный менеджмент: Теория и практика / А.С. Большаков, В.И. Михайлов. – СПб.: Питер, 2000. – 416 с.
3. Жданов В. Ю. Модель диагностики риска для авиапредприятий разработана с учетом факторов внешней среды: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Жданов Василий Юрьевич; Московский авиационный институт. – Москва, 2012. – 24 с.
4. Краснова В.В. Финансовый менеджмент: учеб. пособ. для студ. высших учеб. заведений / В. В. Краснова, Б. А. Жнякин, М. И. Хромов и др.; за общ. ред. В. В. Красновой. – Донецк: ДонНУ, 2013. – 505 с.

УДК 330.32-047.44(470)

Осадчая М.И.

*Научный руководитель: Оленичева Ю.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Резюме. Анализ инвестиционного потенциала различных регионов России является важным инструментом определения качества и эффективности управления территориями. Привлекательность региона для инвесторов является одним из ключевых факторов территориального развития. Одной из важнейших задач государственной и региональной власти является противодействие оттоку капитала за рубеж и создание благоприятной инвестиционной среды. Уровень инвестиций является одним из ключевых показателей, используемых органами федеральной власти для оценки качества регионального управления.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность региона, экономический рост, иностранные инвестиции, инвестиционный климат, инвестиционная деятельность.

Актуальность данной темы. Инвестиционная политика государства представляет собой сложный процесс, который зависит от многих факторов. Исследование проблем инвестирования экономики всегда находилось в центре внимания экономической науки. Это обусловлено тем, что инвестиции затрагивают самые глубинные основы хозяйственной деятельности, определяя процесс экономического роста в целом. Активизация инвестиционного процесса является одним из наиболее действенных механизмов социально-экономических преобразований. Инвестиции

являются основой для систематического обновления основных производственных фондов предприятия и осуществления политики расширенного воспроизводства; ускорения НТП и улучшения качества продукции; структурной перестройки общественного производства и сбалансированного развития всех видов экономической деятельности; создания необходимой сырьевой базы производства; гражданского строительства, развития здравоохранения, высшей и средней школы; смягчения и решения проблемы безработицы; охраны окружающей среды и других целей.

Степень исследованности. Рассмотрению возможностей инвестиционной привлекательности региона посвящены работы таких ученых, как В. В. Глухов, Т. П. Некрасова, Н. В. Смирнова, И. М. Волков, М. В. Грачев, В. М. Тарасов, А. В. Денчук и др. Однако не решенной остается проблема выбора методики осуществления оценки инвестиционной привлекательности на региональном уровне.

Целью работы является анализ инвестиционной привлекательности Российской Федерации.

Основная часть. По мнению большинства экспертов, мировая экономика постепенно выходит из кризиса, в то время как страны БРИКС опережают в этом движении наиболее развитые страны. Это означает, что развивающиеся рынки вновь станут привлекательной почвой для иностранных инвесторов, но не все, а в основном те, которые будут в состоянии обеспечить наиболее благоприятные и комфортные условия для иностранного капитала [2]. The Wall Street Journal и Фонд наследия выпустили бюллетень по индексу экономической свободы. Он показывает систематическое повышение уровня экономических свобод после глобального кризиса, и, следовательно, определение наиболее благоприятных условий для ведения бизнеса. В обзоре показаны 183 страны и более половины из них улучшили свои позиции. Среди них Россия не фигурирует. По мнению экспертов, основными причинами этого являются нестабильность экономической и политической ситуации, несовершенное и противоречивое законодательство, нечеткое определение прав собственности, отсутствие реальных льгот и привилегий для иностранного капитала, нестабильность рубля как национальной валюты, непредсказуемость изменений в налоговой системе, а также чрезмерной бюрократии и административных барьеров на пути бизнеса и коррупции. А в последнее время – и санкции большинства ведущих государств мира [3].

В нынешних экономических условиях, когда явно низкий уровень инвестиционных потоков и в ситуации продолжающегося восстановления инвестиционного рынка роль государства имеет решающее значение. Государство может влиять на инвестиционную деятельность с помощью амортизационной политики, политики в области исследований, политики в отношении иностранных инвестиций. Государственные инвестиции направлены на решение стратегических задач государственной политики, они часто не носят коммерческого характера. Эффективность государственных инвестиций способствует и социальному прогрессу общества. России необходимо создать механизм для обеспечения эффективного использования государственных инвестиций.

Основными направлениями такого механизма являются: укрепление целевой составляющей государственного регулирования; сотрудничество между государством и бизнесом на основе совместного финансирования проектов; обеспечение справедливости на основе капитальных трансфертов. Россия в настоящее время нуждается в прямых частных инвестициях, и не только в капитал, а, и в так называемые умные инвестиции, то есть вложения в сопровождении передачи технологий, создания новых, высокотехнологичных и хорошо оплачиваемых рабочих мест. Иностранные инвестиции важны для российской экономики. Это связано с почти полным отсутствием финансирования из государственного бюджета, отсутствием достаточных средств от предприятий, экономического кризиса и его рецессии, большого износа оборудования предприятий и других причин [4].

Следует отметить, что в настоящее время Российская Федерация активно реализует государственную политику, направленную на поддержку инвестиций. Для улучшения инвестиционного климата в России учрежден пост омбудсмена инвестиций. Это делается для того, чтобы иностранные инвесторы могли напрямую обращаться к нему со своими нуждами, предложениями и идеями.

В настоящее время последовательная работа по формированию упрощенной процедуры запуска инвестиционных проектов. В России планируется создать единую национальную систему аккредитации, которая облегчит прием новых продуктов на рынки. Правительство завершает пакет законопроектов, направленных на создание стимулов для инвестиций в высокие технологии, повышения качества социальных услуг. Создания для сектора информационных технологий технологических зон развития, создание университетов, введение льготных тарифов страховых взносов [3].

Активное состояние экономики влияет на инвестиционные процессы, которые имеют важное значение для обеспечения благоприятного инвестиционного климата, и возрождения инвестиционной деятельности, что позволяет обеспечить стабильное развитие социально-экономической системы в целом и служит интересам всего общества. Согласно заявлению Президента В. В. Путина, Правительство России стремится создать действительно открытую и предпочтительную для инвестора инвестиционную экономику — с самыми либеральными правилами, адекватными налогами, высоким качеством работы государственного аппарата [6].

Сегодня приоритетами инвестиционной политики является развитие внутреннего процесса долгосрочного инвестиционного характера, потому что иностранные инвесторы зачастую готовы войти в долгосрочный проект только тогда, когда присутствует явное участие отечественного капитала.

Таким образом, дополнительные инструменты необходимы и для накопления вложения ресурсов внутри страны. Государственная корпорация «Агентство по страхованию вкладов» (АСВ) провела анализ развития рынка вкладов физических лиц в I полугодии 2018 г. (с 1 января по 1 июля 2018 г.). Наиболее значимые тенденции следующие [5].

Сберегательная активность населения

- В I полугодии 2018 г. объем средств населения в банках увеличился на 1 004,3 млрд руб. (на 3,9%) до 26 991,7 млрд руб. (в I полугодии 2017 г. – было увеличение на 696,8 млрд руб. или на 2,9%);

- Без влияния валютной переоценки увеличение вкладов в I полугодии 2018 г. составило 2,1%.

- Объем сберегательных сертификатов на предъявителя в отчетном периоде уменьшился на 24,8 млрд руб. (на 6,4%) – до 362,9 млрд руб. В будущем ожидается его дальнейшее снижение в связи с тем, что с 1 июня 2018 г. сберегательные сертификаты могут являться только именной ценной бумагой, а их предъявительская форма упразднена;

- Сумма вкладов индивидуальных предпринимателей на 1 июля 2018 г. составила 482,7 млрд руб. (1,8% общей суммы вкладов физических лиц), увеличившись в отчетном периоде на 23,2 млрд руб. (на 5,1%);

- Общий объем застрахованных средств в банках в I полугодии 2018 г. увеличился на 1 057,3 млрд руб. (на 4,1%) до 27 090,3 млрд руб.;

Для российской экономики это является хорошим показателем по сравнению с другими развитыми странами, но лишь небольшая часть всех депозитов конвертированы в долгосрочные инвестиции. Это связано с тем, что большая часть населения предпочитает вкладывать свои сбережения в массу краткосрочных депозитов сроком до 30 дней, опасаясь вкладывать на более длительные сроки, в связи с волатильностью рубля. Плавающий курс и не всегда понятная для населения политика Центрального банка негативно влияет на качество активов банка, частично построенных

на краткосрочных депозитах. В результате, банковская система не в состоянии в полной мере инвестировать в долгосрочные проекты [2].

На современном этапе развития российской экономики требуется много долгосрочных инвестиций, направленных на модернизацию экономики — в сфере новых технологий, в реальном секторе экономики, а также на развитие инфраструктуры. Таким образом, необходима инвестиционная политика, направленная на стимулирование инвестиций, прежде всего в области новых технологий, которые будут поднимать страну на более высокий уровень. Необходима и диверсификация экспорта товаров, что снизит жесткую зависимость от мировых цен на сырье, результат будет устойчив к внешним потрясениям финансовой системы страны.

Многие эксперты отмечают положительные изменения в ситуации по долгосрочным инвестициям. Третья часть российских предприятий говорят об энергоэффективности в инвестиционных целях, чтобы снизить стоимость производства. Можно отметить увеличение доли собственных средств предприятий, появились свободные средства и прибыль в результате эффективной политики ценообразования. Предприятия готовы делать долгосрочные инвестиции, в отличие от населения, но, несмотря на положительную тенденцию улучшения финансового состояния — не имеют возможность. В государстве слабо развит сектор долгосрочных кредитов, что связано с проблемой долгосрочных инвестиций [4]. Основными проблемами долгосрочного инвестирования и инвестиционной политики в целом, являются:

- 1) нехватка «длинных» финансовых ресурсов;
- 2) неблагоприятный инвестиционный климат и необходимость трансформации форм государственного регулирования инвестиционной деятельности;
- 3) низкий уровень финансовой грамотности населения;
- 4) неэффективность проводимой денежно-кредитной политики.

Основные формы государственного регулирования инвестиционной деятельности приведены на рисунке 3.1.



Рис. 1 Основные формы государственного регулирования инвестиционной деятельности

Одним из источников длинных денег в экономике, а как следствие и одной из мер государственной инвестиционной политики должна стать эмиссия Банка России под

покупку долгосрочных государственных ценных бумаг. Так, в двух мощных экономиках мира — в США и Японии — при формировании денежного предложения (денежной базы) основное место занимают долгосрочные государственные облигации, выпускаемые в целях финансирования бюджетного дефицита. Затем эти бумаги покупаются центральными банками и остаются на их балансах. В результате в экономику поступают длинные целевые ресурсы. Такая практика устойчиво применяется последние десятилетия. Кроме этого, нужно использовать имеющийся внутренний потенциал страны — сбережения населения, путем создания эффективного механизма трансформации сбережений в долгосрочные инвестиции. Источниками длинных денег должны являться также страховые компании и негосударственные пенсионные фонды [5].

Необходимо принять комплекс дополнительных мер в области улучшения инвестиционного климата, так как действующие меры незначительно улучшили ситуацию в России. Разработка дополнительных мер, должна быть определена по четырем направлениям: совершенствование законодательства; борьба с коррупцией; создание нормальной судебной системы, способной защитить законные права инвесторов; развитие инфраструктуры, которое способствовало бы инвестированию регионов России, тем самым решив еще одну острую проблему — слабое экономическое развитие регионов, удаленных от центра [2].

Низкий уровень финансовой грамотности населения является так же немаловажной проблемой долгосрочного инвестирования и инвестиционной политики экономики страны. Это проявляется в том, что большинство населения, не знают о возможности увеличения и спасения от инфляции своих сбережений, кроме как вкладов в банковские депозиты. Помимо этого, население осуществляет в большинстве случаев краткосрочные вклады, по которым доходность минимальная и покрывает только инфляцию. В итоге, население остается без приращенного капитала, банковский сектор без длинных денег, а экономика без долгосрочных инвестиций. Поэтому нужно создать независимые консультационные институты, находящиеся под контролем государства, которые будут оказывать помощь населению, по вопросам возможных вариантов инвестирования в экономику сбережений, по которым население будет получать доходы. Причем принцип независимости сотрудников данного института от коммерческих предприятий и других, каких-либо структур должен являться ключевым моментом [4].

Не эффективность проводимой денежно-кредитной политики является одной из важнейших вышеперечисленных проблем, так как в экономике на данном этапе ее развития, не хватает длинных денег, которые способствовали бы долгосрочному инвестированию. Неадекватность проводимой политики заключается в том, что ее направленность на снижение инфляции, достигается путем сокращения монетизации, хотя причина инфляции — это результат высоких тарифов естественных монополий. Инфляция спровоцирована высокими издержками производства в связи с коррупционными поборами, ценовым произволом сырьевых и инфраструктурных монополий, устаревшими производственными и управленческими технологиями, изношенными основными фондами и инфраструктурой, а также высокой стоимостью кредитов для реальных секторов экономики.

Экономическая, социальная и инвестиционная политика Правительства Российской Федерации предусматривает дальнейшее развитие и реализацию глубоких структурных реформ, направленных на развитие принципов свободной, рыночной экономики, формирование конкурентной среды, обеспечивающей необходимый уровень инвестиций для динамичного развития [3].

Объем иностранных инвестиций в российскую экономику будет зависеть от уровня доверия иностранных инвесторов России, её «изображение» на мировых рынках капитала, инвестиционного климата, поощрение иностранных инвесторов, инвестирующих в реальном секторе экономики, отсутствия барьеров для иностранных

инвестиций и соблюдение общепринятых стандартов в отношении иностранных инвесторов.

Важнейшим условием для расширения инвестиционного сотрудничества между Российской Федерацией с иностранными государствами является создание благоприятного инвестиционного климата в стране путем предоставления иностранным инвесторам, которые вкладывают свой капитал в российской экономике, необходимых правовых гарантий для защиты своих инвестиций через подготовку и заключение межгосударственных и межправительственных соглашений о поощрении и взаимной защите инвестиций, а также о защите российских инвесторов, инвестирующих за рубежом. С этой целью будет продолжаться переговоры о заключении международных соглашений России о поощрении и взаимной защите инвестиций [6].

Создание благоприятного инвестиционного климата должно быть осуществлено следующими путями:

1. Усиление роли государства как гаранта прав субъектов инвестиционной деятельности. Это позволит участникам быть уверенными, что в кризисных ситуациях инвестированный капитал не будет потерян.

2. Создание равных конкурентных условий для всех инвесторов, независимо от форм собственности, что может способствовать эффективному распределению капитала и его устойчивого развития.

3. Решение противоречия в законодательстве.

4. Упрощение процедур утверждения документации, разработке инвестиционных программ, чтобы ускорить реализацию инвестиционных проектов.

5. Создание информационно-аналитических центров, занимающихся оценкой рейтинга потенциальных инвесторов.

6. Формирование современных инвестиционных рыночных инфраструктур, которые будут способствовать инвестиционному процессу сбережений и межсекторального перелива капитала [5].

Вывод . В нынешних экономических условиях, когда явно виден низкий уровень инвестиционных потоков и в ситуации продолжающихся санкций роль государства в улучшении инвестиционного климата, в проведении эффективной инвестиционной политики имеет решающее значение. Государство может влиять на инвестиционную деятельность с помощью амортизационной политики, политики в области исследований. Государственные инвестиции направлены на решение стратегических задач государственной политики, они часто не носят коммерческого характера. Эффективность государственных инвестиций ведет к устойчивому экономическому росту и социальному прогрессу общества. России необходимо создать механизм для обеспечения эффективного использования государственных инвестиций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аладьин, В. В. Инвестиционная деятельность субъектов Российской Федерации / В. В. Аладьин. — М.: Социум, 2002. — 222 с.
2. Артёмов Л.В. Инвестиции и инновации: словарь-справочник от А до Я / Л.В. Артёмов. — М., 1998. — 208 с.
3. Абыкаев Н. Инвестиционный потенциал и экономический рост // Экономист. 2000.
4. Андреева, И. В. Экономико-правовой анализ понятия «инвестиции» [Электронный ресурс] // Псковский государственный университет / Режим доступа к сайту: http://pskgu.ru/projects/pgu/storage/wt/wt111/wt111_11.pdf
5. Афанасьев В. Н. Анализ временных рядов и прогнозирование: Учебник / Афанасьев В. Н., Юзбашев М. М. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 228 с.: ил.
6. Аглицкий И. С., Ю. А. Васильева, Л. С. Звягин, Р. М. Качалов, Г. Б. Клейнер, Е. Н. Сирота, С. Е. Щепетова Системный анализ социально-экономической политики государства на микроуровне [Текст]: отчет о научно-исследовательской работе/ И. С. Аглицкий, Ю. А. Васильева, Л. С. Звягин, Р. М. Качалов, Г. Б. Клейнер, Е. Н. Сирота, С. Е. Щепетова. — Москва: Финуниверситет, 2014.— 190 с.;

*Остроухова А.А.
Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ «ЗЕЛеноЙ» ЛОГИСТИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация. В данной статье изучены основные принципы «зеленой» логистики в условиях глобализации. Уточнено понятие «зеленая» логистика, проводится анализ экологических мероприятий производственной логистической деятельности, позволяющих сократить вредное воздействие на окружающую среду. Особое внимание уделено определению перспектив применения «зеленых» технологий не на отдельных стадиях хозяйственной деятельности, а в процессе всей логистической системы. В статье дана оценка проблем внедрения «зеленой» логистики в деятельность торговых организаций и эффект от их применения.

Ключевые слова: зеленая логистика, зеленые технологии, глобализация, устойчивое развитие.

В современном мире, основой экономики являются инновационные технологии, которые имеют экологизированную основу и сущность. Это обусловлено тем, что в условиях глобализации, интенсивный рост основных сфер хозяйственной деятельности влияет на активное развитие предприятий. Предприятиям чтобы не отставать не только от научно-технического прогресса, но и соответствовать новомодным веяниям, захватившим разум общества, необходимо активно внедрять «зеленые» мероприятия и технологии в свою деятельность.

Целью проведенного исследования является выявление эффекта внедрения принципов «зеленой» логистики на развитие деятельности в сфере управления цепями поставок торговыми организациями.

Анализ научных исследований показал, что вопросами экологизации (внедрению экологических технологий) производственной деятельности, а также изучению концептуальных основ «зеленой» логистики занимались многие ученые, среди них - И.Н. Омельченко, А.А. Александров, А.Е. Бром, О.В. Белова, В.В. Панюков, А. Рыкалин и др. Рассматривая «зеленую» логистику с разных аспектов, большая часть теоретиков пришли к преимущественно одному пониманию её сущности, как логистики, которая основана на экологически безопасных логистических технологиях.

Важным вопросом, которому уделяли внимание ученые, стал вопрос формирования детализированной системы логистических показателей стабильного производственного процесса.

Основными показателями, которые были положены в основу данной системы стали:

- потребление энергии и водных ресурсов;
- материалоемкость продукции;
- уровень натуральности продукции;
- степень переработки отходов;
- экономический эффект от внедрения ресурсосберегающей концепции;
- социальный эффект инвестиций в развитие работников[1].

Рассмотрение данной темы имеет значительную актуальность в современном мире – это связано с распространением концепции корпоративной социальной ответственности, в соответствии с которой предприятия принимают к сведению интересы общества, возлагая на себя ответственность за влияние их деятельности на окружающую среду. За счет данной концепции принципы «зеленой» логистики становятся одними из важнейших факторов привлечения клиентов, которые уделяют все большее внимание вопросам величины нанесенного вреда компаниями. Но так было

далеко не всегда, буквально несколько лет назад «зеленые» технологии в логистике не находили своего применения. На рисунке 1 показаны три основных сдерживающих фактора, которые препятствовали внедрению «зеленых» технологий.

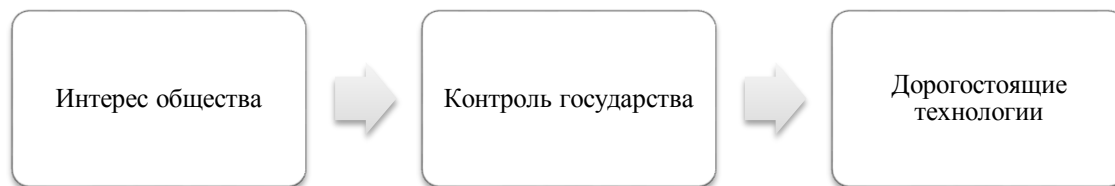


Рис. 1. Факторы, сдерживающие внедрения «зеленой» экономики

Интерес общества в вопросах бережливого природопользования и негативных последствий антропогенного воздействия был минимальным. Данное утверждение касалось не только предпринимателей, но, как ни странно, и потребителей, которые не придавали этим вопросам такого значения, в отличие от сегодняшнего времени, их не интересовала экологизация деятельности предприятий. Со стороны предпринимателей же считалось, что внедрение технологий, не приносящих вред окружающей среде, приводит лишь к удорожанию логистических издержек и, соответственно, к уменьшению прибыли.

К сдерживающим внедрение «зеленых» технологий факторам также относится отсутствие механизма контроля вопросов экологичности на государственном уровне. Безнаказанность лишь «поощряла» предпринимателей и дальше загрязнять окружающую среду, не задумываясь о последствиях. К тому же немногие предприниматели желали осуществлять долгосрочные инвестиции в «зеленые» технологии, не приносящие сиюминутного результата. А государство, в свою очередь, не пыталось в этом их заинтересовать поощрительными мероприятиями. Всё это в совокупности образовывало невероятные барьеры «зеленой экономики».

Переломным моментом в изменении отношения общества к «зеленой» логистике стал рост осведомленности потребителей и их желание пользоваться натуральными продуктами. Развитие «зеленой» логистики за рубежом также повлияло на предприятия, так как международным отечественным компаниям необходимо было соответствовать требованиям партнеров для продолжительного тесного сотрудничества.

В этой связи многие компании начали внедрять «зеленые» технологий не на отдельных стадиях хозяйственной деятельности, а в процессе всей логистической системы. Углубляясь в вопросы снабжения, складирования, транспортировки, распределения как в сферы, входящие в логистический процесс, возникает вопрос о минимизации негативного воздействия на окружающую среду в каждой из этих сфер, ведь только за счет этого возможно добиться целостного эффекта.

Перечислим ряд «зеленых» технологий и мероприятий, позволяющих добиться наилучших результатов:

- уменьшение запасов для сокращения потребности в складских площадях, что способствует исключению из логистической цепочки промежуточных пунктов хранения и перевалки грузов;

- переход на более лояльные к окружающей среде виды транспорта, такие как морской, водный, железнодорожный, что влияет на сокращение автомобильных перевозок и оптимизации маршрутов транспортировки грузов в целях сокращения выбросов вредных газов;

- отбор поставщиков сырья, которые не используют невозобновляемые ресурсы;

— уменьшение бумажного документооборота [2].

В рамках «зеленой» логистики применяются технологии, позволяющие уменьшить загрязнение окружающей среды в процессе утилизации, то есть переработки отходов производства и потребления товаров. К тому же на всех стадиях производства применяются технологии «бережливого производства», обеспечивающие устранение всех видов потерь, а именно:

- сокращение расходов на топливо и вредных выбросов в атмосферу;
- использование экологически безопасных упаковочных материалов;
- минимизацию отходов в процессе производства;
- использование энергосберегающих транспортных средств и систем в производственном процессе, а также сведение к минимуму расстояния при перевозке грузов на всех стадиях цепи поставок;
- утилизацию;
- применение рециклинга на производственных предприятиях.

В развитых зарубежных странах на государственном уровне разработан ряд политических инструментов урегулирования, направленных на максимизацию достижения эффекта от результатов экологической безопасности (табл.1).

Табл.1. Международные политические инструменты экологической безопасности

Традиционные методы регулирования	Экологические стандарты. Стандарты, регулирующие использования топлива. Формирование низких эмиссионных зон.
Рыночные экономические регуляторы	Квота на выбросы. Дорожные сборы. Транспортные налоги и углеводородные налоги. Разработка «зеленых» инвестиционных проектов.
Инфраструктурные регуляторы	Совершенствование транспортной инфраструктуры. Совершенствование административного управления. Удаление рыночных барьеров.

Развивая внедрение «зеленых» технологий, как на государственном уровне, так и на уровне отдельного предприятия стоит улучшать такие перспективные направления деятельности как:

- инвестирование в развитие и строительство новых крупных логистических центров, контролирующей эффективность логистических предприятий и грузовых перевозок в целом по стране;
- улучшение организации складского помещения, а в итоге и сокращение складских территорий в целом;
- развитие транспортных систем, развязок;
- строительство новых дорог с использованием экологичных технологий;
- осведомление потребителей об экологической направленности деятельности компании путем маркировки упаковки специальными знаками;
- развитие и стимулирование переработки отходов, снижение тарифов на утилизацию (многие предприниматели не довозят отходы до зон переработки и оставляют их у ворот утилизационных предприятий из-за высоких расценок сдачи отходов) [4].

Использование всех вышеперечисленных принципов «зеленых» технологий в логистических системах позволяет предприятиям оперировать конкурентными преимуществами, указанными на рисунке 3.

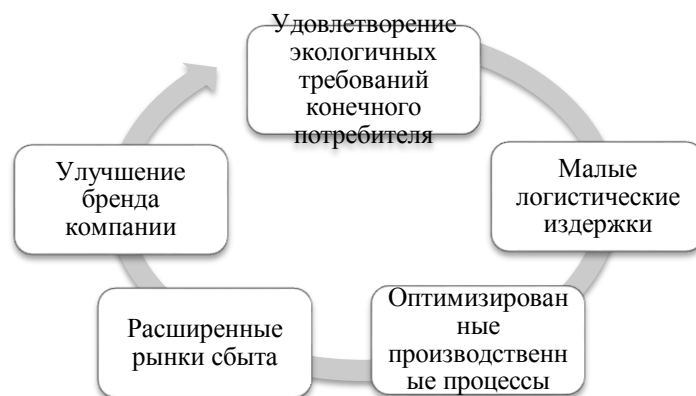


Рис. 3. Конкурентные преимущества при внедрении «зеленых» технологий

Все больше компаний в мире осознают уникальную ценность невозобновляемых ресурсов и ищут оптимальный баланс между потребностями организации, общества и природы. Таким образом, использование перечисленных в данной статье драйверов зеленой логистики позволит получить множества внутренних и внешних преимуществ.

Анализ отечественного и зарубежного опыта показывает активное повышение внедрения и развития «зеленых» технологий в логистической деятельности, вследствие чего наблюдается благоприятный эффект на экологическую, экономическую и социальную сферу. Это обуславливает необходимость подробного изучения и дальнейшего развития теоретических и практических положений управления цепями поставок на основе принципов «зеленой» логистики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Омельченко И.Н. Основные направления развития логистики XXI века: ресурсосбережение, энергетика и экология/ И.Н. Омельченко; под общ. ред. Александрова А.А., Брома А.Е., Белова О.В - Гуманитарный вестник МГТУ им. Н.Э. Баумана: электрон. журн. 2013.
2. Панюкова, В.В. Направления развития зеленой логистики и ее влияние на построение цепей поставок/ В.В. Панюков; под общ. ред. Панюкова В.В., 2014.
3. Рыкалин А. Логистическое обеспечение и сопровождение реализации экологических ресурсосберегающих проектов/ А. Рыкалин; под общ. ред. Рыкалина А-. 2015

УДК 339.56.055

*Пересторонин А.А.
Научный руководитель: Шилец Е.С. д.э.н., профессор
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

РОЛЬ И ЗНАЧИМОСТЬ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ РОССИИ СО СТРАНАМИ - ПАРТНЕРАМИ В РАМКАХ ЕАЭС

Резюме: в данной статье исследована роль торгово-экономической интеграции России в рамках ЕАЭС и подчеркнута значимость развития Евразийского экономического союза для усиления международных позиций РФ в условиях санкций и экономических войн, а также рассмотрены основные проблемы и угрозы, снижающие интеграционную эффективность ЕАЭС.

Ключевые слова: экономическая интеграция, ЕАЭС, региональная интеграция, торгово-экономическое сотрудничество.

В настоящее время динамично увеличиваются объемы международного движения мобильных факторов производства, страны заключают двухсторонние и

многосторонние договора и развивают взаимоотношения во всех сферах. Все это однозначно ведет к развитию региональной экономической интеграции. На сегодняшний день в мире, практически не осталось стран, которые осуществляли свою внешнеэкономическую деятельность обособленно от других участников интернациональных отношений. Россия не является исключением и в последнее время наращивает масштабы и направления региональной экономической интеграции.

Экстремальные условия, вызванные санкциями, информационными войнами и давлением со стороны стран ЕС и США, актуализируют необходимость своевременно анализировать глобальные изменения на мировом рынке и прилагать усилия к нивелированию рисков и угроз для национальной экономики. Проблемы обеспечения эффективного для России взаимодействия на мировом уровне, сбалансированности экспорта и импорта в условиях геополитических запретов и ограничений, повышения активности интеграционного взаимодействия, столь актуальные в условиях санкционных войн, обуславливают значимость темы статьи. Вступление в силу в 2015 г. Договора о ЕАЭС дало стимул для нового этапа интеграции стран-участниц. Создание Евразийского экономического союза объективно ставит на повестку дня формирование стабильной структуры евразийских расчётных, валютных и торговых отношений. [1]

Предполагалось, что в 2017–2019 гг. экономическая политика ЕАЭС станет осуществляться при возможных условиях замедления мировой и российской экономики и имеющихся рисках ухудшения финансово-экономического положения российских производителей. Однако для России итоги 2017 года показали положительную динамику — внешнеторговый оборот России по итогам 2017 года составил 584 млрд. долларов США и по сравнению с 2016 годом увеличился на 25 %.

Основной поток взаимной торговли внутри ЕАЭС ориентирован на РФ, которая вносит наибольший вклад в совокупный объем взаимной торговли Союза. Динамика российских поставок на союзный рынок определяет важные тенденции развития взаимного товарооборота в ЕАЭС. Это обусловлено большой емкостью российского рынка, а также стратегическими вопросами расширения экономического и политического пространства вокруг национальной экономики для обеспечения ее развития. При этом в 2017 году доля российского внешнеторгового оборота со странами ЕАЭС составила 9,6% от общего объема внешней торговли РФ, по сравнению с предыдущим годом данный показатель вырос на 0,3%.

В объемах импорта и экспорта РФ со странами вне ЕАЭС наблюдается тенденция к незначительному снижению. Так объем импорта в 2017 году по сравнению с 2014 годом снизился на 0,9% , а экспорт в 2017 году по сравнению с 2014 годом снизился на 2,4% (рис. 1).

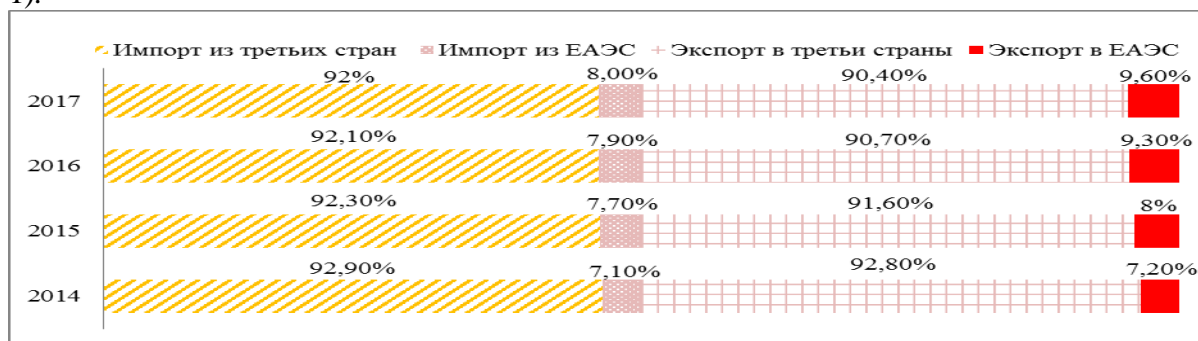


Рис. 1 – Динамика удельного веса экспорта и импорта в общих объемах экспорта и импорта РФ, 2014 – 2017 гг. [3]

Несмотря на самую низкую вовлеченность РФ во взаимный оборот ЕАЭС среди стран партнеров (в 2017 году составил 9%), ее вклад во взаимную торговлю составляет 63,4 % по экспорту в ЕАЭС и 34,2 % по импорту (рис. 2). Приведенная динамика

представленных показателей свидетельствует о значимости и влиянии экономики РФ на основные макроэкономические параметры стран партнеров, а ее ресурсы в значительной степени обеспечивают развитие интеграции.

Изучив географическую структуру торговых потоков ЕАЭС, наблюдается преимущественная ориентированность на российский рынок. По данным Евразийской экономической комиссии на 2017 год распределение экспортных и импортных поставок партнерам России по ЕАЭС составило 97,5 % экспорта в Армению, 94,5% - экспорта в Белоруссию, 88,2% - экспорта в Казахстан, 49,1% - экспорта в Киргизию. Что касается импорта, тут аналогичная ситуация, так Армения импортирует из РФ 96,6 %, Белоруссия – 99,4 %, Казахстан – 93,7% , Киргизия – 66,2%.

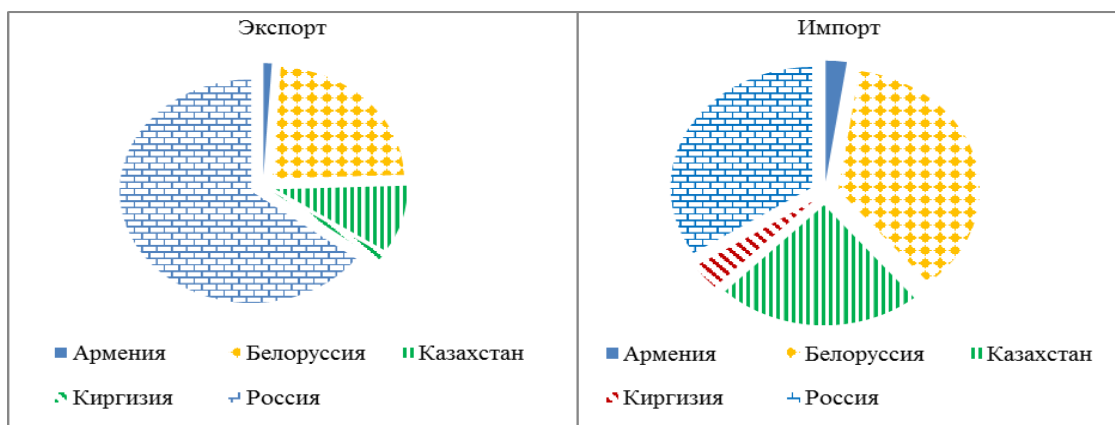


Рис. 2 - Структура взаимной торговли товарами государств-членов ЕАЭС за 2017 год, %[3]

Несмотря на столь скромный показатель, также констатируется ощутимый рост товарооборота в сравнении с 2016 годом на 28,4 % с Беларусью, на 30 % — с Казахстаном, Арменией – 29,6 % , С Кыргызстаном 35,5%.

Однако по страновым объединениям лидирующее место в структуре внешнеторговой деятельности РФ занимает Европейский союз, являющийся крупнейшим внешнеэкономическим партнером России — на его долю в общем объеме товарооборота Российской Федерации в 2017 году приходилось 42 %, при этом объем товарооборота со странами ЕАЭС составил лишь 9 %.

Основными торговыми партнерами России в 2017 году выступали Китай — 15 % товарооборота Российской Федерации (рост на 32 %), Германия — 9 % (на 23 %), Нидерланды — 7 % (на 22 %), в то время как доля товарооборота РФ с Беларусью и Казахстаном — странами ЕАЭС, наиболее активно ведущими внешнеэкономическую деятельность с Россией — составила лишь 5 % и 3 % процента соответственно.

Это свидетельствует о нарастающей эффективности торгово-экономических отношений России со странами партнерами в рамках ЕАЭС. Несмотря на незначительную удельную долю ЕАЭС в общем объеме внешнеторгового товарооборота, страны партнеры по блоку динамически укрепляют сотрудничество с РФ во всех сферах, так в 2017 году по сравнению с 2016 годом товарооборот РФ в рамках ЕАЭС увеличился на 29,4%. А за январь-ноябрь 2018 года по сравнению с январем-ноябрём 2017 года данный показатель увеличился на 13,8%. Наблюдается тенденция к росту.

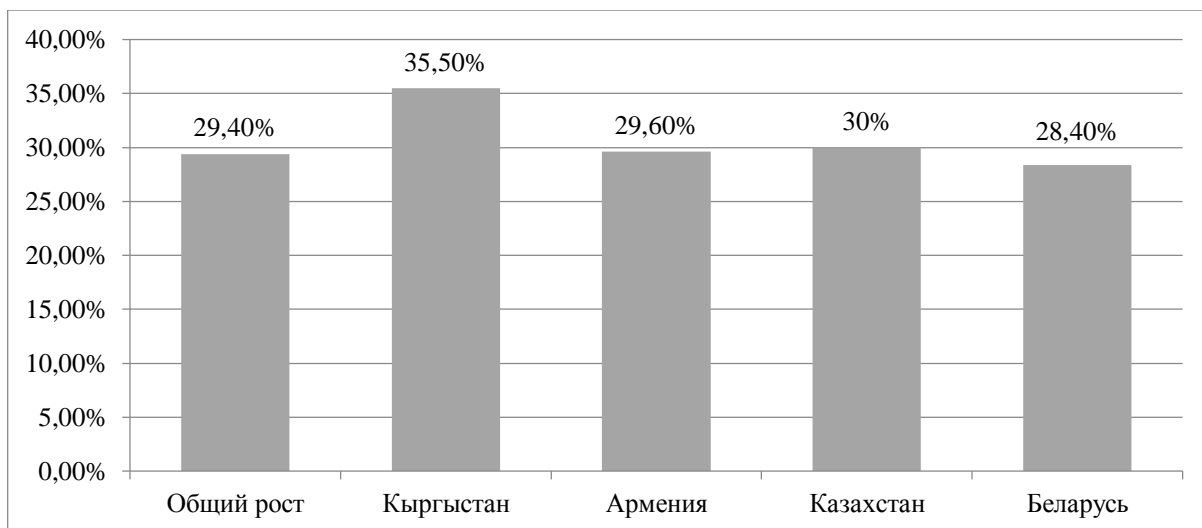


Рис. 3 – Динамика изменения товарооборота РФ со странами ЕАЭС в 2017 г по сравнению с 2016 г., %[3]

Фактически за период функционирования ЕАЭС не произошло быстрой торговой интеграции России с партнерами, несмотря на имеющийся значительный потенциал российской экономики. К числу основных причин незначительных темпов конвергенции относятся следующие факторы:

1. Однотипность ассортиментной структуры экспорта России с основными торговыми партнерами по ЕАЭС (с Казахстаном практически полностью совпадают доминирующие группы минерального сырья, полезных ископаемых, руд и металлов, зерновых культур, с Беларусью — по группе продукции сельскохозяйственной переработки, машинам и оборудованию, товаров ежедневного потребления).

2. Характер российских инвестиций в страны Союза (преобладают инвестиции в добывающие и сырьевые отрасли, в инфраструктуру) не обеспечивает углубления интеграционных связей в направлении роста производственной кооперации, они не используют имеющийся технологический потенциал и нацелены на краткосрочные проекты.

3. Стратегия импортозамещения направлена только на внутренний национальный рынок (обусловлено его большой емкостью), в основном базируется на ценовой конкурентоспособности, достигнутой за счет обесценивания российского рубля.

Высокий уровень импортозависимости стран ЕАЭС обуславливает их уязвимость от колебаний валютного курса национальных денежных единиц и формирует преимущества в ценовой конкуренции за счет более мощного ресурсного и финансового потенциала. В этой связи волатильность валют в период 2014–2015 гг. обеспечила российскому экспорту благоприятные условия для роста ценовой конкурентоспособности российской продукции, как на внутреннем рынке, так и на рынках стран-партнеров по ЕАЭС. [4]

Тем не менее, в сложных условиях неблагоприятной экономической и геополитической конъюнктуры именно интеграционный формат ЕАЭС позволил российской экономике (впрочем, как и ее партнерам) снизить уровень экономических потерь. Интеграционный формат сотрудничества обеспечил рост российского экспорта за счет ценового фактора и открытости границ в кризисный период 2014–2016 гг. в странах Союза. Сотрудничество в ЕАЭС и формирование общих рынков по отраслевому признаку обеспечивают рост качества продукции (в том числе и за счет введения технических регламентов). У российских производителей в данных условиях есть преимущества благодаря наличию более высокого уровня финансовой и ресурсной обеспеченности. Общий рынок открывает перспективы доступа российских производителей к сырьевым ресурсам стран-партнеров в дополнение к своим

(алюминий, медь, цинк, редкоземельные металлы, удобрения, урановые руды и т.п.), что может способствовать созданию замкнутых технологических циклов по ряду производств, избежать прямой конкуренции на внешних рынках и ускорить производственную кооперацию внутри ЕАЭС.

В перспективе более высокий уровень торговой интеграции мог бы способствовать формированию совместных торговых групп, консорциумов и биржевых площадок, направленных на снижение конкуренции по однотипной продукции, экспортируемой в третьи страны.

Таким образом можно сделать вывод, что в сложных условиях неблагоприятной экономической и геополитической конъюнктуры именно интеграционный формат ЕАЭС позволил российской экономике снизить уровень экономических потерь.

ЕАЭС обеспечивает России повышение эффективности использования собственного транзитного и технологического потенциала, повышает уровень конкурентоспособности на мировом и региональном рынках в конкуренции с другими интеграционными проектами (АТЭС, ЕС, китайских инициатив), создает условия для расширения торгово-экономического сотрудничества с другими странами, решая проблему «интеграции интеграций» в глобальном аспекте (создание свободных экономических зон позволяет продвигать российские интересы в геоэкономике и геополитике). Именно фактор преодоления геополитических ограничений по отношению к России через институты ЕАЭС создают дополнительные возможности для решения политических и экономических задач, стоящих перед страной в современных условиях. [4]

Однако следует отметить, что все перечисленные преимущества использования формата ЕАЭС для России возможны лишь при условии обеспечения перехода от ресурсной экономики к экономике технологий, т.к. только подобная смена экономической парадигмы развития обеспечит наиболее полное использование ресурсного, финансового, инвестиционного и геополитического потенциала страны в интеграционном проекте.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. . Договор о Евразийском экономическом союзе - [электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/01-01-2015-1.aspx>
2. . Федеральная таможенная служба РФ - [электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.customs.ru/>
3. Доклад « О состоянии взаимной торговли между государствами – членами Евразийского экономического союза 2014-2017 год » – [электронный ресурс]. – Режим доступа: http://eec.eaeunion.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/analytics/Pages/tradereport.aspx
4. . Базманова А.Г. Современные проблемы и перспективы развития Евразийского экономического союза / А.Г. Базманова, М.Г. Исаев // Актуальные вопросы современной экономики в глобальном мире. – 2016. – № 5. – С. 511-515.

УДК 330.322:332.146:006.058

*Пидкова А.И.
Некрасова О.Л., д.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

АДАПТИВНАЯ МЕТОДИКА ДЛЯ РАСЧЕТА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА НА ОСНОВЕ ОЦЕНОК РА «ЭКСПЕРТ»

Резюме. В данной статье рассматривается авторская методика для агрегации рейтингов субъектов Российской Федерации, входящих в состав федеральных округов. Обоснован выбор инициальных оценок.

Установлено влияние трех основных факторов на усреднение такой оценки: территории, населения и валового регионального продукта региона.

Ключевые слова: инвестиционный потенциал региона, Южный федеральный округ, методика оценки, рейтинговое агентство, РА «Эксперт».

Инвестиционная привлекательность регионов в случае федеративного государства является составляющим элементом создания инвестиционного имиджа страны. В рамках сложных политических и экономических внешних условий, возникает объективность в увеличении инвестиционной привлекательности страны в целом и ее регионов.

В свете последних сложившихся событий на территории Российской Федерации, возникает актуальность для исследования инструментов и механизмов эффективного использования инвестиционного потенциала регионов для увеличения объемов их генерации добавочной стоимости с помощью внутренних и внешних инвестиций.

Цель данной работы – представить методику дисмеризма рейтингов субъектов Российской Федерации, данных РА «Эксперт», в агрегативную оценку федерального округа.

Научная новизна и прикладное значение полученных результатов состоит в системном решении важной научно-прикладной проблемы – оценки инвестиционного потенциала укрупненных экономически однородных федеральных округов.

Среди нерешенных проблем данной темы исследования остаются вопросы применения отдельной методологии оценки рассматриваемой категории, а также выделения факторов синергетического взаимодействия субъектов-членов.

Категорию инвестиционного потенциала рассматривала множество ученых, предпринимая разные подходы, парадигмы экономических школ, а также аспекты данной проблемы, среди которых: Андросова С.А., Бережной А.Н., Бланк И.А. , Бухвальд Е.М., Викулова Е.Ю., Ермаков Ж.А., Зайковский В.Э., Зайцев В.В., Катанасов В.Ю., Коняров Э.К., Куприянов С.В., Марголин А.М., Некрасова О.Л., Райзберг Б.А., Тумосов Ф. С., Хутова Л.А.

Проблема формирования и воспроизводства нового инвестиционного потенциала применительно к рыночной системе хозяйствования должна строиться на прочном методологическом и теоретическом фундаменте. Прежде всего, необходимо выяснить элементное содержание инвестиционного потенциала региона.

Инвестиционный потенциал представляет собой наличные источники будущего наращивания стоимости, что включают в себя всё возможное обеспечение региона, которое обуславливает его развитие и кампаундовый эффект, а также взаимоотношения между спросом и предложением в рамках региона на инвестиции.

Основными принципами инвестиционного потенциала можно выделить: синхронность всех уровней экономики, перераспределение, безопасность, гибкость, партнерства, стимулирования и наджирования[1].

В данной работе информационным объектом исследования выбран Южный федеральный округ Российской Федерации с целью проведения комплексного и холистического анализа инвестиционного потенциала.

Федеральные округа в РФ не являются конституциональными или административно-территориальными единицами РФ, а выступают объективно сложившимися в силу однородных и совместных предпосылок укрупненными территориальными формированиями.

Южный федеральный округ был создан в 2000г., после изменений в законодательстве в 2016 году состав федерального округа следующий: Республика Адыгея (Адыгея), Республика Калмыкия, Республика Крым, Краснодарский край, Астраханская область, Волгоградская область, Ростовская область, г. Севастополь. Центром федерального округа 8 субъектов является г. Ростов-на-Дону [2].

Площадь Южного федерального округа составляет 447 821 кв.км. с населением на начало 2019 года 16 455 876 человек [3, 4].

Согласно методике оценки регионального развития РА «Эксперт» рассматриваемая категория инвестиционного потенциала региона характеризуется, как: «количественная характеристика, учитывающая насыщенность территории региона факторами производства (природными ресурсами, рабочей силой, основными фондами, инфраструктурой и т.п.), потребительский спрос населения и другие показатели, влияющие на потенциальные объемы инвестирования в регион».

Аддитивным фактором, детерминируемый конкурентный выбор именно данной методики, является инвестиционный риск, или «качественно-количественная характеристика, которая отражает некоммерческие риски среды, с которыми приходится сталкиваться предпринимателям в субъекте, а также общее состояние бизнеса в регионе».

Инвестиционный потенциал, согласно РА, состоит из 9 частных потенциалов. До 2008 года их количество составляло 8. На текущий момент такая экспансия объяснена выделением новых ключевых групп показателей в рамках ограниченного набора первоначальных групп категорий.

Из перечня элементов видно, что их количественная оценка осуществляется в разных случаях с применением явных и неявных (косвенных показателей). Например, для оценки условий для мелкого, среднего, крупного и иностранного бизнесов осуществляется с помощью косвенного показателя их количественного присутствия, а также динамики изменения данного показателя.

Одной из характерных черт данной методики является оценка инвестиционных рисков, которая в свою очередь включает 6 видов рисков: экономического, социального, финансового, управленческого, экологического и криминального[5].

Согласно законодательному и правовому статусу федеральных округов, их функцией является агрегация и группировка множественных субъектов федерации на более удобные для рассматривания, оценки и передачи информации укрупнения. Такая предпосылка создает дополнительные условия для их оценки, точнее выдвигает предположение об отсутствии значительного синергетического эффекта в рамках федерального округа. Данная гипотеза подтверждается тем, что субъекты продолжают осуществлять самостоятельное управление, реализацию собственных экономических целей и т.п. Единственное легитимное объединяющее звено это полномочный представитель, который обеспечивает реализацию конституционных полномочий главы государства в пределах соответствующего федерального округа.

Следовательно, предполагая не взвешенный вклад каждого из субъектов в кумулятивный показатель, осуществление оценки округа может осуществляться на основе формулы 2.1:

$$T_{ЮФО} = \sum A_i, \quad (1)$$

где $T_{ЮФО}$ – общая оценка Южного федерального округа;

A_i – оценка i -го субъекта федерации, входящего в состав федерального округа;

n – количество субъектов, входящих в федеральный округ.

В случае использования различных факторов в качестве весов для скорректированной оценки вклада в совокупный показатель, с целью детального изучения зависимости между факторами, формула потерпят некоторые преобразования и будут выглядеть следующим образом:

Корректировка на территорию субъекта, формула (1a), показывает зависимость рейтинга от территории. В большей мере показатель применим для оценки равнозначных субъектов: республик с республиками, областей с областями и т.п. в силу высокой дифференциации входящих в состав регионов.

$$T_{ЮФО}(S) = \sum A_i \times \frac{S_i}{ВРП_S}, \quad (1a)$$

где S_i – площадь территории i -го субъекта в составе федерального округа;
 $S_{ЮФО}$ – общая площадь Южного федерального округа

Корректировка на население субъекта ($T_{ЮФО}(P)$, см. формулу (1б)) также предполагает оценку зависимости между вкладом в агрегированный показатель оценки инвестиционного потенциала федерального округа и населения данного субъекта, так как именно население выступает в качестве одного из детерминирующих факторов инвестиционной привлекательности, являясь частью трудовых ресурсов, а также носителями предпринимательского капитала.

$$T_{ЮФО}(P) = \sum A_i \times \frac{P_i}{P_{ЮФО}}, \quad (1б)$$

где P_i – количество населения i -го субъекта федерального округа;
 $P_{ЮФО}$ – общая численность населения Южного федерального округа.

Корректировка на валовой региональный продукт (доля валового внутреннего продукта страны, сгенерированная данным регионом) ($T_{ЮФО}(ВРП)$) поправляет вклад в общую оценку на сумму результатов деятельности экономик субъектов как в формуле (1в).

$$T_{ЮФО}(ВРП) = \sum A_i \times \frac{ВРП_i}{ВРП_{ЮФО}}, \quad (1в)$$

где $ВРП_i$ – валовой региональный продукт i -го региона.

Представленные выше формулы могут быть использованы в разрезе выполнения различных задач:

– оценка федерального округа на основе уже доступных обособленных баллов каждого из субъекта с помощью готовых рейтингов или предварительных расчетов;

– самостоятельная оценка отдельных инвестиционных потенциалов субъектов по отличной методике или с использованием других данных с целью дальнейшего агрегирования полученных оценок на основе приведенных формул;

– в случае с формулой (1) независимую оценку можно проводить на основе выбранной ранее методике, при этом используя в формулах суммированные показатели по федеральному округу.

Такой подход является полезным инструментом для переоценки готовых рейтингов.

Рассмотрим применение данных формул на основе оценок субъектов, входящих в состав Южного федерального округа.

Основными характеристиками динамики простой агрегации (формула 1, см. рис.1) можно считать постоянный рост, в среднем, на 2,34% ежегодно, до периода резкого скачка в 2016 году на 19,21%, предопределяемого расширением территории федерального округа на два субъекта федерации. Несущественное отклонение показателя в отрицательную динамику между 2017 и 2018 гг., в большей степени объясняется снижением рейтинга Ростовской области, Краснодарского края и Республики Крым общим числом на 2,02 п.п.

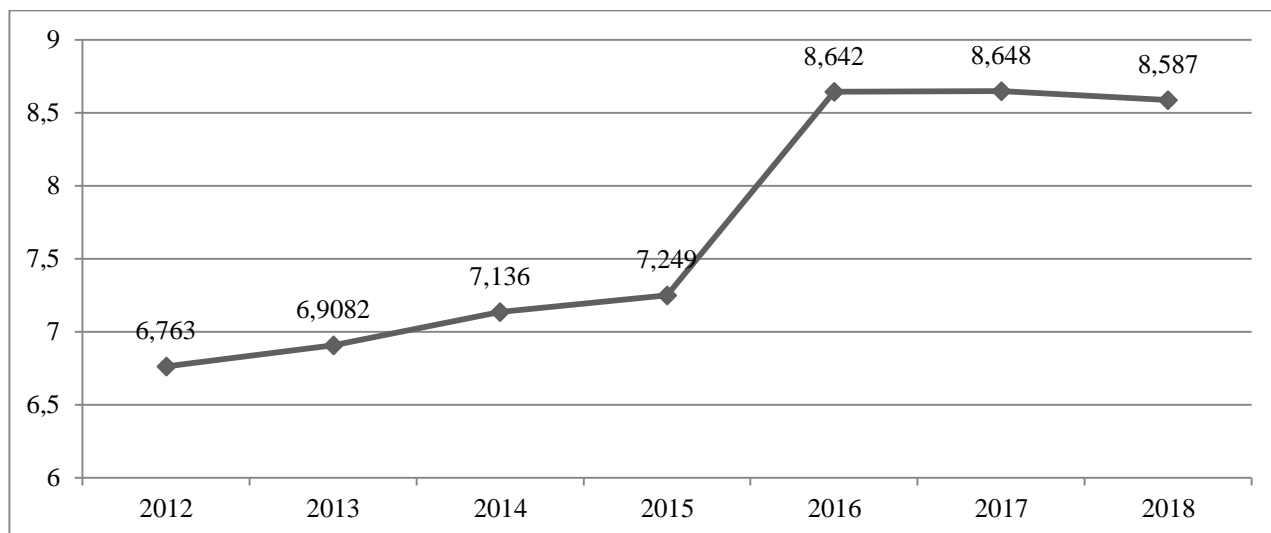


Рис 1. Динамика изменения совокупного рейтинга ЮФО

Согласно поправке на территорию, динамика тренда оценки инвестиционного потенциала изменится (см. рис. 2).

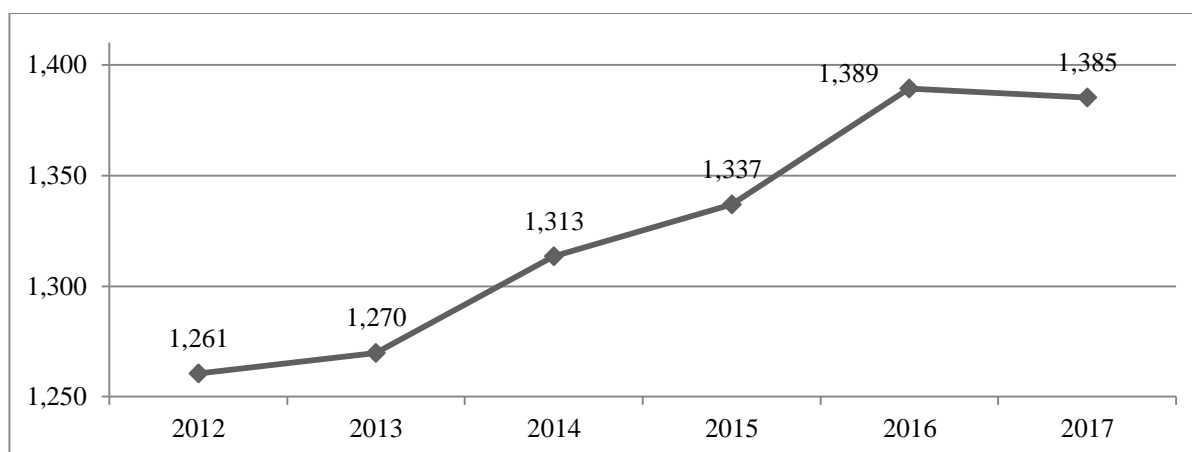


Рис.2. Суммарная оценка инвестиционного потенциала ЮФО с поправкой на территорию

Из графика (рис. 2) видно, что данная поправка актуальна только для рассмотрения периода, охватывающего расширение территории Южного федерального округа, то есть 2015-2016гг. Именно в этот момент расширение территории приносит дополнительные 2,13 п.п. в скорректированную оценку инвестиционного потенциала и 12,04 п.п. в единицах оригинальной оценки.

Корректировку на количество населения осуществим в табл. 1.

Согласно полученным расчетам, структура вклада субъектов федерации в общую оценку Южного федерального округа существенно поменялась. Более чем на 20,14% возросла доля скорректированной оценки Краснодарского края, по сравнению с инициальными условиями. На 4,5% увеличилась также доля Ростовской области, тогда как наибольшие потери понести Республика Крым, Астраханская область и г.Севастополь, что объясняется низким количеством населения на данных территориях, но высоким инвестиционным потенциалом в исходной обстановке.

Таблица 1. Корректировка общего рейтинга на количество населения

Субъект ЮФО	Рейтинг в 2018г.	Население в 2018г., тыс. чел	Промежуточная корректировка	Скорректированная оценка
Республика Адыгея	0,385	453,4	0,010617	0,049621
Республика Калмыкия	0,214	275,4	0,003584	0,016753
Республика Крым	1,015	1913,7	0,118138	0,552153
Краснодарский край	2,918	5603,4	0,994461	4,647899
Астраханская область	0,603	1017,5	0,037317	0,17441
Волгоградская область	1,074	2521,3	0,164695	0,769748
Ростовская область	1,935	4220,4	0,49669	2,321423
г. Севастополь	0,443	436,7	0,011766	0,054993
Совокупный рейтинг ЮФО	8,587	16441,8	1,837267	8,587

Последним из предложенных подходов к оценке, мы выделяли корректировку на генерацию валового регионального продукта, который представлен на рис. 3.

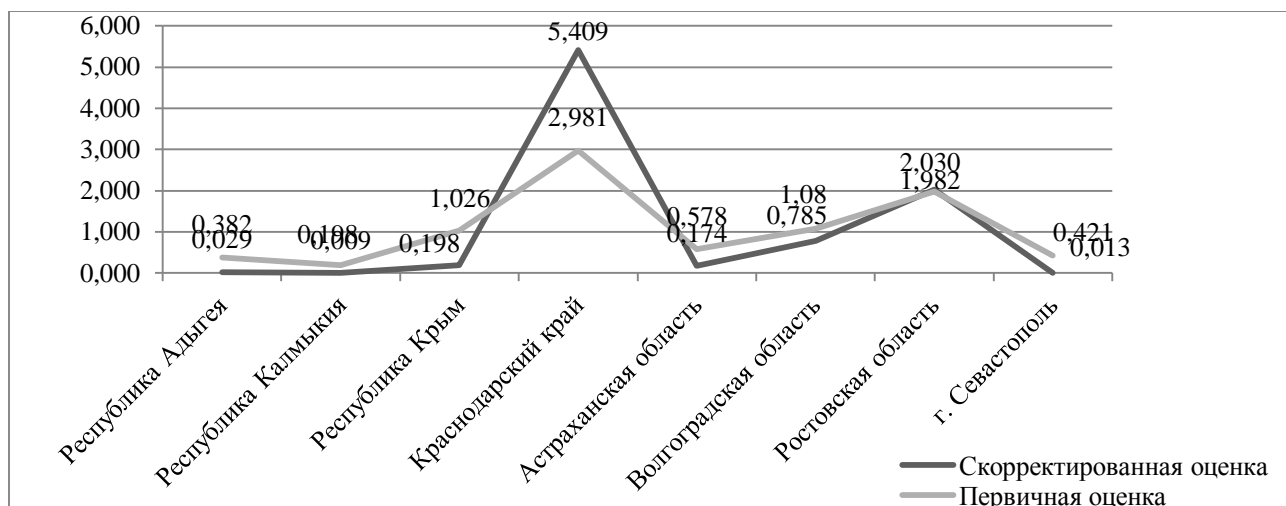


Рис. 3. Сравнение скорректированной на ВРП и первичной оценок субъектов ЮФО

График на рис. 3 отчетливо показывает структурные изменения в общей оценке Южного федерального округа с помощью двух подходов: простого, осуществляемого сложением отдельных оценок и сложение, драйвером распределения долей, в структуре которых стал валовой региональный продукт.

Данный график иллюстрирует значительный перевес в доли Краснодарского края, взнос которого в общую оценку возрос на 28,1% при корректировке на сумму добавленной стоимости экономики региона.

В тоже время, существенное снижение размера значимости Республики Крым при осуществляемой поправке составило 9,6 п.п. Одинаковое количество потерь понесли Астраханская область и г.Севастополь общей суммой в 9,4 п.п.

Эта тенденция объясняется стабильно-высокими суммами валового регионального продукта Краснодарского края, доля которых, в среднем, составляет 43,6% от общего по округу.

Исследования на основе уже переработанной и предварительно оцененной по используемой на протяжении многих лет методике являются в достаточной мере приемлемыми с целью большей детализации и преобразования выводов. Однако важным элементом научного исследования является анализ первичной информации, что в данной

работе не предоставляется возможным в силу отсутствия таких данных у автора. Вместо оценки, сбора, сортировки и категоризации первичной информации не всегда из надежных источников, в рамках текущего исследования ограничимся статистической информацией авторитетного происхождения.

Таким образом, в данной статье был произведен анализ оценок инвестиционного потенциала и климата РФ на основе данных мировых рейтинговых агентств, было осуществлено оценивание Южного федерального округа с помощью авторской методики корректировки уже присвоенных независимых рейтингов. Потенциальные пути исследования данной проблемы заключены в разработке комплексной методики оценки инвестиционного потенциала федерального округа, включая анализ дополнительного синергетического эффекта от взаимодействия его составляющих регионов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бережной Анатолий Николаевич, Чуканова Кристина Вячеславовна Концепт механизма управления экономическим потенциалом региона в условиях усиления территориальной самодостаточности // Социально-экономические явления и процессы. 2015. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-mehanizma-upravleniya-ekonomicheskim-potentsialom-regiona-v-usloviyah-usileniya-territorialnoy-samodostatochnosti> (дата обращения: 27.12.2018).
2. Указ Президента РФ от 13.05.2000 N 849 (ред. от 13.12.2018) "О полномочном представителе Президента Российской Федерации в федеральном округе" (ред. от 15.09.2018)
3. Регионы России. Социально-экономические показатели – 2017 г. [Электронный ресурс]// Федеральная служба государственной статистики. – 2018. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/B17_14p/Main.htm
4. Предварительная оценка численности постоянного населения на 1 января 2019 г. и в среднем за 2018 г. [Электронный ресурс]// Федеральная служба государственной статистики. – 23.01.2019. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/PrPopul2019.xls
5. Методика составления рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России компании «РАЭК-Аналитика» [Электронный ресурс]// Рейтинговое Агентство «Expert». – 2018. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/docbank//109/d31/3e8/5564b5d35605a92af9b47c6.pdf>

УДК 330.322:332.146

*Приходная Ю.А.
Научный руководитель: Стрелина Е. Н., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОП «ШАХТА ИМ. М. И. КАЛИНИНА» ГП «ДУЭК»

Резюме. В исследовании обоснованы финансовые возможности исследуемого угледобывающего предприятия по осуществлению нового инвестиционного проекта, выполнен анализ структуры и износа основных фондов предприятия. Обоснована необходимость осуществления инвестиционного проекта по вводу в эксплуатацию новых лав и техническому переоснащению ОП «Шахта им. М. И. Калинина» ГП «ДУЭК». Рассчитана и обоснована экономическая эффективность и прибыльность инвестиционного проекта развития ОП «Шахта им. М. И. Калинина» ГП «ДУЭК» в условиях неопределенности и риска.

Ключевые слова: инвестирование, инвестиционный проект, экономическая эффективность, техническое переоснащение.

Постановка проблемы. Функционирование и развитие современного предприятия в значительной степени зависит от наличия и активности его инвестиционной деятельности. Инвестиционная активность хозяйствующего субъекта прямым образом влияет на его финансовые результаты. Таким образом, в современных кризисных условиях хозяйствования особую актуальность приобретают вопросы формирования

перспективных направлений инвестиционной деятельности предприятий и, в частности, формирование инвестиционной стратегии субъектов хозяйствования. Эффективным инструментом решения указанной проблемы является стратегическое планирование инвестиционной деятельности на основе разработки и внедрения инвестиционных проектов.

Актуальность исследования. Угольная промышленность в настоящее время находится в достаточно сложной ситуации. Использование устаревшего с технической точки зрения оборудования, значительная глубина залегания пластов, отсутствие четких механизмов модернизации угольных предприятий в соответствии с современными потребностями рынка обуславливают кризисное положение многих предприятий. Поэтому существует острая необходимость привлечения широкомасштабных инвестиций в основные фонды современных угледобывающих предприятий, так как именно осуществление инвестиционной деятельности является важнейшим условием реализации стратегических и тактических задач развития и стабильной эффективной деятельности предприятия. Таким образом, вопросы, связанные с осуществлением предприятием инвестиционной деятельности, являются весьма актуальными на сегодняшний день и нуждаются в дальнейших исследованиях.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы инвестиционной деятельности и управления инвестициями освещены в трудах таких ученых-экономистов: Л. Дж. Гитман, Дж. Кейнс, К. Маркс, П. Самуэльсон, Й. Шумпетер, Б. Фишер и др. Среди авторов, которые занимались изучением инвестиций и оценкой эффективности инвестиционной деятельности на предприятии, можно выделить: Бланка И. А., Борисова О. В. [1], Волкова И. М., Гильмеева В. М., Игошина Н. В. [2], Касьяненко Т. Г. [3], Мушникова О. О., Сергеева И. В. [4], Сидорова Е. Е.

Выделение нерешенной проблемы. Острота и значимость вопросов инвестиционного обеспечения развития угольной промышленности в настоящее время требует изучения и совершенствования, как теоретического базиса, так и практической реализации инвестиционных проектов на предприятиях отрасли.

Целью работы является обоснование необходимости и эффективности осуществления инвестиционного проекта на угледобывающем предприятии в условиях неопределенности и риска на основе изучения теоретико-методологических основ инвестиционной деятельности организации.

Результаты исследования. Для определения финансовых возможностей осуществления нового инвестиционного проекта необходимо проведение анализа финансового состояния предприятия. Проведенный анализ финансового состояния ОП «Шахта им. М. И. Калинина» ГП «ДУЭК», в частности, анализ ликвидности, показал, что в настоящее время угольное предприятие находится в высокой зависимости от внешних источников финансирования. Это привело к тому, что исследуемое предприятие не способно покрывать свои краткосрочные обязательства даже с учетом полного расчета с дебиторами.

Анализ ликвидности баланса ОП «Шахта им. М. И. Калинина» ГП «ДУЭК» за исследуемый период показал, что баланс предприятия не является ликвидным. При этом недостаток средств по одной группе активов компенсируется их избытком по другой группе в стоимостной оценке, в реальной же ситуации менее ликвидные активы не могут заменить более ликвидные. Таким образом, исследуемое угледобывающее предприятие имеет низкую платежеспособность, а это означает, что оно не способно покрывать свои краткосрочные обязательства даже с учетом полного расчета с дебиторами.

Оценка основных фондов исследуемого угледобывающего предприятия показала, что коэффициент износа по группе машины и оборудование с каждым годом увеличивается, и уже в 2018 г. составил 74,8 %, что свидетельствует о высокой изношенности основных фондов, о том, что оборудование в состоянии, пригодном для

дальнейшей эксплуатации, но требующее значительного ремонта или замены главных частей. Таким образом, проанализировав состояние основных фондов ОП «Шахта им. М. И. Калинина» ГП «ДУЭК» можно сделать вывод, что предприятие нуждается в ускоренных темпах реконструкции и обновления основных фондов, для безопасности работ и обеспечения жизнедеятельности шахты.

Для решения данной проблемы предложен инвестиционный проект развития ОП «Шахта им. М. И. Калинина» ГП «ДУЭК», направленный на ввод в эксплуатацию новых лав и осуществление мероприятий по техническому переоснащению (приобретение и замена установок вентиляторов главного проветривания, технические переоснащения конвейерного и локомотивного транспорта, введение в работу холодильной машины МХРВ-1, приобретение нового электрооборудования и кабельной продукции и другие мероприятия), что приведет к увеличению угледобычи на шахте, уже начиная с 2019 г., позволит улучшить качество добываемого угля, увеличить выход товарной продукции в процессе обогащения и переработки угля, создать новые дополнительные рабочие места, а также снизить себестоимость 1 т угольной продукции.

На территории ДНР имеются большие запасы коксующего угля. Объемы ежемесячной добычи именно данной марки более 250 тыс. тонн в месяц. Причем часть угля марки «К» ДНР экспортирует. Республика имеет большие преимущества, имея огромные запасы угля, а так как цены на коксующий уголь значительно растут с каждым годом, то условная стоимость таких запасов в ДНР автоматически становится выше. А это достаточно весомый аргумент в привлечении внешних инвестиций.

Основными потребителями угля ОП «Шахта М. И. Калинина» ГП «ДУЭК» являются Макеевский, Енакиевский, Авдеевский и Днепродзержинский коксохимзаводы. Также производится поставка данного вида угля в Российскую Федерацию.

Данный инвестиционный проект предусматривает осуществление мероприятий по техническому переоснащению ОП «Шахта им. М. И. Калинина» и вводу в эксплуатацию новых лав, что приведет к увеличению угледобычи по шахте, начиная с 2019 г. В 2024 г., согласно графику ввода новых лав, угледобыча будет равняться 420 тыс. тонн в год, что обеспечит бездотационную работу предприятия в последующие годы.

Для выполнения программы развития горных работ, своевременного пополнения фронта очистных работ, улучшение качества добываемого угля и увеличения выхода товарной продукции инвестиционным проектом предусмотрен ввод в эксплуатацию следующих лав:

– 2019 г. – 2 восточная лава ЦПУ h_{10} (вместо 1 панельной лавы пласта h_{10} , что выбудет в феврале 2016 года);

– 2020 г. – 1 западная лава ВПУ h_{10} ;

– 2023 г. – 3 западная лава ЦПУ h_{10} .

Кроме этого предусмотрены следующие мероприятия:

– подготовить проект и начать работы по раскрытию 22,7 млн. т запасов в висячем крыле по «Французскому надвигу»;

– введение в работу холодильной машины МХРВ-1;

– технические переоснащения конвейерного и локомотивного транспорта;

– приобретение и замена установок вентиляторов главного проветривания;

– проведение реконструкции центральных водоотливов;

– приобретение электрооборудования и кабельной продукции.

Добыча угля в отчетном 2018 г. составляла 80,69 тыс. тонн. Осуществление мероприятий, предусмотренных данным проектом, позволит уже в 2021 г. достичь проектной мощности шахты (350 тыс. тонн) и далее довести уровень угледобычи в 2024 г. до 420 тыс. тонн.

Сводная таблица относительно всех необходимых капитальных вложений на ОП «Шахта им. М. И. Калинина», предусмотренных инвестиционным проектом отображена в таблице 1.

Таблица 1

Сводная информация о необходимых капитальных вложениях на ОП «Шахта им. М. И. Калинина» для реализации инвестиционного проекта

Виды работ	Общая стоимость необходимых капитальных вложений, тыс. руб.						
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Всего
1. Очистные работы	47 692	49 346,4	0	0	56 256,4	0	153 294,8
2. Подготовительные работы	0	0	0	0	31 842	0	31 842
3. Вентиляция шахты	300	1 840	3 680	0	0	0	5 820
4. Подъемы и стволы	1 129,5	1 129,3	1 129,3	1 129,3	1 129,3	1 129,3	6 776
5. Подземный транспорт	640	6 510	5 291	6 000	0	0	18 441
6. Водоотливные установки	738,5	737,5	737,5	737,5	737,5	737,5	4 426
7. Электроснабжение	8 598,21	8 598,21	8 598,21	8 598,21	8 598,21	8 598,21	51 589,26
8. Капитальное строительство	0	0	6 400	13 496	5 000	24 372	49 268
9. Охрана труда	9 198,4	9 252,8	3 252,8	3 388,8	9 388,8	3 388,8	37 870,4
Итого	68 296,1	77 414,21	29 088,81	33 349,81	112 952,21	38 225,81	359 326,95

Итак, проанализировав данные табл. 1 видно, что для реализации инвестиционного проекта по вводу в эксплуатацию новых лав и техническому переоснащению шахты необходимы средства в размере 359 326 950 руб. Наиболее весомыми являются затраты по техническому переоснащению очистных забоев, которые составят за 2019-2024 гг. 159 294 800 руб. Также необходимы значительные инвестиционные ресурсы для приобретения оборудования для системы электроснабжения, а именно – 51 589 260 руб., для раскрытия запасов висячего крыла «Французского надвига» тоже требуются немалые суммы в размере 49 268 000 руб.

Данный инвестиционный проект предусматривает поэтапные инвестиции: наибольшие капитальные вложения предусмотрены в 2023 г. (осуществится ввод в эксплуатацию 3 западной лавы ЦПУ h₁₀), которые составят 112 952 210 руб., также значительные средства потребуются в 2020 г. – 77 414 210 руб., и в 2019 г. – 68 296 100 руб., в остальные годы инвестиционные ресурсы потребуются в меньших размерах.

В случае выполнения проектных предложений и обеспечения необходимого объема инвестиций внедрение данного инвестиционного проекта развития ОП «Шахта им. М. И. Калинина» ГП «ДУЭК» не только позволит предприятию увеличить объемы угледобычи и улучшить качество добываемого угля (снижение зольности на 2 % в 2024 г. по сравнению с 2018 г.), но и принесет социальный эффект, а именно создание новых рабочих мест (образование 300 дополнительных мест за весь период реализации инвестиционного проекта).

Данный проект также принесет и экономический эффект, а именно снижение себестоимости готовой угольной продукции на 3 414 руб./т. в 2024 г. по сравнению с отчетным 2018 г.; в 2024 г. себестоимость 1 тонны готовой угольной продукции будет равна 2 491 руб., при цене 3 933 руб./т., а это означает, что цена продукции будет покрывать затраты на добычу угля, и предприятие станет прибыльным. Снижение себестоимости произойдет в результате существенного увеличения объемов

угледобычи, а именно на 339,3 тыс. тонн в 2024 г. по сравнению с 2018 г., вследствие ввода эксплуатацию новых очистных забоев и их технического перевооружения.

На выполнение плана добычи угля существенное влияние оказывает продвижение линии очистных забоев; величина продвижения зависит от степени механизации очистных работ, уровня организации труда и производства, квалификации рабочих и др. На ОП «Шахта им. М. И. Калинина» ГП «ДУЭК» данный показатель имеет положительную тенденцию к росту (среднемесячное продвижения линии очистных забоев должно увеличиться на 14 м/мес. в 2024 г. по сравнению с 2018 г.).

Снижение себестоимости 1 т угля также возможно за счет уменьшения материальных затрат. Основными путями сокращения материальных затрат являются: снижение норм расхода на единицу продукции и замена одних материалов другими, более дешевыми или с более длительным сроком службы. Большое значение для снижения себестоимости имеет рост производительности труда. На исследуемом предприятии производительность труда с каждым годом растет (планируется рост с 7,5 т/чел в месяц в 2018 г. до 30,7 т/чел в месяц в 2024 г.), вследствие технического переоснащения производства, внедрения нового эффективного оборудования.

Также на уровень себестоимости большое влияние оказывает степень использования производственной мощности или нагрузка на шахту (лаву). Среднесуточная нагрузка на очистной забой на ОП «Шахта им. М. И. Калинина» ГП «ДУЭК» с каждым годом увеличивается, и уже в 2024 г. должна составить 651 т/сутки, что на 381 т/сутки больше, чем в отчетном 2018 г. Данная тенденция является положительной, так как увеличение нагрузки на шахту приводит к снижению себестоимости в результате наличия постоянных расходов.

С целью минимизации рисков при реализации инвестиционного проекта по вводу в эксплуатацию новых лав и техническому переоснащению ОП «Шахта им. М. И. Калинина» был проведен расчет экономической эффективности рассматриваемого проекта. Для оценки эффективности производственных инвестиций в основном применяются следующие показатели (табл.2): чистая приведенная стоимость (NPV), индекс прибыльности проектов (PI), внутренняя норма рентабельности проекта (IRR), дисконтированный период окупаемости проектов (DPBP), дисконтированный коэффициент рентабельности инвестиций (DROI) [3, с. 147].

Таблица 2

Показатели эффективности реализации инвестиционного проекта ОП «Шахта им. М. И. Калинина» ГП «ДУЭК» в 2019-2024 гг.

№ п/п	Название коэффициента	Норм. знач.	Значение фактическое
1	Чистая приведенная стоимость (NPV), тыс. руб.	≥ 0	11 151
2	Внутренняя норма доходности проекта (IRR)	$> r$	19 %
3	Индекс прибыльности проектов (PI)	> 1	1,04
4	Дисконтированный коэффициент рентабельности инвестиций (DROI)	> 0	0,04
5	Норма рентабельности проектов (BCR)	> 1	
	– по инвестиционным затратам		8,66
	– по операционным затратам		1,14
	– по суммарным затратам		1,01
6	Дисконтированный период окупаемости проектов (DPBP)		4,79

В данном инвестиционном проекте развития ОП «Шахта им. М. И. Калинина» ГП «ДУЭК» чистая приведенная стоимость составляет 11 151 000 руб. Положительное значение показывает, что вызываемый инвестициями денежный поток в течение всей экономической жизни проекта превысит первоначальные капитальные вложения,

обеспечит необходимый уровень доходности на вложенные фонды и увеличение рыночной стоимости.

Для рассматриваемого инвестиционного проекта на ОП «Шахта им. М. И. Калинина» дисконтированный период окупаемости составит 4,79 года или 4 года 9 месяцев 15 дней.

Внутренняя норма доходности для рассматриваемого проекта составляет 19 %. А поскольку $IRR=19\%$, что выше принятой в расчетах нормы дисконта (18 %), то инвестиционный проект является эффективным.

Проведенный анализ эффективности инвестиционного проекта показал, что показатели эффективности соответствуют нормам и указывают на то, что данный инвестиционный проект прибыльный и может быть принят.

Выводы. В настоящее время для выхода угольных предприятий из убыточного состояния необходимо разрабатывать и внедрять инвестиционные проекты, позволяющие улучшить их финансовое и экономическое состояние.

Результаты анализа финансового состояния предприятия свидетельствуют о потере финансовой устойчивости предприятия, а именно о значительной зависимости финансового положения компании от заемных источников финансирования. Анализ основных фондов выявил высокую степень изношенности основных фондов (оборудование находится в состоянии, пригодном для дальнейшей эксплуатации, но требующее значительного ремонта или замены главных частей), что подтверждает необходимость внедрения инвестиционного проекта для модернизации и развития исследуемого угледобывающего предприятия.

Экономическая оценка эффективности инвестиционного проекта показала, что предложенный для внедрения инвестиционный проект по вводу в эксплуатацию новых лав и техническому переоснащению ОП «Шахта им. М. И. Калинина» ГП «ДУЭК» является эффективным и прибыльным, и тем самым позволит улучшить финансово-хозяйственную деятельность предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Борисова, О. В. Инвестиции. В 2 т. Т. 1. Инвестиционный анализ: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. В. Борисова, Н. И. Малых, Л. В. Овешникова. – М.: Изд-во Юрайт, 2017. – 218 с.
2. Игошин, Н. В. Инвестиции. Организация, управление, финансирование / Н. В. Игошин. – 3-е изд. перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 448 с.
3. Касьяненко, Т. Г. Экономическая оценка инвестиций: учебник и практикум / Т. Г. Касьяненко, Г. А. Маховикова. – М.: Изд-во Юрайт, 2017. – 559 с.
4. Сергеев, И. В. Инвестиции: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова, В. В. Шеховцов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2017. – 314 с.

УДК 338.2

Рамазанова В.Р.

*Научный руководитель: Ерёменко А.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

СУЩНОСТЬ ФАКТОРА ВРЕМЕНИ И ЕГО РОЛЬ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Резюме. В данной работе изложены теоретические аспекты, отражающие сущность фактора времени и его значимость в деятельности организации, выделены основные причины нехватки времени, а также

методический подход по рациональному использованию времени на основе распределения задач по степени важности и сложности, разработанный Д.Эйзенхауэром.

Ключевые слова: фактор времени, управленческое решение, матрица Эйзенхауэра, динамический анализ.

Современная система экономических отношений, базирующаяся на рыночных принципах, требует оперативного реагирования на любые изменения. Каждый субъект хозяйственной деятельности, вне зависимости от организационно-правовой формы и вида деятельности, обязан подстраиваться под динамично развивающуюся внешнюю среду и организовывать свою деятельность таким образом, чтобы свести возможные потери к минимуму. Скорость принятия управленческого решения и учёт имеющихся ресурсов для его осуществления занимают ключевое место в формировании конкурентных преимуществ предприятия.

Эффективность использования факторов производства, степень удовлетворения потребностей потребителей, платёжеспособность предприятия и длительность операционного и финансового циклов, а также период окупаемости финансовых вложений, тесно связаны с процессом планирования хозяйственной деятельности предприятия на оперативном, тактическом и стратегическом уровнях, который осуществляется посредством определения целей и задач предприятия, а также сроков их реализации.

Актуальность исследования влияния фактора времени на деятельность хозяйствующих субъектов в процессе принятия управленческих решений обусловлена необходимостью оптимизации и рационализации системы передачи информации как из внешней среды в организацию, так и внутри организации.

Анализ исследований и публикаций. В рамках исследований производительности труда на отдельных предприятиях данный аспект хозяйственной деятельности рассматривали такие учёные как В.А. Артемов, А.А. Воронов, О.Д. Головина, Г. Эмерсон, В.А. Троицкий, Г.А. Саймон, О.Б. Ложкин, В.Д. Патрушев, Г.Н. Черкасов. В работах данных авторов фактор времени представлен как экономическая категория, оказывающая влияние на производство; изложены основные положения о способах измерения времени, его свойствах и методах познания; рассмотрены философские, психологические и социальные проблемы течения времени. Однако, несмотря на имеющиеся результаты, вопрос эффективности использования времени, его влияния на результативность управления субъектами хозяйствования остаётся открытым.

Поэтому **целью исследования** является изучение сущности времени как фактора производства, выявление его роли в принятии управленческих решений, а также описание форм оптимизации и рационализации распределения задач по степени важности и срочности.

Результаты исследования. Как известно, в функционировании любой системы время является специфическим ресурсом, которому присуща такая особенность как непрерывность, т.е. некоторая последовательность событий, постоянный переход из одного состояния в другое. Следующее немаловажное свойство заключается в невозможности данного ресурса, поэтому эффективность использования времени в планировании, организации и контроле отражается на результатах хозяйственной деятельности предприятия.

Последовательность выполнения задач, а также своевременность принятия решений, напрямую связаны с экономией времени на выполнение задач и эффективностью использования технологий. Результатом эффективного и рационального управления временем является скорость производства товаров, выполнения работ и оказания услуг, от которых зависит уровень развития предприятия. Также в процессе планирования деятельности и принятия управленческих решений необходимо учитывать такую особенность времени как относительность, которая зависит от вида времени, классификационные группы которого представлены на рис. 1 [1].

Рынок товаров, работ и услуг на данном этапе развития переполнен производителями, которые рискуют закрыться, не начав функционировать, поскольку не успевают/не умеют принимать и обрабатывать информацию касательно изменения объёмов спроса и предложения. Своевременность принятия решений, способность анализировать информацию, способность подстраиваться под влияние внешней среды, а также скорость производства товаров и оказания услуг, формируют и формулируют такой принцип работы как «здесь и сейчас», который тесно связан с гибкостью и адаптивностью системы управления предприятием. Особое внимание необходимо уделить узкоспециализированным малым предприятиям, которые не «распыляются» на решение многочисленных сложных задач и способны устанавливать качественные связи со своими потребителями.

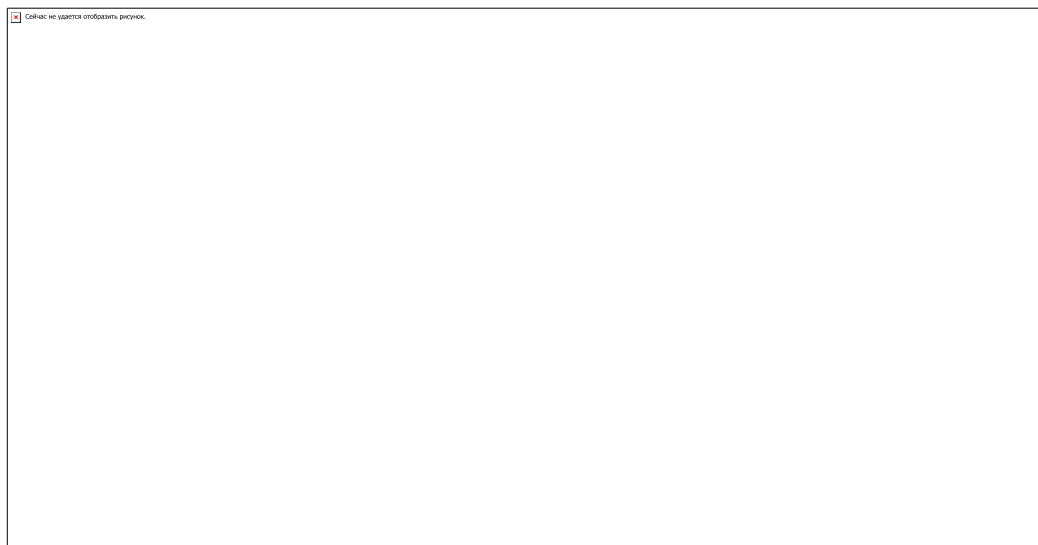


Рис 1. Фактор времени в управлении предприятием

В процессе функционирования организации время является характеристикой, которая отражает интенсивность развития деятельности путем соизмерения времени и приложенных усилий. Развитие, в свою очередь, - динамический показатель, отражающийся в увеличении прибыли, укреплении позиций на рынке, наличии конкурентных преимуществ, а также в способности подстраиваться под внешние изменения. Динамичность всех показателей подчёркивает зависимость организации от фактора времени [2].

Управленческая деятельность является непрерывным и логическим в своём осуществлении процессом, который направлен в будущее и связан с неопределённостью. Для менеджеров степень неопределённости, степень рискованности осуществления хозяйственной деятельности сопряжены с наличием или отсутствием информации. Ответы на различные вопросы, касающиеся будущего состояния объекта, можно решить с помощью методов прогнозирования, основанных на данных предыдущих периодов функционирования предприятия и имеющих ряд преимуществ и недостатков. Анализ временных рядов наряду с вертикальным анализом приемлем в том случае, если менеджмент предприятия собирается функционировать в прежнем режиме. Однако, в случае первичного осуществления мероприятий, таких как диверсификация производства, расширение штата, завоевание доли рынка путём выпуска новых видов продукции или услуг, результаты прогнозирования не будут корректными.

В силу объективности существования фактора времени скорость осуществления операций внутри организации, таких как планирование, передача информации и производство, необходимо оптимизировать в зависимости от ресурсного потенциала,

под которым следует понимать количество ресурсов, которые можно задействовать на данный момент времени. Важной составляющей общего потенциала предприятия является человеческий потенциал предприятия. Персонал организации является ключевым звеном, от которого полностью зависят будущие результаты деятельности. Ценность людей как человеческого потенциала заключается в соответствии компетенций работника его занимаемой должности, способности быстро реагировать на изменения, решать срочные задачи, совокупности личностных качеств, отражающих отношение к работе и понимание общих целей, а также способности к самообучаемости. Главными проблемами предприятий, влекущими за собой не только потери времени, но и материальные потери, являются текучесть кадров, подбор нового персонала, его адаптация, обучение.

Вопросы о рациональном использовании времени и устранении его дефицита изучает наука тайм-менеджмент, в которой выделяются следующие причины нехватки времени в процессе управления [3]:

- отсутствие качественной системы мотивации персонала на предприятии;
- «размытость» поставленных задач;
- неумение организовывать личное время;
- «распыление» на решение маловажных задач;
- нежелание руководителя делегировать;
- большое количество рутинной работы;
- несоответствие способностей работника занимаемой должности;
- плохая осведомлённость руководства о специфике производства;
- некачественно разработанный план деятельности предприятия;
- решение новых задач, с которыми не приходилось иметь дело;
- недооценка/переоценка работником своих способностей;
- частое поступление телефонных звонков и сообщений;
- обращение рядовых сотрудников с просьбами помочь.

Наиболее употребительным методом рационального использования времени является составление «Матрицы Эйзенхауэра» (рис. 2), разработанной 34-м президентом США Дуайтом Дэвидом Эйзенхауэром. Данная матрица состоит из четырёх элементов – квадрантов А, В, С, D, а ее основаниями служат две оси (по вертикали – ось важности, по горизонтали – ось срочности). В каждый квадрат вписываются все задачи в зависимости от их срочности и важности. Матрица помогает расставить приоритеты для выполнения тех или иных дел и определить, что необходимо сделать в первую очередь, а что делать вовсе не надо.

В квадрант А вносят важные и срочные дела, например, к таким относят [4]:

- задачи, которые необходимо выполнить сегодня;
- задачи, невыполнение которых несёт угрозу для дальнейшего функционирования организации;
- дела, касающиеся здоровья.

Идеальным считается вариант, когда данный квадрант остаётся незаполненным, поскольку наличие важных и срочных дел может говорить о неорганизованности руководителя

В квадрант В вносят важные, но не срочные дела, например, повседневные задачи (планирование, анализ, соблюдение графика питания, составление отчётов). Задачи данного квадранта не нужно решать сиюминутно, однако откладывать их в долгий ящик тоже нельзя. При этом у руководителя есть время качественно спланировать и реализовать поставленные задачи.

Квадрант С включает не важные, но срочные, так называемые «отвлекающие», дела – телефонные разговоры, ответы на письма, помощь кому-то из коллег. По возможности такие дела нужно делегировать, поскольку они не приближают к поставленной цели.

В квадранте D размещают не важные и не срочные дела («пожиратели времени»): телефонные разговоры с друзьями, просмотр страниц в сети Интернет и др. Такие дела позволяют отвлечься от выполнения тяжёлых задач.

Если большинство дел находится во втором квадранте, то можно говорить об эффективном распределении времени. Также «Матрица Эйзенхауэра» показывает, куда уходит большая часть времени и энергии. На данном этапе развития технологии позволяют составлять матрицы с помощью веб-сервисов, программного обеспечения для компьютеров, а также специально разработанных приложений на смартфонах. Распределение важности дел, их осуществление, наряду с анализом текущего состояния организации формируют управленческий процесс, т.е. последовательные решения и действия, осуществляемые менеджментом организации. Руководство несёт ответственность за все распоряжения от определения замысла и качественного донесения идеи подчинённым до контроля полученных результатов. Процесс принятия и реализации управленческих решений включает следующие этапы [5]:

	СРОЧНО	НЕ СРОЧНО
В А Ж Н О	A	B
Н Е В А Ж Н О	C	D

Рис. 2. Матрица Эйзенхауэра

1. Выявление проблемы, которое состоит из следующих шагов:
 - установление целей, направленных на решение конкретной проблемы или достижение определённых финансовых показателей, установление временных рамок;
 - установление промежуточных целей и критериев оценки качества выполняемых задач;
 - распределение заданий между сотрудниками, частичное делегирование полномочий; установление сроков выполнения;
 - анализ имеющейся информации о текущем положении фирмы на рынке, ценовой политики конкурентов, анализ собственного потенциала;
 - построение концептуальной модели понимания решаемой проблемы;
 - приведение замысла к общему виду в форме нормативных документов, «дерева целей» и др.
2. Выработка путей и способов решения поставленной проблемы.
3. Детальный анализ предложенных идей, их преимуществ и недостатков, эффективности и возможных рисков.
4. Выбор и окончательная формулировка мероприятий, направленных на достижение поставленной цели, а также оформление решения в документированном виде с указанием задач, сроков их выполнения и ответственный за выполнение персонал.

5. Установление обратной связи, устранение возникающих проблем или недопонимания со стороны работников;

6. Контроль над осуществлением задач и анализ полученных результатов с учётом установленных параметров качества и сроков выполнения.

Таким образом, своевременное принятие управленческих решений является комплексным процессом, который должен осуществляться с учётом множества организационных и внешних факторов. Непосредственно от скорости реагирования на изменения и принятия управленческого решения зависят такие показатели как эффективность и финансовая устойчивость предприятия, конкурентоспособность и формирование конкурентных преимуществ, благодаря которым организация приближается к достижению поставленных целей и увеличению своей рыночной стоимости.

Можно сделать **вывод**, что управление предприятием – динамический процесс, который полностью зависит от специфики деятельности предприятия, а также внешней и внутренней среды. Управленческие решения, принимаемые менеджментом, должны осуществляться оперативно и с учётом фактора времени, заключающегося в своевременном оптимальном выполнении поставленных задач. Кроме того решения должны быть чётко распределены по степени важности и срочности, а также обеспечивать конкурентное преимущество субъекта хозяйствования на рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Касьянова Н.М. Самоменеджмент как эффективная технология развития профессионально-личностного потенциала руководителя/Н.М. Касьянова//Актуальные вопросы современной науки. - 2010. - № 16. - С. 136 - 142.
2. Майлс Т.А. Приоритеты в тайм-менеджменте. Управление временем. Пирамида эффективности./Т.А. Майлс - 2014. - № 13. - С. 59 - 63.
3. Головань, С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань – М.: Феникс, 2009. – 320 с.
4. Туренко Т.А. Малое предпринимательство и его роль в устойчивом развитии экономики/Т.А. Туренко//Известия иркутской государственной экономической академии. – 2010. – №5. – С. 223 - 227
5. Шапиро, С.А., Основы управления персоналом в современных организациях. Экспресс-курс/С.А., Шапиро, О.В. Шатаева. - М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2008. – 468 с.
6. Платонова, Н.А. Планирование деятельности предприятия / Н.А Платонова, Т.В. Харитонова. — М.: Дело и сервис, 2005. – 432 с.

УДК 339.138

Родченко Г.С.
Научный руководитель: Некрасова О.Л., д.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Резюме. В данном исследовании изучены факторы внешнего влияния на поведение потребителей, а так же определены основные факторы, влияющие на поведение и выбор потребителей. Изменения в экономической и социальной жизни общества затрагивают все сферы, и экономика приобретает информационный характер. Очевидными становятся сдвиги в потребительском поведении, появляющиеся в ответ на новые экономические условия. Чтобы максимально удовлетворить усложняющиеся потребности людей, производители привлекают их к созданию продукции.

Ключевые слова. Поведение потребителей, факторы внешнего влияния, информационные ресурсы.

В информационной экономике производятся блага, для которых символические свойства не менее важны, чем утилитарные. Сигнальнознаковая система в потреблении помогает не терять времени, быстро находить людей с похожими интересами, вкусами, обустроить личную жизнь, войти в профессиональные круги. Так, человек легче проникает в подходящие ему «сообщества потребления», одновременно дистанцируясь от других сообществ. Предметы потребления из объектов обладания превращаются в средства общения (или в противоположность – средства дистанцирования и субординации). Люди стараются приобрести то, что, по их мнению, купили бы представители их референтной группы. А их пожелания, в свою очередь, зависят от определенных объективных факторов, оказывающих влияние на их жизнь в целом и потребительское поведение в частности. Получается, что характер потребляемых благ определяется не личностью данного человека, не его индивидуальными предпочтениями, а тем, кем он хочет казаться в глазах окружающих [1, с. 247].

Потребление и потребители в своей массе очень гибкая субстанция. В настоящее время борьба за потребителя, возможности и условия его привлечения стали изучаться и применяться на практике все чаще и чаще. Отсутствие монопольных производителей в абсолютном большинстве направлений экономической деятельности становятся причинами, особенно обостряющими борьбу за покупателя [2, с. 189].

Каждое новое производство, выпуск нового товара или услуги на рынок должно сопровождаться изучением факторов влияния внешней среды. В первую очередь именно социально-демографических факторов, т.к. они отражают существующие потребности людей и определяют, нужен ли рынку данный товар вообще.

В такой ситуации факторы социального-демографического характера становятся важнейшими переменными, влияющими на поведение людей. Именно по этой причине данная тема является крайне актуальной для изучения.

Основная классификация факторов влияния на покупательское поведение, которой придерживается большинство теоретиков в области поведения потребителей, – это разделение факторов на внешние и внутренние, которая представлена на рисунке 1.

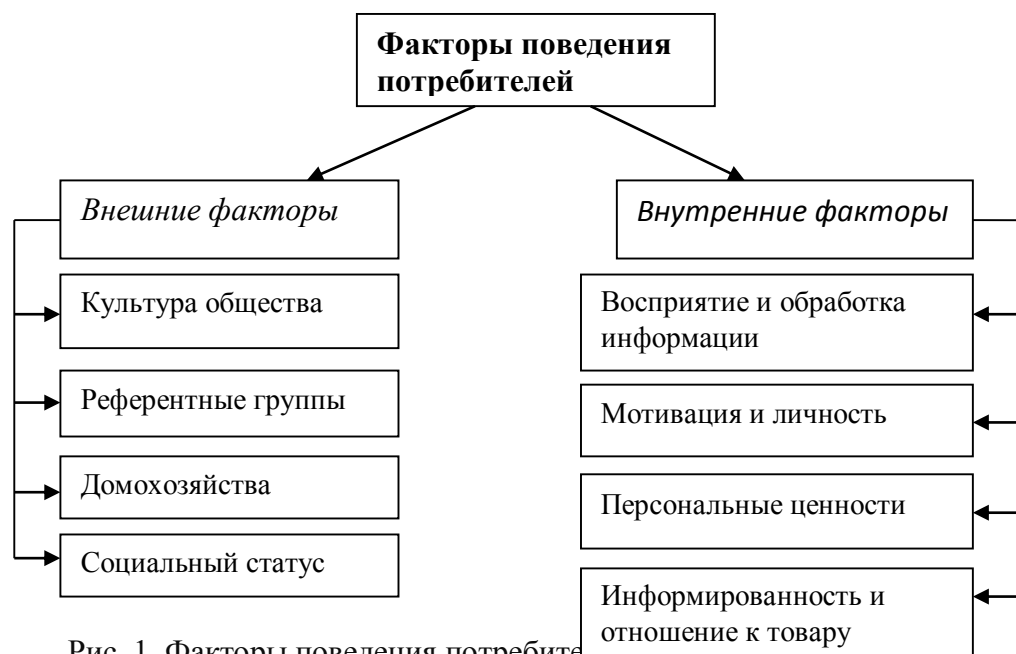


Рис. 1. Факторы поведения потребителей

Однако в современном обществе потребительское поведение изменилось. Мы хотим выделить ряд демографических факторов, которые могут повлиять на поведение потребителей, они представлены на рисунке 2. Большинство компаний используют эти факторы для создания рекламы и правильного использования ее. Ориентация на

потребителей с аналогичными демографическими характеристиками помогает максимизировать продажи и прибыль компании.

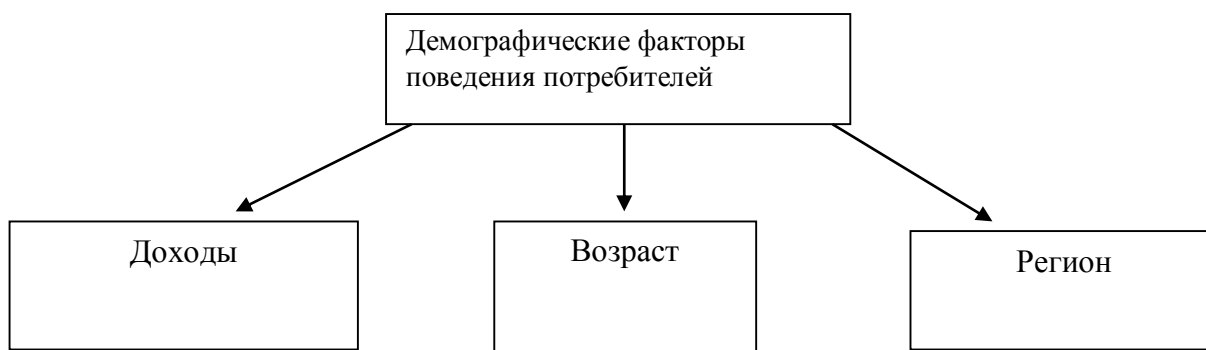


Рис. 2. Демографические факторы поведения потребителей

Доход является одной из демографических переменных, которая может повлиять на поведение потребителей. Компании обычно обращаются к потребителям с определенным уровнем дохода. Например, нишевые товары, такие как высококачественная женская одежда, обычно привлекают женщин с более высоким уровнем дохода. И наоборот, люди с относительно низкими доходами более чувствительны к цене и поэтому могут предпочесть покупку дисконтных продуктов. Люди с низкими доходами имеют меньший располагаемый доход. Стоимость является основным определяющим фактором в продуктах, которые они покупают. Таким образом, компания может наилучшим образом охватить людей с низкими доходами через розничных и оптовых торговцев скидками и привлечь покупателей с более высокими доходами в специализированных розничных магазинах.

Возраст - еще один демографический элемент, влияющий на бизнес и поведение потребителей. Продукты и услуги компании, скорее всего, привлекательны для определенных возрастных групп. Молодые люди в возрасте до 35 лет часто первыми покупают высокотехнологичные продукты, такие как сотовые телефоны, электронные книги и видеоигры. Поколение миллениалов увеличивает покупательную способность и удельный вес на рынке пока покупатели детской продукции остаются большой и жизнеспособной группой также.

Предпочтения людей покупая также меняют географическим *регионом*. Те, кто удовлетворяет потребности и требования покупателей в определенных географических регионах, могут получить более высокие продажи и прибыль. Например, люди часто предпочитают определенные продукты питания и напитки на определенных рынках. Успех современного глобального, международного и даже национального маркетинга опирается на знание и умение использовать кросс-культурные вариации в поведении потребителей. Технологические прорывы в области обработки и передачи информации фактически обрушили территориальные границы компаний и рынков. Мир, где деньги и информация уже стали глобальными, становится одним глобальным рынком [3, с. 18].

Можно выделить несколько глобальных тенденций, позволяющих говорить об изменении поведения потребителей под влиянием информационных технологий.

Прежде всего, на наш взгляд, происходит процесс, который можно назвать рационализацией поведения потребителя. Теория потребительского выбора предполагает, что потребитель стремится к максимизации полезности, при этом достигается равновесие. Но широкий доступ к информации дает сегодня потребителю гораздо больше возможностей в этом плане, и максимизация полезности происходит при более высоком уровне ее удовлетворения. Рынок становится ориентированным на потребителя в гораздо большей степени, нежели 20-30 лет назад [4, с.31]. Причем

упрощение взаимодействия потребителя с производителем благодаря возможностям информационных технологий создает предпосылки для смещения интересов потребителя из долгосрочного периода в краткосрочный. В условиях повышения степени информированности потребителя возрастает возможность принятия им гибких и адекватных моменту решений, что необходимо учитывать при выработке прогнозов относительно потребительского поведения. Таким образом, потребительское поведение в условиях информационных технологий в большей степени соответствует ортодоксальной модели «*homo economicus*» с ее неограниченными когнитивными способностями, так как потенциальные возможности рациональности превращаются в реальные поведенческие функции под влиянием новых информационных технологий.

Есть и иное мнение, заключающееся в том, что сегодня человеческое поведение нельзя объяснить в рамках традиционной неоклассической модели «*homo economicus*», поскольку у человека, помимо сугубо материальных потребностей, на удовлетворение которых обращает внимание эта модель, появляется все больше нематериальных потребностей, связанных с новыми возможностями, и это приводит к формированию новой модели человека, в большей степени присущей постиндустриальному обществу, - такое представление свойственно для сторонников социоэкономики (*socio-economics*) [5, с. 57]. Они прямо указывают на то, что люди не могут рассматриваться односторонне как эгоистические и рациональные субъекты, поскольку «... людям присущ как эгоизм, так и альтруизм, как стремление к конкуренции, так и стремление к сотрудничеству, как лень, так и предприимчивость...». Причем в современном мире эта двойственная сущность человека становится настолько значимой, что ни социология, ни экономическая теория не могут опираться исключительно на традиционные модели человека, которые господствовали в этих науках в доиндустриальную эпоху.

В сфере анализа поведения современного человека особую значимость представляют работы Нобелевских лауреатов о области экономики 2000 г. Д. Макфаддена и Дж. Хекмана, выдвинувших теорию потребительского поведения, альтернативную ортодоксальной, при этом Д. Макфадден заложил основы теории выбора места деятельности и проживания индивидами, а Дж. Хекман выработал методологию оценки свободного выбора покупателем приобретаемого блага. Оба автора обращают внимание на то, что действия индивида в сложившихся на сегодняшний день условиях являются результатом более сложного, чем это принято считать, и многоальтернативного выбора.

Однако мы полагаем, что речь идет не об отказе от характера целевой функции (она продолжает быть максимизирующей и в информационном обществе), и следовательно, не об отказе от модели человека, которая на ней базируется, а об изменении системы предпочтений индивида. Тем не менее, поведение потребителя вполне укладывается в общепринятые в рамках классического анализа теоретические положения и даже, как мы отмечали выше, принятие рационального решения в определенном смысле упрощается.

Знание становится основным ресурсом, а экономическая деятельность, основанная на ограниченности ресурсов, уступает место экономической деятельности, основанной на изобилии информации и способов ее передачи. Существенным моментом для потребителя становится в этой ситуации возможность отбора необходимой информации из того огромного ее объема, который предоставляют современные информационные технологии в распоряжение потребителя.

Изобилие информации, свойственное для экономики в условиях новых технологий, создает для потребителя, осуществляющего свой выбор, неоднозначную ситуацию. С одной стороны, он имеет доступ к огромному объему информации, что повышает степень вероятности нахождения среди всей информации той, которая

является наиболее значимой для него. С другой стороны, именно огромный объем информации затрудняет процесс поиска и выбора значимой информации. Потребитель ориентируется в своем потреблении уже не на отдельно взятые блага, а на группы благ, обладающие некоторыми общими свойствами, характеристиками (модели компьютеров, сорта кофе и т.п.), чтобы таким образом упростить себе процесс выбора в условиях увеличения многообразия возможностей.

Американский экономист К. Ланкастер предложил новый метод анализа поведения потребителя и формирования потребительского спроса, который основывается на разделении товаров на однородные группы и получил название анализа характеристик (attribute analysis). В принципе этот метод использует инструментарий ординалистской теории с тем различием, что кривые безразличия в его построениях представляют множества характеристик товаров, а не товаров как таковых, как это принято в традиционном варианте ординалистской концепции. Основным выводом этого подхода заключается в том, что при существующей системе предпочтений для конкретного потребителя есть максимальная цена, которую он готов платить за данный товар, при повышении же цены он начинает предпочитать комбинации других товаров, обладающих теми же характеристиками, что и данный товар. Причем по мере расширения диапазона товаров, обладающих общими характеристиками, максимум будет достигаться при все меньших ценовых значениях [5, с.70].

В этих условиях возрастает значение рыночных сигналов, то есть формирование продавцами сообщений о характеристиках экономических благ, которые они направляют в адрес потенциальных покупателей.

Именно на распространение рыночных сигналов направлена рекламная деятельность компаний, которые стремятся не просто способствовать продвижению своих товаров и услуг на рынке, но формировать у потребителей устойчивые положительные представления о себе и результатах своей деятельности через товарные знаки, брэнды, становящиеся важным элементом неценовой конкуренции. Товарный знак, представляющий собой специальное обозначение, посредством которого возможно отличить товары и услуги, производимые той компанией, которая им обладает, и соответствующий ему брэнд, представляющий собой совокупность ассоциаций покупателя в связи с определенным товарным знаком, рассматривается многими экономистами как капитальный нематериальный актив, поскольку в качестве средства искусственной дифференциации товаров создают для своего владельца возможность обеспечения монопольного положения на рынке, подвержены капитальному износу, заключающемуся в снижении привлекательности благ – носителей товарного знака для потребителя.

Задачей производителя в таких условиях становится продление «срока жизни» позитивного брэнда, так как он дает возможность использовать свое монопольное положение на рынке, получая монопольную ренту в течение всего периода существования позитивного брэнда.

Что означает это явление для потребителя? Потребитель, сталкиваясь с позитивным брэндом, тем не менее не может со стопроцентной точностью судить о том, насколько выполняет фирма те обязательства, которые предполагает позитивный брэнд. На рынках с большим объемом информации велика вероятность распространения ложных рыночных сигналов, и потребитель может оказываться в достаточно сложном положении при осуществлении выбора.

Поведение потребителя определяется этими условиями. Во-первых, ориентируясь на рынке, потребитель стремится выбирать по возможности широко известные, знаменитые брэнды, имеющие международную известность. Т. Сакайя приводит пример того, как при выборе галстука потребитель может заплатить высокую цену, если этот галстук имеет узнаваемый брэнд: «... при покупке галстука данной фирмы покупатель

абсолютно убежден, что имидж этой продукции признан высококлассным, а ее непревзойденный дизайн будет служить отражением коллективной мудрости тех, кто так или иначе связан с фирмой, изготовившей эту продукцию. Другими словами, созданной знанием стоимостью обладает фирменное название, а поступок покупателя, который приобрел продукцию, отражающую накопленную мудрость ее изготовителей, признается разумным» [5, с. 25]. Таким образом, производитель своими знаниями и умениями стремится к тому, чтобы у потребителя сложилась совокупность знаний, ассоциаций и положительных представлений о реализуемых им товарах и услугах, то есть в брэнде мы видим аккумуляцию знаний, «пришедших» как со стороны производителя, так и со стороны потребителя. Учитывая информационную природу брэнда, следует признать, что ему присущи сетевые внешние эффекты, и рост количества потребителей благ данного брэнда точно так же способствует повышению его привлекательности, как и затраты производителя на его формирование.

Во-вторых, поскольку в отношении брэндов могут возникать и эффекты ловушки (товары и услуги в рамках одного брэнда могут выступать жесткими компонентами по отношению друг к другу) потребитель выбирает те брэнды, которые он использовал в прошлом или использует в настоящее время.

Наконец, по возможности потребитель стремится проверять брэнды, и в этом отношении важна роль соответствующих государственных законов и органов.

Кроме того, прозрачность рыночных транзакций постепенно приобретает всеобщий характер, и экономические субъекты исходят из ее наличия при принятии решений.

Итак, информационные технологии модифицируют восприятие хозяйственными субъектами своих экономических задач, а соответственно, меняют поведение этих субъектов. Меняется сам контекст теории потребительского выбора. Да, если оставаться на позициях «жесткого ядра» неоклассической теории, потребитель стремится по-прежнему максимизировать полезность, но, во-первых, расширяется трактовка полезности, а во-вторых, возрастают альтернативные возможности при осуществлении потребительского выбора.

Большая открытость, с точки зрения информации, и большая гибкость, с точки зрения принятия решений, ставит бизнес в условия более сильной конкуренции и предъявляет новые требования к его развитию. Другими словами, речь идет о повышении степени соответствия реальности основным допущениям модели совершенной конкуренции. Через создание порталов (вертикальных рынков) товаров и услуг Интернет внедряет новые стандарты конкурентоспособности, структуры затрат и прибылей производителей.

Таким образом, проанализировав статистические данные и работы выдающихся ученых в области экономики, можно сделать вывод, что есть определенные социально-демографические факторы, влияющие на поведение потребителей, которые permanently оказывают влияние на покупательскую способность у тех или иных групп потребителей. Однако основным фактором в условиях рыночной экономики и растущей глобализации является информация, которую используют фирмы для привлечения определенных потребителей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бурстин Д. Сообщества потребления // Thesis, 1993. - Т.1. - Вып. 3. - С. 247-253
2. Дурович А.П. Поведение потребителей на рынке: маркетинговый анализ. – М., 2006.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006.
4. Information Economy Report 2007-2008, United Nations, New York and Geneva, 2007. P.31.
5. Ланкастер К. Перемены и новаторство в технологии потребления / Под ред. В.М.Гальперина. СПб., 1999. С. 326-336.

Саламатин В.В.
Научный руководитель: Дубель В.М., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SWOT-АНАЛИЗА В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Резюме: В статье рассмотрены особенности разработки стратегии развития предприятия, а также опыт использования SWOT-анализа как основного инструмента стратегического планирования. Проведен SWOT-анализ Докучаевского флюсо-доломитного комбината. Предложены направления по совершенствованию деятельности предприятия.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое управление, стратегическое планирование, SWOT-анализ, стратегическое видение.

Успех любого предприятия зависит, в первую очередь, от грамотно разработанной стратегии, поскольку она открывает новые горизонты развития и способствует завоеванию новых рыночных сегментов. В условиях систематически изменяющейся внешней среды, возрастающей конкуренции, нестабильности экономической системы стратегическое видение позволяет руководителям предприятий формировать дальнейшие цели развития бизнеса. Благодаря разработке стратегии у предприятия появляется возможность выявлять свои слабые стороны, которые в будущем могут стать преградой на пути к достижению поставленных целей. Кроме того, стратегическое планирование и анализ внутренней и внешней среды предприятия позволяют минимизировать совокупность угроз, способствующих краху компании в случае игнорирования слабых сторон организации. Основой повышения жизнедеятельности предприятия является стратегическое управление. На сегодняшний день существуют разнообразные инструменты для его осуществления. Одним из них является SWOT-анализ. Данный инструмент является универсальным средством при разработке стратегии управления предприятием и пользуется популярностью у менеджеров разного звена, что и обуславливает актуальность выбранной темы.

Степень исследованности. Рассмотрению возможностей применения SWOT-анализа в стратегическом управлении посвящены работы таких ученых, как Н. Ансофф, О.С. Виханский, М.М. Купцов, Д.А. Корнилов, Е.В. Богомолова, М.В. Мельник, Б.В. Артамонов и др. Однако не решенной остается проблема выбора методики осуществления SWOT-анализа на предприятии.

Целью работы является выбор методики проведения SWOT-анализа и рассмотрение его осуществления на примере хозяйствующего субъекта.

Основная часть. В основе стабильной, эффективной, качественной работы предприятий лежит грамотно разработанная стратегия развития предприятия на перспективу. Стратегическое видение способствует формированию правильной и конкурентной модели управления предприятием, от которой зависит будущее существование предприятия. В этих условиях для разработки оптимальной стратегии развития предприятия необходимым является оценка внешнего и внутреннего окружения.

С целью осуществления анализа внешнего окружения целесообразным является рассмотрение возможных и существующих угроз для функционирования предприятия. При анализе внутренней среды необходимым является выявление сильных и слабых сторон предприятия, а также открывающихся перспектив. В стратегическом управлении основным инструментом для выявления сильных, слабых сторон, возможностей и угроз является SWOT-анализ.

Благодаря SWOT-анализу появляется возможность осуществить оценку стратегического положения предприятия. В основе данного инструментария лежит принцип, который гласит: при осуществлении разработки стратегии необходимо обеспечивать соответствие внутренних возможностей компании внешнему окружению. Иными словами, баланс ее слабых и сильных сторон должен полностью соответствовать существующим условиям отрасли, а также способствовать эффективной конкурентоспособности, реализации потенциала компании.

При разработке стратегии развития предприятия необходимо акцентировать внимание на том, что она должна способствовать максимальному эффективному применению имеющихся у предприятия производственных ресурсов, позволять использовать рыночные возможности, а самое главное должна быть направлена на нивелирование возникающих угроз. Персонал, осуществляя анализ внутренней среды, способствует раскрытию потенциала, на основе которого предприятие способно выстоять в конкурентной борьбе, удержать позиции на существующем рыночном сегменте, а также способствует завоеванию новых сегментов.

Анализируя внутреннюю среду SWOT-анализ выявляет сильные и слабые стороны предприятия. Сильные стороны дают возможность организации ускоренными темпами продвигаться в направлении достижения разработанных стратегических целей и задач. В противовес сильным сторонам выступают слабые стороны, которые наоборот затормаживают все существующие процессы, создают проблемы функционирования предприятия.

При осуществлении SWOT-анализа предприятия необходимо соблюдать следующие основополагающие критерии:

1. Осуществляя анализ необходимо уделять внимание конкретным деталям, то есть исследовать каждый рыночный сегмент, продукт, отдел, что позволит на выходе получить более детальные и объективные результаты.
2. В процессе исследования не следует путать возможности с преимуществами, а угрозы с недостатками, поскольку преимущества и недостатки являются внутренними факторами предприятия, а угрозы и возможности внешними неподконтрольными факторами.
3. Оценивать сильные и слабые стороны необходимо с точки зрения покупателя.
4. При анализе следует применять краткие, точные формулировки.
5. Выявляя недостатки и риски для предприятия, необходимо пытаться найти пути их устранения или минимизации.
6. При определении преимуществ и возможностей развития предприятия необходимо искать пути их усиления.
7. Всю имеющую информацию необходимо записывать в специальную матрицу решений.

Для рассмотрения методики проведения SWOT-анализа в качестве основного объекта исследования был выбран Докучаевский флюсо-доломитный комбинат. Государственное предприятие «Докучаевский флюсо-доломитный комбинат» является одним из крупнейших горно-обогатительных предприятий региона по добыче и производству флюсовых известняков и металлургических доломитов, что имеет особое значение для региона, специализирующегося на производстве черных металлов.

Основные виды продукции комбината:

– известняк флюсовый обычный — используется в качестве флюсующего компонента при производстве чугуна и стали, в качестве сырьевого компонента для производства цементного клинкера, а также для производства извести в сахарной промышленности;

- известняк флюсовый доломитизированный — используется в качестве флюсующего компонента при производстве чугуна и стали;
- доломит флюсовый — используется в чёрной металлургии в качестве флюса, а также для подсыпки порогов двухванных мартеновских печей;
- доломит сырой металлургический — используется для обжига на металлургический доломит, а также для заправки двухванных мартеновских печей;
- доломит маложелезистый — используется в стекольной промышленности;
- флюс доломитовый ожелезненный — используется в качестве флюсов в чёрной металлургии;
- щебень — используется для обустройства автомобильных дорог, а также в строительной промышленности;
- доломит обожженный металлургический — используется для ремонта и заправки металлургических печей.

Сильные, слабые стороны, возможности и угрозы, которые были выявлены при анализе внешней и внутренней среды Докучаевского флюсо-доломитного комбината занесены в таблицу 1.

Таблица 1

Сильные, слабые стороны и возможности, угрозы Докучаевского флюсо-доломитного комбината

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – сохранение опытного инженерного и руководящего состава; – проверенное надежное управление; – широкий ассортимент товаров; – высокий контроль качества; – конкурентоспособность за счет увеличения производства; – достаточная известность. 	<ul style="list-style-type: none"> – низкий уровень оснащения рабочих мест; – низкий уровень платежеспособности потребителей продукции комбината; – неучастие персонала в принятии управленческих решений; – не отлаженная сбытовая сеть; – отсутствие четко выраженной стратегии развития предприятия.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – освоение новых рынков; – замена одних поставщиков другими; – создание более совершенной дилерской сети для реализации всех видов выпускаемой продукции; – развитие рекламной деятельности; – повышение покупательской способности заказчиков. 	<ul style="list-style-type: none"> – потеря кадров за счет нестабильности; – нестабильность курса доллар (закупочные цены привязаны к доллару, а реализация осуществляется в рублях); – невозможность долгосрочного планирования; – отсутствие анализа информации о потребителях; – происходит изменение политики поставщиков.

При анализе организации производственного процесса на Докучаевском флюсо-доломитном комбинате были выявлены его слабые стороны. Наиболее важными из них являются:

- отсутствие четко выраженной стратегии развития предприятия;
- невозможность долгосрочного планирования в сложившейся ситуации неопределенности;
- невозможность расширения масштабов деятельности.

Выявить эти проблемы удалось благодаря предоставленной информации о финансовой, хозяйственно-экономической деятельности.

Основные возможности предприятия связаны с появлением новых поставщиков и совершенствованием менеджмента.

Среди основных сильных сторон предприятия можно отметить широкий ассортимент продукции и достаточную известность, как в регионе, так и за его пределами.

Как одну из слабых сторон можно выделить низкий уровень оснащения рабочих мест, применение устаревших методов организации производства, техники и технологии производства.

Рассмотрев возможности Докучаевского флюсо-доломитного комбината, слабые и сильные стороны, проведя анализ угроз, исходящих из внешней среды, можно определить стратегию фирмы. Выводы, которые можно сделать на основании матрицы SWOT, представлены в таблице 2.

Таблица 2

Матрица SWOT-анализа Докучаевского флюсо-доломитного комбината

Сила и возможности	Сила и угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – высокая квалификация персонала и достаточная известность обеспечит выход на новые рынки, увеличение ассортимента, добавление сопутствующих товаров; – расширение производства продукции черной металлургии при условии политической стабилизации потребует значительного увеличения выпуска продукции предприятия; – квалификация персонала, контроль качества, неудачное поведение конкурентов дадут возможность успеть за ростом рынка. 	<ul style="list-style-type: none"> – усиление конкуренции, политика государства, инфляция и рост налогов повлияют на проведение долгосрочной политики; – в условиях недостаточной загруженности значительные производственные мощности простаивают, что снижает эффективность использования основных фондов ; – достоверный мониторинг уловит изменения вкусов потребителей.
Слабости и возможности	Слабости и угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – применение устаревшей техники и технологий могут привести к их замене, что повысит производительность труда и конкурентоспособность продукции предприятия; – снижение размеров налогов и пошлин при сохранении среднего уровня цен позволит получать сверхдоходы. 	<ul style="list-style-type: none"> – неблагоприятная политика государства может привести к выходу из отрасли; – неучастие персонала в принятии решений организации труда и безработицы может привести к саботажу; – нестабильность и неопределенность ситуации в регионе способствует сбоям в поставках.

Проанализировав матрицу SWOT Докучаевского флюсо-доломитного комбината можно сделать вывод о том, что в целом на предприятии сложилась благоприятная среда для его дальнейшего развития и выживания. Рассматривая факторы, отраженные в квадрате сила и возможности необходимо акцентировать внимание на том, что именно они учитываются при планировании деятельности предприятия на перспективу, так как они способствуют повышению конкурентоспособности предприятия.

Анализируя поля слабости и возможности, следует уделить внимание устранению слабых сторон на основе развития перспектив и возможностей, поскольку нереализованные возможности внешней среды в будущем станут угрозой. Кроме того, слабости организации могут быть использованы конкурентами.

Анализируя поля «Сила и угрозы» и «Слабость и угроза» очевидно, что преодолеть угрозы со стороны внешней среды можно за счет сильных сторон предприятия. Будущий успех предприятия зависит от возможности руководства в полной мере оценить существующие риски.

При разработке стратегии развития предприятия необходимо акцентировать внимание на следующие аспекты:

- завоевание новых рыночных сегментов;

– возможность осуществления намеченного объема работы в кратчайшие сроки.

На основе проведенного SWOT-анализа Доучаевского флюсо-доломитного комбината был выявлен следующий перечень основных проблем в деятельности предприятия:

- проблема реализации выпускаемой продукции на международных рынках;
- неразвитость программ по поддержке молодых сотрудников и привлечению квалифицированных специалистов;
- отсутствие четкого управления поставками сырья и материалов.

Для нивелирования данного перечня проблем необходимо, во-первых, разработать программу по поддержанию молодых сотрудников, разработать социальный пакет на предприятии, а во-вторых, необходимо сформировать, разработать и внедрить грамотную систему управления поставками.

Вывод. Эффективность функционирования любого предприятия зависит от грамотно разработанной стратегии развития предприятия. Стратегия развития дает возможность предприятию спрогнозировать на перспективу, в каком направлении необходимо двигаться для поддержания конкурентных позиций на рыночном сегменте. Для разработки качественной стратегии предприятию необходимо использовать инструменты стратегического планирования. Основным таким инструментом является SWOT-анализ. Данный инструмент благодаря выявлению сильных, слабых сторон, возможностей и угроз предотвращает возможные кризисные ситуации и крах компании. Систематическое проведение SWOT-анализа способствует укреплению сильных сторон, нивелированию внешних угроз, минимизации слабых сторон и поддержанию существующих возможностей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Виханский, О.С. Менеджмент: Учебник. / О.С. Виханский, А.И. Наумов // – М.: Гардарики, – 3-е изд. – 2003 г.
2. Ансофф, Н. Стратегическое управление. / Н. Ансофф. – М.: Экономика, 2012. – 519 с.
3. Купцов, М.М. Стратегический менеджмент. / М.М. Купцов. – М.: РИОР, 2011. – 184 с.
4. Корнилов, Д.А. Разработка классификации видов планирования / Д.А. Корнилов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Экономика и финансы. – 2005. – №1. – С. 91-97.
5. Богомолова, Е.В. Концептуальный подход к применению методики SWOT-анализа в организациях торговли для оценки эффективности функционирования организации. Аудит и финансовый анализ / Е.В. Богомолова. – №2. – 2007.
6. Райченко, А.В. Общий менеджмент. / А.В. Райченко. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 312 с.

УДК 33.332.330.15

Святенко Е.А.
Научный руководитель: Грузан А. В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

РАЗВИТИЕ «ЗЕЛЕННЫХ» ИНВЕСТИЦИЙ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Резюме. Рассматриваемая тема является новым направлением в развитии экономики Донецкой Народной Республики (далее ДНР), в свете рекомендаций Парижского соглашения по сокращению выбросов парниковых газов и улучшения экологии Донбасса. Целью статьи является исследование тенденций развития мировой «зеленой» экономики, и выявление перспективных направлений развития для ДНР.

Автором сделан вывод о необходимости привлечения частных инвестиций для развития ресурсоэффективной низкоуглеродной экономики ДНР. Предложены пути развития «зеленых» инвестиций в экономику ДНР.

Ключевые слова: экономика, инвестиции, экология, альтернативные источники энергии.

В настоящее время ДНР находится в сложной экономической ситуации. Причина тому - военное положение и блокада со стороны мирового сообщества. Невозможным стало международное сотрудничество, остановились промышленные предприятия, снизился уровень доходов и жизни населения.

Сегодня в мировой экономике наметился устойчивый рост «зеленых» инвестиций, который опирается в том числе и на Парижское соглашение по сокращению выбросов парниковых газов [1]. Он заключается в переосмыслении взглядов на экономический рост и изменяемую экономикой природу, позволяющих в единстве рассматривать реалии усложняющегося развития мира и ориентироваться на новое осмысление производственных отношений в аспекте совершаемых в мире социотехноприродных трансформаций [2].

Суть указанных стремлений мирового сообщества, это найти новые подходы к реализации хозяйственной деятельности человека на основе «зеленой» экономики. Но все инновации требуют капитальных вложений. В этом новом для многих инвесторов подходе существуют определенные трудности. Например, правительство Российской Федерации запланировало на период 2018 - 2025 гг. ряд мероприятий, которые будут реализованы в тесном взаимодействии государства с бизнесом, научным сообществом, политических и общественных движений. Об этом и не только, шла речь на состоявшемся в период 20 - 22 апреля 2017 г. Красноярском экономическом форуме (КЭФ-2017), в рамках которого была реализована линейка мероприятий «зеленой» тематики [3].

Все страны мира, основываясь на принципах сохранения экологического равновесия, должны ставить во главу своего развития экологические факторы. Это особо актуально и для экономики ДНР.

В последнее десятилетие исследованием указанной проблемы занимались такие ученые-экономисты как: Дергачева Е.А., Яковлев И.А., Кабир Л.С., Никулина С.И., Раков И.Д., Пахомова Н.В., Рихтер К.К., Малышков Г.Б., Бондаренко Ю.П. и др.

Основу экономики Донбасса традиционно составляют три «кита»: угольная, металлургическая и химическая промышленность. Так сложилось исторически, географически и основа всему – залежи полезных ископаемых. Такая концентрация промышленности на ограниченном участке территории, каким является Донбасс, давно уже привела к экологически тяжелым последствиям. Тысячи тон ежегодных выбросов в атмосферу сажи, пыли, углекислого газа и многих других химических элементов негативно сказываются на здоровье жителей, состоянии пахотных земель и водоемов. В этой связи необходимо менять вектор развития экономики от высокоуглеродной, к низкоуглеродной, а в перспективе к безуглеродной экономике, что в настоящий момент прослеживается в политике стран, относящихся к категории развитых экономик мира (Япония, Норвегия, Швеция, Франция, Германия, Нидерланды, Дания). К примеру, в Норвегии планируют к 2025 году отказаться от продаж автомобилей, работающих на бензине и дизельном топливе, и постепенно перейти на эксплуатацию только электромобилей и электроавтобусов. Мировыми лидерами по внедрению технологий возобновляемой энергетики являются Нидерланды и Дания (широкая сеть гидроэлектростанций, приливных электростанций и ветроэнергетических установок) [4].

Имеющиеся в ДНР источниками электроснабжения являются: Зуевская ТЭС (работает на природном газе), Старобешевская ГРЭС (работает на угле) и Новоазовская ВЭС (работает от энергии ветра). Таким образом в крае уже используется с 1998 года

«зеленая» энергетика, однако в силу экономических и политических обстоятельств она, так и не вышла на проектную мощность.

В мире известны несколько видов возобновляемой, «зеленой» энергии: ветряная, солнечная, геотермальная, приливная, гидро и энергия волн. Из всех перечисленных видов, в Донбассе возможно применение только двух: ветряной и солнечной. Остальные применить невозможно, так как крупных рек, энергии приливных волн, крупных морских волн и геотермальных источников здесь нет.

Учитывая природно-географическое положение, особенно районы Северного Приазовья (Новоазовский и Тельмановский районы), где в течение всего года преобладают сильные восточные ветры, ветряной потенциал Донбасса можно и нужно развивать значительно, без ущерба экологии. По данным статистики [6], в Донбассе количество ветреных дней (скорость ветра свыше 4 м/с) в году составляет 210 – 266 дней. При этом, энергия ветра доступна в любое время дня и ночи, что делает ее неиссякаемой и экологически чистой.

При этом количество солнечных дней в году составляет 160-180 дней [6]. Это значит, что использовать солнечную энергию также целесообразно. Учитывая условия нашего региона, специалисты рекомендуют использовать электростанции с использованием солнечных панелей. На такого типа электростанции солнечную энергию используют для получения экологически чистого электричества. Наличие в указанном районе тандема Азовского моря и бескрайних степей, способствует возникновению бриза.

Еще один способ снизить вредные выбросы в атмосферу, это постепенная замена бензина, используемого в автомобилях на этанол. Производство этанола возможно из множества материалов. Это: виноград, картофель, рис, кукуруза, тростник, сахар-сырец, рожь, пшеница, ячмень, овес, сахарная свекла, сахарная патока, топинамбур и другое богатое углеводами сырье. Многие из потенциального сырья произрастает в нашем регионе [5].

Следующий путь развития «зеленых» технологий, это переход транспорта на электрическую тягу. В этом направлении уже в полную силу трудятся многие известные производители, и надо заметить, преуспели в этом. Например, огромным спросом пользуются автомобили таких марок как Tesla, Nissan, Фольксваген и др. В ДНР на первых порах можно начать производство электровелосипедов и электромотоциклов. Такие производства не требуют больших производственных площадей, дорогостоящего оборудования и большого количества квалифицированного персонала по сравнению с производством электромобилей.

Для реализации представленных проектов, необходимы значительные финансовые средства, которых у Республики в достаточном количестве пока нет. Какой же выход из сложившейся ситуации? Ведь для того, чтобы молодой Республике выжить, необходимо развивать экономику, создавать рабочие места, повышать благосостояние народа, уровень жизни, пенсии, социальные выплаты и многое другое. Непризнанный статус ДНР не позволяет полноценно сотрудничать с другими странами, завозить сырье и реализовывать произведенную продукцию.

В тоже время, положительный опыт снабжения Республики продовольствием возможно применить и для других отраслей экономики. Наблюдения автора за развитием розничной торговли в ДНР в период 2014-2018 гг. показал, что физические лица – предприниматели (далее ФЛП), вкладывают собственные средства в бизнес, и успешно ведут его, пополняя бюджет Республики за счет налогов. По данным Министерства доходов и сборов ДНР [7] сборы от уплаты налогов ФЛП в 3 квартале 2018 года составили 22 % от поступлений в бюджет Республики. Примерно столько же (23 %) уплатили налогов и юридические лица.

Учитывая тот факт, что Центральный банк ДНР пока не дает кредитов и ссуд для развития промышленности и бизнеса, для реализации «зеленых» проектов в ДНР необходима государственная программа привлечения инвестиций. В сложившейся ситуации существует несколько путей привлечения инвестиций: прямые государственные инвестиции, смешанные инвестиции, выпуск государственных облигаций, привлечение частного капитала, в т.ч. иностранные – вложения от лиц, которые не являются резидентами ДНР.

Рассмотрим один из приемлемых вариантов – привлечение частных инвестиций для развития частного малого предприятия по сборке электровелосипедов. Привлечение инвестиций предлагается по следующей схеме: количество вложенных средств пропорционально дивидендам. Жителям Республики предлагается вложить личные денежные средства на определенный период под определенный процент. Причем чем больше срок вложения средств, тем выше процент годового дохода. Расчет ведется по прогрессивной шкале, с каждым годом процент прибыли увеличивается на 2 %. Например, сумма минимального взноса ограничивается 50 тыс. росс. руб., максимального – 1 млн. росс. руб. Минимальный срок размещения средств – 1 год, максимальный – 10 лет. Инфографика примера вложения в проект 50 тыс. росс. руб. сроком на 3 года предоставлена на Рис. 1.



Рис. 1. Пример вложения частных инвестиций в развитие малого предприятия.

Таким образом, для развития «зеленых» проектов в ДНР, и одновременно для развития экономики Республики, создания новых рабочих мест, предлагается один из путей решения проблемы – привлечение частных инвестиций. На современном этапе становления молодой Республики, это действенный путь оживления предпринимательства, мотивации населения в получении дополнительного дохода и наполнения государственного бюджета.

В результате перехода к «зеленым» технологиям, Правительство ДНР сможет разработать собственную национальную стратегию устойчивого развития, в которой центральным местом будет обозначена необходимость развития ресурсоэффективной низкоуглеродной экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Официальный сайт ООН / Цели в области устойчивого развития/ 17 Целей для преобразования нашего мира. Париж, 12 декабря 2015 года; [Электронный ресурс]. Режим доступа: (<http://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/about/development-agenda/>).
2. Дергачева Е.А. Глобальная проблематика «зеленой» экономики в условиях социально-техногенного развития мира [Электронный ресурс] Брянск: БГТУ, 2017. Режим доступа: <http://www.tu-bryansk.ru/doc/news/feu/estr1.pdf>.
3. Официальный сайт Красноярского экономического форума (КЭФ-2018)/[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.krasnoforum.ru/news/krasnoyarskij-ekonomicheskij-forum-2017-zavershil-svoyu-rabotu/>.

4. Сайт Возобновляемая энергетика и ресурсы/[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://renewnews.ru/netherlands/>.
5. Сайт Погода 360 (прогноз, статистика)/[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ukraine.pogoda360.ru/844658/avg/>
6. Сайт Мир энергии. Ру/[Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://mirenergii.ru/energiyavetra/moshhnye-vetrogeneratory-sravnitel'naya-karakteristika.html>.
7. Официальный сайт Министерства доходов и сборов ДНР / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mdsdnr.ru/index.php/novosti>.

УДК 338.242

Сирота А.А.
Научный руководитель: Дубель В.М., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

Резюме. В статье рассмотрены особенности организации системы государственных закупок в разных странах мира. Сделаны выводы о преимуществах и недостатках системы государственных закупок в наиболее развитых странах мира и возможности применения их опыта в национальной экономике.
Ключевые слова: государственные закупки, государственное управление, управление бюджетными средствами, бюджет.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современных условиях хозяйствования национальная система государственных закупок является несовершенной. В экономически развитых странах система закупок сформировалась и успешно функционирует достаточно продолжительное время, а внедрение зарубежных правил организации государственных закупок поможет усовершенствовать национальную систему, что в будущем будет способствовать росту национальной экономики.

Объектом данного исследования выступает зарубежный опыт осуществления государственных закупок в современных условиях хозяйствования.

Предметом данного исследования выступают теоретические основы осуществления государственных закупок в экономически развитых странах.

Организацию системы осуществления государственных закупок в разных странах рассматривали в своих работах: Заварухин В.П., Москалева А.А., Нестерович Н.В., Патрон А.П., Смирнов В.И., Снеткова А.В. Федорович В.А. и другие. Вместе с тем нет единой общепринятой системы оценки эффективности осуществления государственных закупок.

Целью работы является анализ организации процесса осуществления государственных закупок в развитых странах с целью его адаптации к национальным условиям.

В настоящее время одним из приоритетных направлений совершенствования системы государственного управления является организация и управление государственными закупками, без которой невозможно полноценное функционирование экономики. Под управлением принято понимать процессы планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для достижения поставленных целей и повышения эффективности хозяйства.

Несмотря на бытующий стереотип о незначительной роли государства в странах с развитой рыночной экономикой многие зарубежные государства накопили значительный практический опыт управления процессом эффективного расходования

бюджетных средств. В условиях развивающегося государства представляет огромный интерес с научной и практической точки зрения мировая практика организации системы государственных закупок для развития контрактной системы в сфере закупок товаров, работ, услуг.

Государственные закупки – жизненно важный весомый компонент национальной экономики. Реализация закупки продукции для государственных нужд чрезвычайно актуальна в современных условиях хозяйствования.

Мировой опыт свидетельствует о том, что во многих экономически развитых странах с устоявшейся системой рыночной экономики система государственных закупок является эффективным инструментом государственного управления, особенно управления бюджетными средствами. [1].

В США и Великобритании функционируют национальные контрактные системы, с помощью которых государственные нужды обеспечиваются посредством отработанных технологий управления единым циклом планирования, размещения и исполнения государственных контрактов [4].

Государственные закупки в Российской Федерации связаны со всеми государственными, региональными и местными органами власти.

В силу исторических, географических, этнических и других факторов государственные закупки в России представляют собой большой объём бюджетных расходов. Система государственных закупок постоянно модернизируется в связи с изменениями в законодательстве.

В силу своей значимости система государственных закупок привлекает все больше внимания со стороны государственных органов и общественности. Чтобы развивать систему государственных закупок, необходимо знать основные этапы ее формирования и развития.

Формирование системы закупок России можно разделить на 4 основных этапа:

1) с 1992 по 1997 год. За этот период было принято большое количество законодательных актов, которые являлись правовой основой для регулирования системы государственных закупок в новых условиях организации хозяйственной деятельности. Но несовершенство правовой базы было успешно использовано экономическими агентами для личной выгоды, что обусловило необходимость внесения изменений в законодательную базу;

2) с 1997 по 2006 год. За этот период были приняты правовые документы, которые должны были стать основой для формирования современной системы регулирования государственных закупок. Однако, вышеупомянутые правовые документы регулировали только действия федеральных заказчиков и не могли выстроить соответствующую систему оформления заказа;

3) с 2006 по 2014 год. Начало следующего этапа в формировании системы государственных закупок связано с принятием федерального закона, который внес много изменений в процесс оформления заказа на закупку: введение электронного аукциона, исключение двухэтапной процедуры, введение понятия начальной (максимальной) цены контракта.

Закрытые процедуры закупок были запрещены, за исключением заказов, составляющих государственную тайну. Был создан конечный список ситуаций, в котором указано, когда заказ может быть размещен;

4) с 1 января 2014 года по настоящее время. Вступает в силу Закон, который регулирует процедуры, связанные с прогнозированием и планированием общественных потребностей, включая товары, услуги, закупки, мониторинг и аудит.

Система электронных закупок в России была впервые внедрена в 2006 году. Однако только с 2009 году электронные торги были установлены в качестве основной формы

проведения государственных закупок. С тех пор доля электронных тендеров в секторе государственных закупок растет.

В 2019 году в России должен быть осуществлен полный переход системы заказов на государственные закупки в электронный формат. Основным аргументом в поддержку этого процесса является повышение прозрачности и снижение уровня коррупции, связанной с электронными тендерами. На Всероссийском форуме государственных закупок 2018 года в Москве были сделаны предложения по внедрению новых технологий для государственных закупок.

Государственные закупки в США – это процесс, посредством которого органы власти страны приобретают товары и услуги. Вследствие особенностей исторического развития либеральной экономической системы в стране США дальше других развитых стран продвинулись в организации системы государственных закупок, основанной исключительно на рыночных принципах.

В отличие от большинства стран Европы, для которых характерным является достаточно высокий уровень государственной тайны в производственной сфере, промышленный потенциал США всегда находится в основном в частных руках.

Усилия государственных органов США по обеспечению общенациональных потребностей направлялись на поиск методов закупок, способных как можно лучше обеспечить поддержку общественные интересы при полном соблюдении законных прав собственников. Таким образом осуществлялся баланс интересов государства и предпринимателей.

Как следует из определения государственного рынка США, государственные заказы реализуются на четырех уровнях: федеральном, штатном, муниципальном, местном.

Среди развитых стран правительство США является крупнейшим заказчиком товаров и услуг для нужд государственного потребления. Государственный рынок страны разделен на три основные части: военно-промышленное потребление, общегосударственное потребление и внутриведомственное гражданское потребление.

Государственный заказ – это сложный и многогранный механизм. Он регулирует все стороны деятельности подрядчика и заказчика в лице государства.

Контракты на закупки правительством США обычно предусматривают выделение соответствующих средств, потраченных на предметы снабжения, услуги, недвижимость посредством покупки или аренды.

Контракты правительства имеют те же правовые элементы, что и контракты между частными сторонами: законная цель, компетентные договаривающиеся стороны, взаимность обязательств и вознаграждение. Тем не менее, федеральные закупки гораздо более жестко регулируются в зависимости от объемов законодательных актов.

Частные стороны, заключающие договор друг с другом, имеют больше свободы для установления широкого круга условий договора по взаимному согласию, чем частная сторона, заключающая договор с федеральным правительством.

Каждая частная сторона представляет свои интересы и может обезопасить себя любым законным способом. Контракты правительства допускают создание условий по взаимному согласию сторон. В коммерческом контракте, где одна или обе стороны могут быть представлены агентами, чьи полномочия контролируются агентским законодательством, агенту обычно разрешается заключать контракт только со ссылкой на принятые понятия коммерческой обоснованности и, возможно, на несколько уникальных законодательных актов, которые применяются.

При заключении контрактов с федеральным правительством требуется, чтобы агент правительства заключал контракт с конкретным регулирующим органом, а полномочия этого агента по ведению переговоров строго контролируются законами и положениями, отражающими выбор национальной политики. В отличие от этого, в

коммерческих контрактах закон позволяет каждой стороне полагаться на полномочия другой стороны заключать обязывающий договор на взаимовыгодных условиях.

Государственные закупки в США играют очень важную роль. Они не только обеспечивают правительство выполнение своих экономических и социальных программ, но и служат стимулом для развития различных отраслей хозяйства, обеспечивают проведение научных исследований, способствуют созданию и внедрению новых технологий. Огромное значение государственные закупки в США имеют для развития малого бизнеса, который в свою очередь является основным источником новых рабочих мест в стране. Таким образом, можно говорить и о значительной социальной роли государственных закупок в этой стране.

Государство является потребителем продукции целого ряда отраслей и таким образом оказывает влияние на направление и динамику процессов развития отраслевой и территориальной структуры хозяйства страны.

Анализ организации процесса государственных закупок в США показывает их эффективность и перспективы использования в национальной экономике.

Наиболее важными элементами организации государственных закупок и чертами функционирования конкурсных торгов в экономически развитых странах мира являются:

- детальное и точное описание предмета закупок;
- строгое выполнение сторонами-участниками торгов существующих правил и инструкций;
- использование преференций;
- активное привлечение и поддержка участия малых предприятий в конкурсных торгах;
- активное внедрение в процесс осуществления закупок для государственных нужд электронной торговли, что является ключевым направлением экономического развития в XXI в.

В основе государственных закупок в подавляющем большинстве развитых стран лежат тендеры. Законодательное регулирование различных предметов закупок зависят от используемых тендерных процедур и способов определения победителей.

В странах ЕС существуют открытые и закрытые одно- и двухэтапные конкурсы, запросы котировок и закупки у единственного источника. Эти элементы использовались и в российской практике. Еще существуют методы запроса предложений и конкурентных переговоров.

В развитых странах Европы сформировалась система социально-рыночной экономики с элементами политики протекционизма при осуществлении государственных закупок. Зачастую предпочтения отдаются местным поставщикам и подрядчикам. Так же в некоторых странах часть государственного заказа резервируется для малого бизнеса и других категорий поставщиков. Иногда, с этой же целью, крупные лоты специально дробят на более мелкие.

Типичным представителем стран ЕС является наиболее развитое государство – Германия. Логично рассмотреть систему организации государственных закупок в этой стране. В стране довольно высокий уровень налогообложения, развитая система демократии и общественных институтов. В этих условиях государство не может допускать неэффективного расходования средств налогоплательщиков. Существующий порядок в Германии четко регламентирует требования участника размещения заказа, не допуская подрядчиков, не имеющих хорошей репутации, достаточного опыта работы и соответствующей квалификации [2, с. 70].

Система контроля за процедурами государственных закупок, действующая в Германии, отвечает требованиям ЕС, но имеет определенную специфику, включая в себя две инстанции: апелляционную – в форме независимого учреждения и судебную – в

форме судебного органа. Возможность оспаривать размещение государственного заказа в суде стала в Германии успешным нововведением. Постановления, выносимые обеими инстанциями, публикуются в открытом доступе и служат для развития и дальнейшего усовершенствования государственных закупок.

Одним из механизмов контроля над размещением государственного заказа в Германии является деятельность общественной организации экспертов и учёных «Форум госзаказа», которые обмениваются мнениями и формируют общественное отношение к новым явлениям в сфере государственных закупок. Форум ежегодно присуждает премию за лучшую научную работу в сфере государственных закупок [3].

Значительным опытом организации государственных закупок обладает Соединенное Королевство, в котором еще в 1833 году был сформирован специальный орган по закупкам, обеспечивающий интересы «короны». В современном виде система закупок сложилась в 1984 г., когда были приняты «Рекомендации по конкурсным закупкам». В 1990 г. при Казначействе была создана «Центральная организация по закупкам» в качестве основного методического и контролирующего органа [2, с. 69].

Система осуществления государственных закупок в Великобритании в значительной степени отличается от системы в США. В каждом министерстве Великобритании есть департамент контрактной работы, который производит закупки самостоятельно для обеспечения общих нужд остальных департаментов и территориальных подразделений. Казначейство в свою очередь делегирует право распоряжения бюджетными средствами отраслевым министерствам (департаментам). Важным элементом данной системы можно считать то, что чиновники Казначейства, курирующие данный департамент, сопровождают планирование, размещение и исполнение государственного контракта на протяжении всего его жизненного цикла. Помимо этого, представитель Казначейства подтверждает расходы и осуществляет руководство на базе принципа «value for money» – «адекватная ценность за уплаченные деньги»[5].

На портале контрактной системы Великобритании размещена электронная библиотека типовых контрактов в виде сервиса по подбору государственных контрактов. В настоящее время в базе библиотеки находится более 450 контрактных направлений.

Выводы. Международный опыт государственных закупок представляет несомненный интерес для разработки и внедрения новых подходов к организации отечественных государственных закупок. Мировая практика показывает, что в развитых странах государственные закупки широко используются как один из элементов системы поддержки экономической и социальной стабильности. Вместе с положительным опытом нельзя не отметить наличие проблем, являющихся общими для систем государственных закупок разных стран. Это, прежде всего, излишняя жесткость правил. В законодательной базе недостаточно развита система учета специфических особенностей закупки услуг. Кроме того, имеет место наличие разногласий в законах о закупках для государственных нужд на государственном и местном уровнях власти.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Организация и проведение конкурсов на закупку продукции для федеральных государственных нужд: Учебно-методическое пособие для государственных служащих / Под ред. В.И. Смирнова, Н.В. Нестеровича. — М.: ГУ ВШЭ, 2002. С. 41-46.
2. Смотрицкая И.И. Экономика государственных закупок. — М.: Либроком, 2012. — 197 с.
3. Снеткова А.В. Международный опыт организации государственных закупок [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://topknowledge.ru>.
4. Федорович В.А. США: Федеральная контрактная система и экономика / В.А. Федорович, А.П. Патрон, В.П. Заварухин. — М.: Наука, 2012. — 189 с.
5. Москалева А.А. Международный опыт организации госзакупок // Научный форум: Юриспруденция, история, социология, политология и философия: сб. ст. по материалам XXI междунар. науч.-практ. конф. — № 8(21). — М., Изд. «МЦНО», 2018. — С. 57-60.

*Стукало А.С.
Научный руководитель: Петенко И.В., д.э.н., профессор
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

РАЗРАБОТКА МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛАКОНД»

Резюме. В статье рассмотрен механизм управления конкурентоспособностью предприятия на примере ООО «Лаконд», выявлены положительные стороны данной системы и определена ее роль в развитии компании.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, экономика, потребитель, рынок, информационные технологии.

Актуальность исследования. Ряд кризисных ситуаций в мировой экономике привел не только к трансформации самой экономики, но к появлению острой конкурентной борьбы между различными субъектами хозяйствования как на внешнем, так и на внутреннем рынках. Многие предприятия оказались в значительно тяжелом положении, т.к. большинство из них не были готовы к ужесточению процесса существования на рынке и появлению новых барьеров, в том числе связанных с необходимостью гибкого реагирования на все возможные изменения, происходящие в окружающей среде. Это, в свою очередь, стало причиной снижения уровня их конкурентоспособности и утрате конкурентных преимуществ на рынке.

В связи с этим одной из первостепенных задач для каждого предприятия, является поиск или создание механизма управления конкурентоспособностью, реализация которого позволила бы избежать негативных последствий усиления конкурентного противодействия на рынке.

Особое значение такой механизм имеет для предприятий, функционирующих в условиях нестабильности экономики, в частности непризнанности территории. Именно благодаря использованию подобного, организация за счет комплексного управления конкурентоспособностью может получить возможность быстро реагировать на кризисные ситуации, «защищать» свое предприятие от них и преумножать достоинства, тем самым сохраняя позиции на рынке.

Степень исследования проблемы. Изучением данной проблематики занимались такие известные ученые как П. Друкер, Ж-Ж. Ламбер, Р. Каплан, Ф. Котлер, Д. Нортон, М. Портер и др. Среди отечественных ученых можно выделить А.Г. Азоева, Ю.А. Блинова, М. Жемчугова, Г.В. Калинина, А.В. Панкрухина и др. Однако в условиях изменчивости и динамичности окружающей среды и экономики в частности, анализ возможностей управления конкурентоспособностью предприятия нуждается в дополнительных исследованиях.

Цель исследования - анализ возможности разработки механизма управления конкурентоспособностью предприятия на примере ООО «ЛАКОНД».

Основная часть. Кризисные ситуации, военные и политические конфликты существенным образом повлияли на современную экономическую ситуацию в целом. В частности, это привело к появлению новых территориальных образований, которые на сегодняшний день являются непризнанными мировым сообществом. Так, экономика таких государств довольно ограничена как с законодательной точки зрения, так и с природно-ресурсной. Исходя из этого, полноценное внедрение и развитие каких-либо систем или механизмов управления подвержено влиянию ряда внешних и внутренних факторов, и требует постоянного контроля и адаптации к новым условиям существования. В данном случае принципы инновационной экономики необходимо

трансформировать под конкретные условия и задачи. Такой подход будет более эффективным и возможным для выполнения. Многие предприятия на таких территориях вынуждены функционировать в довольно сложных условиях, не говоря о возможности конкурировать на внешних рынках. Это в свою очередь отражается на качестве изготавливаемой продукции, объемах поставок и прибыли организаций. В связи с этим, многие субъекты функционирования вынуждены либо прекращать свою деятельность, либо искать возможности выхода из подобной кризисной ситуации.

Одним из способов решения данной проблемы является комплексный подход к управлению всеми звеньями и структурой предприятия, и именно использование определенного механизма управления конкурентоспособностью, который позволяет связать процессы планирования и контроля, повысить мотивацию и производительность труда персонала, формализовать процесс управления [1].

На основе проведенного анализа трудов ученых-практиков [2,3,4], можно выделить ряд тенденций в управлении конкурентоспособностью предприятия:

1. Рост конкуренции, как правило, происходит постепенно, нарастающими темпами.
2. Главным для предприятия является ее стратегическое преимущество, в то время как ресурсное становится второстепенным.
3. Уменьшается время при обдумывании и, как следствие, при принятии решений.
4. Ускоряется процесс обмена информацией.
5. Применение инноваций как при производстве, так и управленческих решениях.
6. Информация становится важнейшим ресурсом создания конкурентных преимуществ.
7. Информационные системы управления становятся факторами, определяющими конкурентоспособность.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что конкурентоспособность предприятия напрямую связана со способностью быстро находить нужную информацию, обрабатывать ее и прогнозировать возможные ситуации и исходы. Таким образом, использование определенного механизма при управлении является одним из основных факторов успешной деятельности.

Благодаря появлению новых информационных технологий можно утверждать, что процесс объединения структурных эмитентов и звеньев в единую систему во многом упрощается. Это дает предприятию возможность оперативно выполнять цели и задачи производства. В условиях нестабильности экономики такой подход позволяет снижать риски и прогнозировать различные ситуации и тенденции на рынке.

Так, включение информационных технологий в механизм управления конкурентоспособностью предприятия оказывает влияние на всю структуру отрасли, тем самым меняя ее, создавая новые условия конкуренции и функционирования в целом. Помимо этого, информационные технологии дают предприятию новые возможности за счет повышения производительности производства [2].

На основе этого формируются новые варианты взаимодействия всех структурных элементов организации. В данном ключе, продукция предприятия является стратегически важным ресурсом – основным условием конкурентоспособности организации.

Для того, чтобы оценить эффективность внедрения определенного механизма управления конкурентоспособностью, он был рассмотрен на примере кондитерского предприятия ООО «Лаконд».

«Лаконд» - это одна из крупнейших кондитерских компаний в Донецкой Народной Республике. Ассортимент предприятия насчитывает более 500 товарных позиций. На сегодняшний день, компания функционирует в достаточно ограниченном режиме: по данным Министерства экономического развития ДНР производственные мощности используют не более чем на 60% от довоенного уровня. Это связано с постоянными

перебоями в поставках сырья, сложностями в сбыте готовой продукции и не высокой платежеспособности местного населения. При этом вся продукция ООО «Лаконд» соответствует требованиям международных стандартов системы менеджмента качества ISO 9000 и ISO 9001, а также системе менеджмента безопасности продуктов питания ISO 22000. И поставляется на экспорт в Российскую Федерацию [5].

В связи с тем, что предприятие находится в условиях нестабильности экономики, рынок кондитерских изделий постоянно подвергается влиянию различных факторов, в том числе появлению новых конкурентов с РФ, повышению налогообложения, изменениям законодательства и т.д. В связи с этим, а также для возможности конкурировать на кондитерском рынке Российской Федерации, предприятию необходимо использовать рычаги и определенные механизмы управления конкурентоспособностью.

Первоначально должна быть сформирована конкурентная стратегия на трех уровнях: бизнес уровень, уровень предприятия, уровень отрасли. Здесь важно отметить, что не существует универсальной стратегической системы, которая охватывала бы все уровни стратегии. Поэтому для каждого уровня формируется своя модель анализа и оценки использования механизмов.

В данной статье более детально рассмотрен бизнес уровень, так как он во многом является определяющим и решающим для предприятия. Так, основным на данном уровне является анализ цепочки ценностей - совокупности работ предприятия, которая направлена на увеличение потребительской ценности продукции или иными словами потребительской стоимости [1]. Данный подход основан на предположении о том, что основой конкурентоспособности является оптимизация всех процессов производства. Такой анализ позволяет найти «узкие места», в которых «ЛАКОНД» может использовать информационные технологии как часть механизма, позволяющие продвинуть ее конкурентные позиции. Фабрика представляется как цепочка последовательных действий, где каждый элемент добавляет стоимость к конечному товару. Благодаря информационной технологии, можно отследить все движение товара по цепочке, выявить лишние и тем самым исключить их из производства. В данном случае произойдет снижение цены конечного товара, что является одним из конкурентных преимуществ предприятия.

Далее необходимо разработать стратегическую информационную систему для бизнес-уровня. Одной из наиболее популярных и востребованных является система управления коммуникациями с клиентами (CRM). Она направлена на клиента, тем самым гарантируя улучшение качества сервиса, создание новых востребованных товаров за счет детального изучения и анализа предпочтений и желаний потребителей.

Применение данной технологии ООО «Лаконд» может сделать предприятие более чувствительным к изменениям в потребительских предпочтениях, желаниях и вкусах. Помимо этого, создание единого информационного пространства позволит достичь эффекта синергии при работе с клиентами фабрики.

Еще одной системой, которая позволила бы кондитерской фабрике конкурировать на зарубежном рынке может быть система HRM, работающая с персоналом предприятия. Ее цель заключается в повышении лояльности и управлении карьерным ростом сотрудников. Такая система позволяет автоматизировать процесс оценки работоспособности и премирования кадров, кадровые передвижения, дает возможность оперативно получать наиболее полную информацию о сотруднике и проводить индивидуальную работу с ним. В данный механизм встроена система электронного кадрового документооборота, что сокращает временные издержки, связанные с бумажным документооборотом. При этом система учитывает индивидуальность сотрудников, опыт работы и его результативность.

Использование такого механизма в условиях нестабильной экономической ситуации позволит ООО «Лаконд» выявить неквалифицированных сотрудников, снижающих общий уровень производительности труда и создающих проблемные зоны, в том числе дополнительных издержки в виде бракованной продукции.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, на кондитерской компании «Лаконд» можно построить механизм информационного управления, представленный на рис. 1.



Рис.1. Информационная система управления конкурентоспособностью для ООО «Лаконд»

Вывод. На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что современные информационные технологии позволят создать на предприятии эффективный механизм управления и контроля за конкурентоспособностью. В условиях нестабильности, в частности непризнанности, это позволяет не только обеспечивать успешное функционирование организации, но и прогнозировать и моделировать ситуации, происходящие в окружающей среде. Благодаря информационным технологиям повышается спрос на продукцию за счет повышения ее качества, что в конечном итоге увеличивает конкурентоспособность предприятия.

В данной статье были рассмотрены две информационные системы на примере кондитерской фабрики «Лаконд», которые позволили выявить преимущества от их использования и построить собственную систему управления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. - М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. - 892 с.
2. Розентул Б. А. Факторы успешного внедрения информационных технологий в практику управления коммерческой фирмой // Новое в экономике и управлении. – 2006. - № 7. - С. 38-45.
3. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегии и практика. - М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. - 375 с.

4. Иванов В.Н. Управление отраслевой конкурентоспособностью в условиях инновационного развития региональной экономики. - Чебоксары: ЧКИ (филиал), РУК. - 2011. - 214 с.
5. Кондитерская компания «ЛАКОНД» // [Официальный сайт ООО «ЛАКОНД»]. URL:<http://www.lakond.ru>. (дата обращения 10.02.2019).

УДК 336.221:001.8

Тарков В.В.

*Научный руководитель: Дмитриченко Л.И., д.э.н., профессор
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕОРИЙ ЭФФЕКТИВНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Резюме. В статье осуществлен ретроспективный обзор экономических теорий и критический анализ современных исследований по проблеме эффективного налогообложения. Определены основные аспекты оптимального налогообложения с учетом социальных модификаций и экономического роста. Отмечено отсутствие единства в обеспечении оптимальной налоговой политики. Указана необходимость в процессе научного анализа ориентироваться на ситуационный подход в построении оптимальной и компромиссной налоговой политики.

Ключевые слова: налог, налогообложение, налоговая теория, оптимальность.

Введение.

Постановка проблемы. В современном научном обществе исследованы теоретические основы налогового регулирования, позволяющие понять его сущность, определить социально-экономическое содержание, а также выявить составляющие элементы и механизмы обеспечения эффективности. Подчеркнём, что обосновать научные постулаты относительно того, какая именно налоговая система является эффективной, пока не удалось.

В этой связи важно попытаться на основе научных разработок теоретиков и практических деятелей выяснить, какие именно законы и закономерности действуют в сфере налогового регулирования, каким образом достичь поставленных целей с помощью инструментов налогового регулирования, какая именно архитектура налоговой системы является оптимальной.

Анализ последних исследований и публикаций. Научные исследования в сфере налогового регулирования, налогообложения, их исторических аспектов отражены в работах современных отечественных экономистов – В.Арсеньевой [1], Е.Балацкого [2], П.Дубинецкой [3], В.Пушкаревой [4] и других авторитетных учёных.

Целью работы является определение эффективной системы налогообложения на основе анализа теорий налогового регулирования.

Основная часть. Налог – один из древнейших финансовых инструментов любой экономической системы мира. Налог является частью существования человека и имеет философский смысл. Еще первые философы Древней Греции (Ксенофонт, Аристотель) характеризовали налог как общественно необходимое и полезное явление.

С развитием взглядов на роль государства в общественно-экономической жизни формировались и концепции налогообложения, которые нашли свое отражение в теориях налогов.

Налоговые теории представляют собой модели построения налоговых систем государства различной степени обобществления. В таблице 1 представлены основные теории налогообложения, которые играют существенную роль в построении любой налоговой политики.

Теория налогов начала развиваться с XIII века, еще во времена Фомы Аквинского (1226-1274), который считал налоги одной из форм ограбления народа и соответственно любое налогообложение, по его мнению, было неэффективным. Напротив, Диомед Карафа высказывал мнение, что налоги выступают необходимым для функционирования государства, элементом и главным источником пополнения бюджета.

Позже теория налогов развивается в разных направлениях. В XVII в. во Франции появляется теория налогов, основателем которой был Шарль Монтескье. Суть её заключалась в том, что граждане должны делиться своей прибылью с государством, поскольку оно обеспечивает внутреннюю и внешнюю защиту жизни и имущества подчиненных, гарантирует порядок, спокойствие и свободу. Несколько иной взгляд на налоги высказывал английский ученый Дж. Милль. Он разработал и впервые выдвинул налоговую теорию услуг. Суть ее заключается в том, что каждый гражданин государства обязательно должен получать от него услуги в виде помощи и поддержки.

Таблица 1

Общие теории налогов

Название	Период	Основоположники теории
Теория обмена	V-XV вв.	Ф.Аквинский
Атомистическая теория	XVI-XVIII вв.	Ш.Монтескье, Т.Гоббс
Теория налога как страховой премии	Первая пол. XIX в.	А.Тьер, Е.Жирард
Классическая теория	Вторая пол. XVIII в. - Первая пол. XIX в.	А.Смит, Д.Рикардо
Кейнсианская теория	Первая пол. XX в.	Дж.Кейнс
Монетаристская теория	50-е гг. XX в.	М.Фридман
Теория экономики предложения	Нач. 80-х гг. XX в.	А.Лаффер

Именно Дж. Милль впервые обосновал введение необлагаемого минимума доходов граждан, размер которого должен быть не меньше прожиточного минимума. Кроме того, свое мнение он высказывал и по поводу прогрессивного налогообложения: «Справедливое и мудрое законодательство не должно побудить к тому, чтобы тратились, а не хранились плоды честного труда» [3, с. 63]. То есть можно считать, что именно Дж. Милль впервые предпринял попытку осмысления оптимального налогообложения, что в дальнейшем нашло распространение и развитие среди экономистов разных стран.

В XVIII в. французскими экономистами А. Тьером и Э. де Жирарданом была разработана теория, согласно которой налоги относились к страховой премии. Сущность этой теории заключалась в том, что часть доходов, которые граждане платят в виде налогов государству, необходимо как страхование их от разных видов рисков и неожиданностей. Необходимой предпосылкой является ограниченное вмешательство государства в экономику, которая должна развиваться в соответствии с объективными экономическими законами.

Дальнейшее развитие эта теория нашла в научных трудах Адама Смита. В его «Исследовании о природе и причинах богатства народов» (1776) рассматриваются вопросы государственных расходов, доходов и задач. А. Смит первым систематизировал налоговую теорию, разработав и предложив четыре выходных принципа построения эффективной системы налогообложения, которые были положены в основу формирования налоговых систем многих стран и остаются актуальными до сих пор:

- налог должен быть точно определен, а не произволен;
- сроки уплаты, способ платежа и сумма отчислений должны быть четкими и понятными для плательщика;
- нужно, чтобы каждый налог взимался в то время или таким способом, который больше всего устраивает плательщика;
- перед финансовым законодательством страны все должны быть равны.

А. Смит отрицательно относился к налогам, он считал, что это есть исключение народных ресурсов, которые можно было бы использовать на создание новой продукции и повышение производительности труда. Он считал, что косвенные налоги повышают не только цену изделия, но и затраты предприятия, а это может привести к уменьшению объемов производства и реализации. Налог на заработную плату объективно снижает потребительскую способность граждан, спрос на рынке товаров и услуг, предложение производителей, что негативно влияет на состояние экономики государства.

Выступая за формирование такой системы налогообложения, которая бы способствовала развитию промышленности и торговли, он был противником наказания нарушителей налогового законодательства. Таким образом, А. Смит впервые выделяет проблему поиска оптимального варианта налогообложения.

Углубленным изучением этого вопроса занимался представитель шведской школы К. Вексель. Лейтмотивом его исследований стала проблема распределения налоговых поступлений в бюджет, которые в дальнейшем используют для финансирования расходных полномочий государства. Указанная проблематика существенно усложняется наличием косвенного налогообложения (которое на то время в Швеции составляло 4/5 от объема всех налоговых поступлений), сокращая объемы потребления.

Соединив маржиналистский подход с теорией благосостояния, К. Вексель возразил «налоги на расходы», предложив соблюдение принципа пропорциональности в процессе налогообложения – большие налоги должны платить те, у кого наибольшие возможности платить. Более того, налоговое бремя должно полностью приходиться на непосредственных потребителей государственных товаров и услуг. Социальные слои населения, благосостояние которых не меняется вследствие предоставления расходных трансфертов из бюджета, должны быть освобождены от налогообложения. Вследствие этого гармонизируется нейтральность налогов в отношении различных социальных групп [5, с. 14].

Рассматривая проблему эффективного налогового регулирования Дж. М. Кейнс обосновал необходимость прогрессивного налогообложения. На его взгляд, значительные сбережения лишь будут препятствовать росту экономики, а, следовательно, их нужно облагать налогом, причем с применением прогрессивной шкалы ставок. Кейнсианские выводы о прогрессивности налогообложения созвучны с соответствующими классическими постулатами, однако основываются не на справедливости распределения фискального бремени, а на концепции «предельных сбережений» и «основного психологического закона потребителей увеличивать потребление с ростом дохода непропорционально к росту дохода» [6, с. 157].

Рассматривая налоги как «встроенные механизмы гибкости», Дж. М. Кейнс доказал прямую зависимость уровня налоговых поступлений не только от дифференциации и различных значений налоговых ставок, но и от изменения величины доходов, выступающих объектом налогообложения. Исходя из этого, обоснована необходимость оптимизации уровня налогообложения в частном секторе. Налоговая концепция Дж. М. Кейнса стала отправным пунктом налоговых реформ во многих странах, в частности, нашла некоторое применение и в России.

Неоконсервативные подходы к построению системы налогообложения получили наибольшее развитие в США и Великобритании, а в дальнейшем и в других странах с развитой рыночной системой и были направлены на ослабление налогового пресса на плательщиков со «склонностью к сбережению», то есть уменьшение тех налоговых платежей, источником уплаты которых является прибыль.

Главным аргументом представителей неоклассической школы относительно налоговой сферы является то, что налоги на прибыль подрывают возможности накопления сбережений и инвестирования, то есть негативно сказываются на

экономическом росте. Наибольшую популярность приобрела налоговая концепция А.Лаффера, экономиста из университета Южной Калифорнии.

Он обосновал и графически исследовал прямую зависимость между прогрессивностью налогообложения, доходами бюджета и налогооблагаемой частью национального производства, доказав, что изменение налоговых ставок предопределяет изменения в деловой активности, непосредственно влияя на экономические стимулы (рис.1).

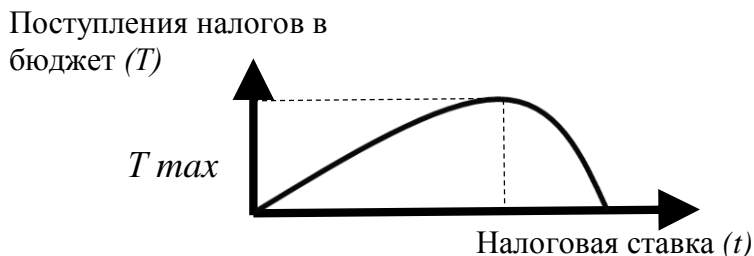


Рис.1 Кривая Лаффера

Неоклассики выступали против существенной централизации национального дохода на бюджетные цели в виде налогов. Государство, контролируя всю экономическую деятельность или значительную её часть, не только не способствует, но и в значительной степени сдерживает развитие рыночных отношений.

Теория оптимального налогообложения, разработанная в зарубежной экономической литературе, обосновывает процесс выбора той или иной налоговой политики, что предполагает открытый или скрытый расчёт компромиссного варианта между экономической эффективностью и социальной справедливостью и реализуется в двух направлениях: налогообложение и эффективность хозяйствования; налогообложение и экономическое неравенство [7, с. 54].

Принятие решения об установлении того или иного налога связано с необходимостью учёта двух аспектов: экономической эффективности налога и его установленным представлением относительно социальной справедливости. Наиболее полно учесть требования экономической эффективности и социальной справедливости одновременно невозможно, а потому оптимальная теория налогообложения нацелена на поиск компромиссного решения.

В современной экономической науке активно обсуждается проблема «оптимального налогообложения». С точки зрения эффективности, налоговая система будет считаться таковой, если она соответствует модели оптимального распределения ресурсов Парето. В этом понимании данным требованиям наиболее соответствует система «одноразового налогообложения», поскольку она оставляет предельные параметры неизменными и в наименьшей степени влияет на поведение субъектов хозяйствования. В то же время существуют убедительные теоретические аргументы против такой системы. Принято считать, что она мало реальна в практическом применении, учитывая политическую целесообразность.

Авторы некоторых теоретических исследований обосновывают понятие «эквивалентность налогов», доказывая, что при определенных условиях некоторые налоги (с точки зрения их влияния на экономическую динамику) формально являются эквивалентными. Да, подоходный налог может быть эквивалентным налогу на потребление, а налог на импорт – налогу на экспорт. Так, в частности, НДС формально эквивалентен не только налогу на личные доходы за вычетом сбережений, но и налогу

на трудовые и корпоративные доходы. Понятие «эквивалентность» часто выступает аргументом при проведении налоговых реформ.

Ещё одним из принципиальных вопросов финансовой политики в условиях глобализации является вопрос конкуренции в сфере налогообложения. Такая конкуренция возникает в случае, когда государства начинают конкурировать за привлечение мобильных факторов производства на международном рынке, предлагая разнообразные налоговые льготы, прежде всего, предприятиям, планирующим осуществлять инвестиции.

Кроме того, конкуренция в сфере налогообложения, практикуемая в мире, затрагивает не только налоги на капитал, но и налоги на трудовые ресурсы, потребление, внешнеторговые поступления и т. д. В то же время в силу разного уровня мобильности факторов производства конкуренция, особенно в сфере налогообложения доходов на капитал, является наиболее острой.

Обобщая результаты научных исследований, в которых анализируется эта проблема, можно прийти к выводу, что конкуренция в сфере налогообложения эквивалентна общему понижающему влиянию на уровень налогообложения доходов на капитал. Вместе с тем, в случаях, когда база налогообложения является менее мобильной, это может сопровождаться повышением других налогов и, в результате – общая налоговая нагрузка может остаться неизменной.

Вместе с тем, в основе этих выводов заложены весьма жесткие предположения и учет большего количества факторов, что может изменить результаты. Несмотря на различия в некоторых исходных положениях, большинство учёных соглашается с тем, что общая налоговая нагрузка определяется, прежде всего, спросом. Они утверждают, что единство общества относительно необходимости конкретных общественных услуг определяет размер государственных расходов, от которых, в свою очередь, зависит общий уровень налогообложения и легитимность налоговой системы в условиях демократии.

Выводы. Аналитический обзор ключевых теорий и концепций налогообложения с целью выявления рациональных параметров налогового регулирования показывает, что нет единства относительно оптимальной величины уровня налогообложения и структуры налоговой системы, в частности, относительно соотношения прямых и косвенных налогов. Конкретная структура налогообложения в экономике, обычно, отражает как уровень развития, так и эволюцию налоговой системы. В процессе научного анализа следует использовать ситуационный подход, который должен основываться на поисках компромиссного варианта между экономической эффективностью и социальной справедливостью, а также учитывать специфику макроэкономической динамики и бюджетного распределения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арсеньева В.А. Налоговая политика в системе государственного регулирования экономики: анализ подходов, оценок и методов экономического управления / В.А. Арсеньева, Е.А. Янпольская // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2014. – № 4(47). – С. 7-16.

2. Балацкий Е.В. Налоговые реформы и экономический рост / Е.В. Балацкий // «Проблемы прогнозирования», 2006. - №2. - С. 136–144.

3. Дубинецкая П. П. Исторический аспект развития налогово-экономической системы / П. П. Дубинецкая // VIII Межн. науч.-практ. конф. «Аспекты стабильного развития экономики в условиях рыночных отношений» 24-25 апреля 2014 г. [материалы] - Умань, 2014. - С. 62-64.

4. Пушкарева В. М. История финансовой мысли и политики налогов : учеб. пособие. - М.:Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с.

5. Сутормина В. М. Государство-налоги-бизнес: (из мирового опыта регулирования рыночной экономики): монография / В. М. Сутормина, В.М. Федосов, В. Л. Андрущенко. – К. : Изд-во «Лебедь», 1992. – 328 с.

6. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. Кейнс. – М. : Изд-во «Прогресс», 1978. – 548 с.

7. Попова Л. В. Налоговые системы зарубежных стран: учебно-методическое пособие / Л. В. Попова, И. А. Дрожжина, Б. Г. Маслов. – М.: Дело и Сервис, 2014. – 368 с.

УДК 338.165.4

Темертей Д.Н.
Научный руководитель: Дубель В.М., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ОТДЕЛА КУЛЬТУРЫ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДА ДОКУЧАЕВСКА

Резюме: В статье рассмотрены перспективы осуществления анализа внешней и внутренней среды предприятия на основе PEST и SWOT анализа. Проведен PEST и SWOT анализ отдела культуры администрации города Докучаевска. Предложены стратегические цели развития для отдела культуры администрации города Докучаевска.

Ключевые слова: PEST-анализ, SWOT-анализ, внешнее окружение, внутренняя среда.

В современных реалиях под воздействием внутренней и внешней среды формируется, развивается, существует предприятие любого спектра деятельности. Главным источником жизненной силы организации является внутренняя среда, поскольку именно она закладывает фундамент для функционирования предприятия. От качества осуществляемого управления, уровня подготовки персонала, финансовой устойчивости, маркетинга зависит, выживет ли предприятие на выбранном рыночном сегменте или нет. Однако к краху предприятий приводят не только факторы внутренней среды, но и влияние внешней среды. Именно факторы внешнего воздействия являются источником ресурсов, которые необходимы предприятию для поддержания внутреннего потенциала на должном уровне. Поэтому осуществление регулярного анализа внешней и внутренней среды предприятий является неотъемлемой составляющей их выживания, чем и обуславливается актуальность выбранной темы.

Степень исследованности. Рассмотрению анализа внешней и внутренней среды предприятия посвящены работы таких ученых, как Дж. Белл, Ф. Котлер, Р. Дафт, М. Мескон, К. Эндрюс, Р. Грант, И. А. Жебелев и др. Вместе с тем остается неразрешенной проблема единства взглядов на направления и особенности осуществления анализа внутренней и внешней среды предприятия.

Целью работы является проведение анализа внутренней и внешней среды администрации города Докучаевска и в частности отдела культуры.

Основная часть. Окружающая среда является изменчивой, сложной и неопределенной системой, которая оказывает непосредственное воздействие на деятельность хозяйствующих субъектов. Динамизм внешнего окружения побуждает предприятия к систематическому выживанию на основе адаптации к существующим реалиям. Основой жизнедеятельности любого предприятия является упорядоченное и систематизированное представление руководителя о потенциале развития внутренней среды и о тенденциях развития внешнего окружения.

Внешняя среда предприятия является основным источником ресурсов, которые составляют основу его существования и способствуют поддержанию внутренней активности на соответствующем уровне. Для обеспечения стабильности любого предприятия необходимо систематически следить за состоянием внутренней среды, так

как наличие отклонений хотя бы в одном показателе может повлиять на целостность системы и привести к негативным последствиям для деятельности предприятия.

Внешняя среда является ограниченной системой, поскольку ее ресурсы не безграничны и на них претендуют все предприятия, которые находятся в такой же среде. В этой связи существует вероятность того, что предприятие не в полной мере может получить все необходимые для него ресурсы. Такая тенденция может оказать пагубное влияние на деятельность организации и побуждает предприятие адаптироваться к изменениям внешней среды, в том числе и за счет изменений во внутренней среде.

Основным инструментом, благодаря которому можно осуществить анализ внешней среды является PEST-анализ. Данный анализ представляет собой комплексное изучение факторов внешней среды, которые влияют на развитие предприятий. В его названии зашифрованы те области, которые непосредственно исследует данный инструмент, а именно политические, экономические, общественные и технологические.

С целью наглядного отображения анализа внешней и внутренней среды предприятия в качестве объекта исследования выбран отдел культуры администрации города Докучаевска. Развитие культурных ценностей и организация досуга является основой жизнедеятельности общества и индикатором качества жизни. Для поддержания культурного наследия общества отдел культуры города Докучаевска регулярно проводит мероприятия направленные на:

- развитие условий для сохранения культурного наследия;
- поддержание существующих художественных направлений;
- формирование и внедрение новых технологических направлений в области культуры;
- обеспечение доступа населению к художественным ценностям;
- повышение уровня удовлетворения духовными потребностями.

В 2016 году, не смотря на все сложности, с которыми столкнулись учреждения культуры города Докучаевска, работники принимали активное участие в жизни города и республики: общегородских и республиканских мероприятиях и акциях. Совместно с городским отделением ОД «Донецкая Республика» и при большой личной поддержке главы администрации города Докучаевска удалось провести много ярких мероприятий с привлечением профессиональных исполнителей и вручением призов и подарков участникам конкурсно-игровых программ.

На протяжении 2017 года клубными учреждениями культуры проведено 292 культурно-массовых мероприятия, из них 154 общегородского уровня, которые посетило более 67 000 человек, из них около 100 человек из временно не подконтрольной ДНР территории.

Сведения по проводимым мероприятиям отделом культуры администрации города Докучаевска приведены на рисунке 1.

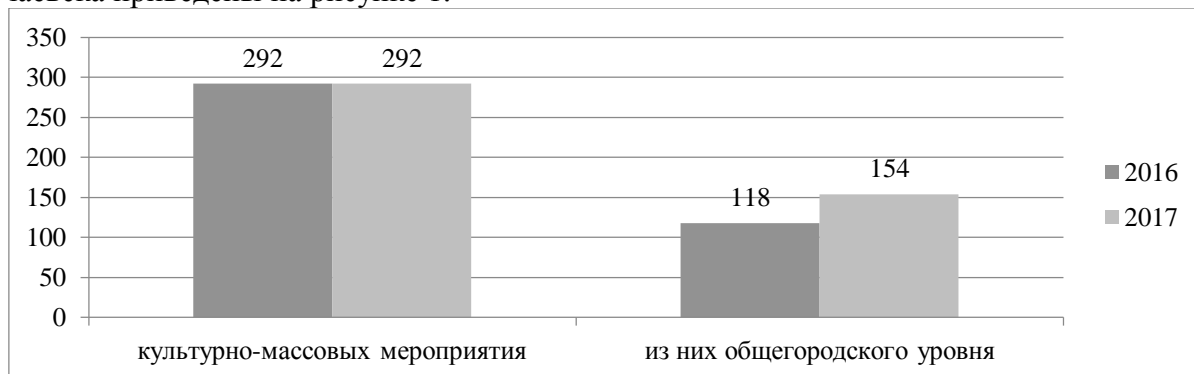


Рис. 1. Сведения о количестве проводимых отделом культуры города Докучаевска мероприятий в 2016-2017 гг.

Анализ рисунка 1 свидетельствует о том, что количество проводимых культурно-массовых мероприятий в 2017 году осталось неизменным, а количество мероприятий общегородского уровня в 2017 году по сравнению с предыдущим годом увеличилось на 36.

Работники культуры всегда являются одними из самых активных участников в жизни города и республики, общегородских и республиканских мероприятиях и акциях. Совместно с местным отделением ОД «Донецкая Республика» и при большой поддержке главы администрации города Докучаевска и начальника отдела культуры проводится много ярких мероприятий с привлечением профессиональных исполнителей.

Благодаря качественному составлению смет на проведение праздничных мероприятий отделом культуры администрации города Докучаевска и поддержке Министерства культуры ДНР заметно увеличивается финансирование на оплату транспортных услуг для посещения республиканских мероприятий и на организацию общегородских массовых праздничных мероприятий, что способствует улучшению качества проведения и увеличению посещаемости указанных мероприятий.

Проведем PEST-анализ для отдела культуры администрации города Докучаевска (таблица 1).

Таблица 1

PEST-анализ отдела культуры администрации города Докучаевска

Политические факторы	Экономические факторы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Изменения регионального, местного законодательства. 2. Регулирующие органы и нормы в сфере культуры. 3. Административный контроль над деятельностью учреждения. 4. Нестабильность политической ситуации в регионе. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Экономическая ситуация. 2. Региональные целевые и муниципальные программы по развитию культуры. 3. Рост цен на ресурсы, необходимые для учреждений. 4. Миграционный отток населения в результате нестабильной ситуации в регионе.
Социокультурные факторы	Технологические факторы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Репутация учреждения среди населения. 2. Реклама и связи с общественностью. 3. Вкусы и предпочтения населения. 4. Дефицит высококвалифицированных кадров в сфере культуры. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Информационно-телекоммуникационные технологии. 2. Тенденции, снижающие уровень востребованности организации территории.

Анализ факторов внешней среды показал, что среди политических факторов нужно учитывать изменения регионального и местного законодательства в области культуры. Этот фактор заставляет руководство постоянно вести четкий контроль за изменением всех нормативно-правовых актов, касающихся деятельности учреждения, а также уметь своевременно учитывать их в своей деятельности. Например, изменения в законодательстве могут обуславливать увеличение планируемых сроков и изменение условий реализации культурных мероприятий.

Регулирующие органы и нормы в сфере культуры устанавливают правовые, организационные, экономические и социальные основы деятельности в данной сфере, поэтому и само учреждение должно следовать им и подчиняться. Среди политических факторов также следует учесть нестабильную политическую ситуацию в регионе, которая приводит к снижению возможности проведения культурных мероприятий.

Другой группой факторов, оказывающих влияние на учреждение, являются экономические. Первый фактор этой группы – экономическая ситуация. Состояние внутренней и внешней конъюнктуры, темпы роста национальной экономики и уровень инвестиционной активности, инфляция, могут привести к возникновению бюджетного дефицита на всех уровнях, что ведет к снижению инвестиционной привлекательности сферы культуры. Зачастую в бюджете наблюдается дефицит средств, что ведет к

сокращению финансирования районных администраций, поэтому среди экономических факторов в первую очередь нужно учесть экономическую ситуацию в Республике в целом и в городе в частности.

Рост цен на ресурсы, необходимые для учреждения, а именно на тепло- и электроэнергию, водоснабжение, строительные и другие материалы негативно сказывается на проведении таких затратных мероприятий, как реконструкция и капитальный ремонт учреждений культуры, порой делая их невозможными.

При анализе социокультурных факторов среди прочих был выявлен следующий – репутация учреждения. На ее основе формируется общее мнение населения о деятельности отдела культуры, которое является основным критерием для развития данного типа учреждения. Именно сформировавшееся мнение населения определяет желание общества посещать учреждение. Репутацию учреждения создают сотрудники, труд которых оценивают потребители. Уровень квалификации сотрудников может сказаться на уровне качества предоставляемых услуг. Поэтому дефицит высококвалифицированных кадров в сфере культуры следует выделить среди социальных факторов, определяющих внешнюю среду организации.

Реклама и связи с общественностью оказывают непосредственное влияние на деятельность учреждения, поскольку ее информационное сопровождение, т.е. информация о всевозможных мероприятиях, проводимых учреждением, должна быть донесена до населения вовремя и в доступной форме. Информационное сопровождение может обеспечиваться через оповещение граждан о планируемых мероприятиях путем размещения информации на баннерах, рекламных щитах, афишах, в средствах массовой информации.

Вкусы и предпочтения населения как социокультурный фактор во многом определяют направленность деятельности отдела культуры администрации города Докучаевска. Важным условием эффективной деятельности учреждения является скорость реакции на изменения во вкусах и предпочтениях населения и способность быстро реагировать на их изменения, так как от этого во многом зависит удовлетворенность населения качеством оказываемых услуг.

Далее рассмотрим технологические факторы, определяющие внешнюю среду. Современные информационно-телекоммуникационные технологии могут значительно повысить качество предоставляемых услуг и оказать положительное воздействие на эффективность деятельности отдела культуры.

Внутренняя среда любого предприятия находится в тесной взаимосвязи с организационной культурой, которая, как и вышеизложенные факторы, должна анализироваться с разных сторон. Предприятию для выживания в долгосрочной перспективе необходимо систематически осуществлять прогноз возможного развития. Во-первых, предприятие должно на перспективу предсказывать, какие могут возникнуть трудности, риски и угрозы. Во-вторых, благодаря прогнозу предприятие может понять, какие перспективы и возможности ждут его в будущем.

В основе эффективного стратегического управления лежит изучение внутренней среды. Именно стратегическое управление, рассматривая внутреннюю среду, выясняет какие угрозы, и возможности для нее представляет внешнее окружение. Для эффективного нивелирования возникающих угроз и результативного использования возможностей предприятию не достаточно только иметь одного знания о них. В практике субъектов хозяйствования встречаются ситуации, когда предприятия имея представление о существующих угрозах, не могут противостоять им в силу отсутствия необходимых возможностей. Дальнейшая деятельность такого предприятия находится под угрозой поражения и ухода с рынка. В тоже время, не всегда знание об открывающихся возможностях является перспективным направлением, так как предприятие может не суметь направить эту информацию в нужное русло.

Помимо угроз и возможностей в основе успешного существования предприятия лежат сильные и слабые стороны, которые являются неотъемлемой составляющей внутренней среды. Исходя из этого, стратегическое управление при осуществлении анализа внутренней среды предприятия интересуется выявлению сильных и слабых сторон, возможностей и угроз.

Главным методом выявления сильных, слабых сторон, возможностей и угроз является SWOT-анализ. Данный метод в своем названии так же, как и PEST-анализ скрывает аббревиатуру из английских слов: сила – strength, слабость – weakness, возможности – opportunity и угрозы – threat. SWOT-анализ является основополагающим подходом в рассмотрении внешней и внутренней среды организации. С помощью данного метода можно установить взаимосвязь между сильной и слабой стороной, возможностями и угрозами.

Проведем SWOT-анализ отдела культуры администрации города Докучаевска. (Таблица 2)

Таблица 2

SWOT-анализ отдела культуры администрации города Докучаевск

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие многонациональной самобытной культуры, взаимообогащение традиций, укладов. 2. Богатое культурно-историческое наследие. 3. Наличие памятников археологии и неповторимого природного ландшафта. 4. Сохранение традиций народного творчества (национальные праздники, народное прикладное творчество). 5. Возможность тесного сотрудничества с городами курортами. 6. Организованная на высоком уровне работа национально-культурных центров. 7. Рост востребованности услуг учреждений культуры. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаточное бюджетное финансирование. 2. Ухудшение состояния материально-технической базы отрасли культуры. 3. Дефицит высококвалифицированных кадров. 4. Слабая социальная защищенность работников учреждений культуры. 5. Недостаточно активное привлечение инвесторов для поддержки отрасли.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Стимулирование всех форм творческого обмена, как в учреждениях культуры, так и за его пределами. 2. Пропаганда национальных ценностей в целях развития материальной и духовной культуры. 3. Выполнение ремонтных и реставрационных работ в отношении объектов культурного наследия (памятников истории и культуры). 4. Пополнение, реставрация особо ценных единиц фондового хранения в библиотеках, комплектование книжных фондов наиболее востребованной литературой. 5. Выявление среди творческой молодежи новых дарований, в том числе посредством проведения фестивалей, конкурсов, выставок. 6. Организация и проведение открытых районных, городских, конкурсов выставок в области самодельного искусства с целью поднятия престижа творческой деятельности. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ухудшение состояния материально-технической базы культурной сферы. 2. Отток профессиональных кадров, как в иные сферы деятельности, так и в регионы с более высоким уровнем жизни. 3. Снижение качества и количества услуг, предоставляемых населению. 4. Социальная напряженность. 5. Старение кадров. 6. Сокращение бюджетных расходов на отрасль культуры города в целом. 7. Принятие законодательных актов без учета отраслевой специфики.

На основе проведенного SWOT-анализа можно порекомендовать отделу культуры города Докучаевска разработать следующие стратегические цели:

1. Формирование среды для развития профессионального творчества и художественного образования.

2. Пересмотр минимальной потребительской корзины для внесения в нее расходов на культуру.

3. Доходы, которые получают учреждения культуры, должны быть направлены на открытие дополнительных возможностей по улучшению качества работы и стимулирование сотрудников отдела культуры.

4. Осуществить оптимизацию отрасли культуры на основе:

– создания нормативно-правового обеспечения сферы культуры;

– разработки механизмов по привлечению дополнительного финансирования;

– формирования мероприятий, направленных на преобразование отдела культуры;

– генерирования комплекса механизмов по переводу отдела культуры на финансирование за счет средств инвесторов.

Вывод. Анализ внешней и внутренней среды является основополагающим инструментом в обеспечении функционирования и развития предприятия. На основе данного анализа целесообразно осуществлять контроль над происходящими изменениями в окружающей среде, выявлять сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Если предприятие не следит за внешним окружением, не развивает внутренние возможности, то в ближайшей перспективе оно может либо потерять свою конкурентную позицию на занятом рыночном сегменте, либо прекратить свою деятельность. Для эффективного функционирования предприятию необходимо регулярно проводить анализ внешней и внутренней среды. Основным инструментарием в оценке окружающей среды и внутренних составляющих является PEST и SWOT-анализ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сайт Докучаевской городской администрации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://dokuchaevska.ucoz.org>.
2. Дафт, Р. Теория организации / Р. Дафт. – М., - 2006. - 736 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент./ Ф. Котлер. – СПб: Питер Ком. – 2009.
4. PEST-анализ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://marketolog.biz/index.php?pid=49>.
5. Мескон, М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М., – 2007. – 672 с.
6. SWOT-анализ: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы // [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_16/article_1185/.

УДК 659 631.16:658

Торба А.А.

*Научный руководитель: Дудник В.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КЛАСТЕР КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ)»

Резюме. В статье рассматривается возможность создания агропромышленного кластера на территории ДНР, проведен анализ пищевой промышленности и сельского хозяйства Республики. На основе полученных данных был разработан механизм создания кластера и сформирован АПК-кластер ДНР, а также выделены проблемные зоны и перспективы развития.

Ключевые слова: территория, маркетинг, кластер, экономика, агропромышленность.

Актуальность исследования. Санкционные ограничения оказывают достаточно значительное влияние на продовольственную безопасность многих стран. В связи с этим во всем мире особое внимание уделяется государственной аграрной политике, которая должна быть направлена на развитие конкурентоспособности рынка сельскохозяйственной продукции, обеспечение его функционирования и повышение доходности в условиях нестабильной экономической ситуации.

Одной из ключевых возможностей для данного вектора развития является создание новых тесных производственных связей не только внутри отрасли, но и между различными секторами экономики, что в конечном итоге позволит повысить результативность от их деятельности. В данном ключе агропромышленный комплекс можно считать основой для развития, как сельского хозяйства, так и пищевой, легкой, текстильной, химической, фармацевтической промышленности, машиностроения, научно-исследовательских центров и образовательных структур.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросами создания агропромышленных объединений, в том числе кластеров, занимались такие известные ученые как К. Кетелс, Ф. Котлер, А. Пажитнов, М. Портер, К. Прокопович, В. Тотомианц, М. Туган-Барановский, А. Фортунатов, А. Чайнов и др.

Целью исследования является разработка рекомендаций по созданию и развитию агропромышленных кластеров.

Основная часть. На сегодняшний день возникают потребности в поиске новых подходов и методов управления территориями и их комплексами для соответствия современным требованиям рынка и стратегическим приоритетам развития. Благодаря построению четкой организации и координации, а также возможности объективно оценивать ситуацию и своевременно влиять на нее, становится возможным осуществление государственной политики, направленной на эффективное использование ограниченных территориальных ресурсов, интеллектуального и трудового потенциала, а также «правильное» использование специализации территории.

Агропромышленный комплекс – это совокупность отраслей, связанных с производством продуктов питания и предметов потребления сельскохозяйственного происхождения, которая образует относительно обособленную сферу общественного производства [1]. Его можно считать одним из наиболее жизненно важных секторов экономики, который затрагивает абсолютно все этапы жизненного цикла товара. Отсюда следует одна из главных государственных задач в сфере АПК – сбалансированное развитие всех звеньев комплекса и задействование всех имеющихся предприятий и их производственных мощностей.

Для обеспечения данной задачи необходим комплексный подход, заключающийся в государственном управлении и территориальной специализации. Анализ мировых тенденций показал, что одним из наиболее распространенных и эффективных способов социально-экономического развития и управления территориальными комплексами является концепция кластеров, предполагающая не только реализацию на практике, но и создание «уникальностей» и «особенностей» путем нахождения и выделения приоритетов и перспектив.

Важно подчеркнуть, что данная концепция является весьма актуальной для территорий и их субъектов хозяйствования, которые только начинают свое становление и развитие, в частности – это непризнанные регионы. Это связано с тем, что создание отраслевых кластеров помогает в реализации конкурентного потенциала государства и обеспечивает необходимым количеством продукта местных жителей. Данная концепция, ориентирована на долгосрочное социально-экономическое развитие, поэтому способствует притоку инвестиций и технологий. Главная идея кластерной политики – это создание территориальной близости между участниками для выделения приоритетов и преимуществ.

В современной литературе синтез промышленности и сельского хозяйства понимается как высшая форма кооперации, а с точки зрения экономики как соединение/слияние

различных субъектов хозяйствования, при котором образуется новая совокупная система производств, обеспечивающая выполнение поставленной цели [2, с.12]. На практике, интеграция в АПК – это экономический процесс, регулируемого объединения хозяйственных структур в единое агропромышленное производство с целью повышения экономической эффективности его работы и решения социальных задач.

Говоря о непризнанных территориях, экономическая среда которых однообразна и ограничена различными барьерами, одной из приоритетных форм развития агропромышленной интеграции является создание агропромышленного кластера. Это создает предпосылки для появления элементов конкуренции или ее усиления и в конечном итоге станет основой появления не только новых продуктов, но и реформирования отдельных процессов и структурных элементов. Таким образом, это позволит ускорить процесс развития самого кластера и его элементов и даст «толчок» для подъема остальных сфер, что существенно снизит давление на государственный бюджет. Исходя из этого, можно получить эффект «шестеренок», когда движение одного элемента приводит в работу всю систему.

Для формирования эффективно действующего агропромышленного кластера необходимо создать механизм создания объединения. Автором в данной работе предлагается следующие этапы кластеризации, представленные на рис. 1.

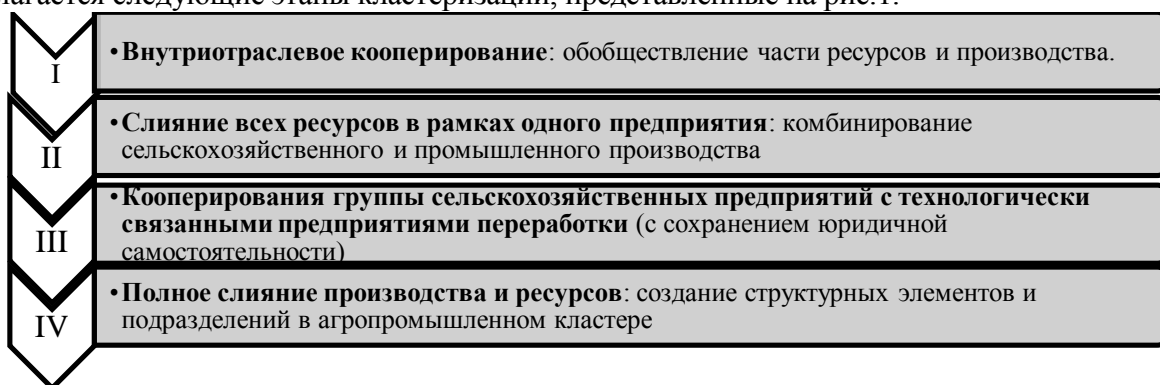


Рис. 1. Этапы создания агропромышленного кластера для непризнанных территорий

Далее в статье был рассмотрен предложенный механизм на основе анализа АПК Донецкой Народной Республики (ДНР).

На сегодняшний день, согласно данным Министерства экономического развития, промышленность ДНР представлена более 300 предприятиями. Наиболее многочисленными являются отрасли пищевой промышленности и сельского хозяйства. Стоит отметить, что количество предприятий пищевой промышленности ДНР выросло на 17% по сравнению с довоенным периодом в Донецкой области. При этом, доля местного производителя выросла по сравнению с прошлым годом в 2,5 раза, а ассортимент увеличился в 4,5 раза [3], что связано с открытием новых предприятий, возобновлением производственной деятельности ряда пищевых организаций, а также выпуском новых видов продукции.

Увеличение количества предприятий, прежде всего, связано с ростом возможностей сельского хозяйства в ДНР. Так, число площадей под озимые зерновые увеличился с 38 тыс. га в 2013-м до 92 тыс. га в 2015-м и до 200 тыс. га в 2016-м г.; были разработаны программы по развитию животноводства, выращиванию овощной продукции в закрытом грунте (теплицах), высадке фруктовых садов и т.д. [4]. Важно также отметить, что торговую деятельность на данный момент в Республике осуществляют 19 торговых сетей, а общее количество магазинов составляет более 240 единиц, что на 27% больше, чем в 2016 г.

Прогресс в сельском хозяйстве также связан с использованием результатов научных исследований. В ДНР осуществляют образовательную деятельность свыше 650 учреждений различного типа, в том числе институт агропромышленности, учреждения СПО, на базе которых готовятся специалисты для сельского хозяйства и тяжелой промышленности [4].

Таким образом, выше перечисленные данные позволяют сделать вывод, что государство имеет необходимые условия для создания и функционирования агропромышленного кластера.

Далее в работе был проведен анализ территории исходя из расположения крупных предприятий и их производственной специализации. Согласно данным Министерства экономического развития [3] центрами пищевого производства являются Донецк, Макеевка, Горловка и Енакиево; основными сельскохозяйственными районами – Новоазовский, Шахтерский, Амросиевский и Тельмановский, что определяет их специализацию в Республике.

Наличие предприятий легкой промышленности, а именно Снежнянской швейной фабрики – «Снежинка» (одной из крупнейших в Украине), Макеевской швейной фабрики, «Эластомир» – одного из крупнейших производителей обувной продукции в Республике (Горловка) и ряда предприятий в Донецке, а также предприятий машиностроения – ПАО «Продмаш» и ООО «КАНТ» позволяет сделать предположение, что данные территории могут являться центрами промышленного производства агропромышленного кластера.

Важно отметить, что наличие в Горловке предприятия «Стирол», являющегося одним из основных производителей химических и биохимических препаратов Украины и занимающим более 14% национального рынка в 2013 г., может позволить сформировать крупный центр по производству удобрений для сельского хозяйства ДНР, что снизит затраты государства за закупку данной продукции и ускорит производственные процессы [4].

Таким образом, на основе изучения теоретико-методологических основ данной проблематики, а также данных, полученных в ходе анализа АПК Донецкой Народной Республике, в рамках данного исследования предлагается создание агропромышленного кластера, представленного на рис. 2.

Исходя из данных, полученных в ходе исследования можно выделить сектора промышленности, которые недостаточно и/или совсем не развиты в Донецкой Народной Республике, возобновление работы которых возможно на незадействованных производственных мощностях и предприятиях, которые прекратили свою деятельность на данной территории. К ним относятся: винный завод на базе макеевского винного завода; рыбокомплекс на базе новоазовского рыбокомплекса в поселке Безыменное); швейные фабрики на базе горловской фабрика трикотажного полотна и швейной фабрики «Горловчанка»; обувные фабрики на базе макеевской и кировской обувных фабриках; создание предприятий по переработке пуха, перьев, шерсти для поставки сырья для текстильной промышленности.

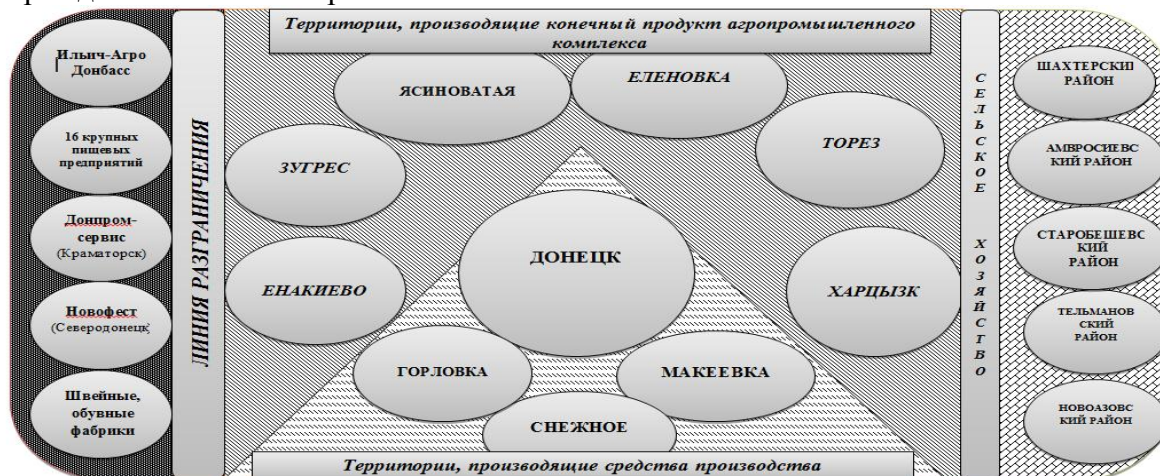


Рис.2. Агропромышленный кластер Донецкой Народной Республики

Таким образом, формирование агропромышленного кластера позволит объединить предприятия для осуществления производственных операций и получения синергетического эффекта от их деятельности, и создать основу для «закрытия узких мест» в структуре промышленности государства.

Вывод. Подводя итог, кластеризацию территории можно рассматривать как один из ключевых инструментов региональной политики, позволяющей с максимальной эффективностью реализовать программно-целевой подход к активизации развития территории, а также решить широкий круг задач, в том числе усилить конкурентоспособность, добиться повышения инвестиционной привлекательности, повысить занятость населения, увеличить налоговые поступления в бюджет, повысить качество и уровень жизни населения и восстановить докризисный уровень промышленного производства.

Агропромышленный кластер ДНР – это обособленный территориально-производственный комплекс по производству и переработке сельскохозяйственной продукции, ее хранению, расфасовке, упаковке, приготовлению, употреблению и доведению до потребителя с устойчивыми внутрирегиональными, межрегиональными и внешними экономическими связями, обеспечивающими сбалансированность и стабильность функционирования производственных, социальных и рыночных структур в экономике. Его можно рассматривать как развивающуюся систему АПК на основе спроса и предложения с максимальным удовлетворением потребностей населения и государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ушачев, И.Г. Аграрный сектор России в условиях международных санкций и эмбарго: вызовы и перспективы // АПК: экономика, управление. – 2015. – № 5. – С. 9-23.
2. Усенко, Л.Н. Агропромышленная интеграция в рынке плодоовощной продукции. – М.: Гос. экон. акад., 1999. – 295 с.
3. Министерство экономического развития ДНР [Электронный ресурс]. URL: <http://mer.govdnr.ru>. (дата обращения: 09.01.2019).
4. Институт эконом исследований ДНР [Электронный ресурс]. URL: <http://econri.org>. (дата обращения: 24.01.2019).

УДК 657.7

Тронза А.А.

*Научный руководитель: Сидюк О.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И СОСТАВА ПОКАЗАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Резюме. В статье рассмотрена проблема, связанная с теоретическим и практическим исследованием структуры и состава показателей социальной отчетности.

Ключевые слова: социальная отчетность, отчет об устойчивом развитии, социальный учет.

Введение: В последнее время очень активно ведутся дискуссии в отношении того, что представляет собой социальная отчетность. По этому поводу есть публикации, в которых освещаются отдельные аспекты социальной отчетности, но в полной мере данная тема до сих пор не освещена. Проблема внедрения социальной отчетности является достаточно новой и ее решение видится у авторов по-разному. Актуальность данной проблемы уже доказана практиками и теоретиками, но до сих пор не найден

механизм её решения. Более того не дано даже однозначное определение понятия «социальная отчетность». Для того, чтобы прийти к единому мнению в отношении социальной отчетности в теоретическом плане необходимо выявить её цели, задачи и функции. С практической точки зрения особый интерес представляет формат отчетности, его структура и состав показателей.

Целью данного исследования является анализ структуры и состава показателей социальных отчетов и степени их соответствия стандартам.

Основная часть: Первые социальные отчеты были сделаны европейскими компаниями еще в 70-х годах прошлого века. За прошедшие сорок лет количество нефинансовых отчетов в разных отраслях и странах продолжает расти.

Наибольшее распространение нефинансовая отчетность получила в Европе и Северной Америке. В Канаде этот процесс происходил даже более активно, чем в США. Также проявляют активность по предоставлению социальных отчетов Япония, Южная Корея и Австралия.

Понимание того, что в глобальной экономике оставаться в стороне от общих процессов, - верный путь к потере конкурентоспособности, существенно расширило географию социальной отчетности.

В России процесс социальной активизации бизнеса начал разворачиваться с конца 1999 г., но только с 2002 г. появились первые отчеты о социальной деятельности компаний. Более интенсивно они используются последние пять-шесть лет. Распространение практики социальной отчетности становится важнейшей государственной задачей на пути к достижению открытости и прозрачности российского бизнеса.

Целью составления социальной отчетности компании является формирование полной и достоверной информации об ее экономических, социальных и экологических процессах в интересах акционеров, партнеров, клиентов, сотрудников и общества.

Составление социального отчета включает в себя ряд задач, необходимых для формирования целостной картины о работе компании. Представление социального отчета требует:

1. показать общественности в комплексном виде экономические, экологические и социальные результаты деятельности компаний;
2. производить самооценку по этим трем направлениям;
3. представлять общие показатели деятельности корпораций в части трудовых отношений, безопасности труда, охраны здоровья персонала, охраны и восстановления окружающей среды, содержания социальных программ по взаимоотношениям с внешними контрагентами;
4. вести диалог со всеми заинтересованными сторонами, выяснять их мнения и ожидания;
5. создавать основу для разработки стратегии развития компании.

Социальный отчет выполняет ряд функций. К основным из них относятся:

- формирование имиджа стабильно развивающейся компании;
- завоевание доверия со стороны инвесторов, партнеров и общественности;
- поиск и привлечение новых инвесторов;
- повышение конкурентоспособности;
- выявление социальных проблем, оценка рисков компании и дальнейшее их устранение;
- создание благоприятной среды в регионах деятельности компании и поддержание социальной стабильности.

Производными от задач и функций социальной отчетности являются структура и состав показателей социальной отчетности, а также форма их представления.

На сегодняшний день в России более 240 крупных компаний представляют социальные, экологические и экономические результаты своей деятельности в форме отчета в области устойчивого развития.

Нам представляется целесообразным провести сравнительный анализ отчетов ведущих компаний с тем, чтобы определить, какие показатели представлены в отчетности, как они структурированы по разделам, насколько содержание отчетности отвечает требованиям стандартов, а также выяснить степень полезности этой информации для бизнеса и общества. Информация об устойчивом развитии четко структурирована, что визуально облегчает её восприятие.

Структура отчетов об устойчивом развитии бизнеса представлена в таблице 1. [2], [3]

Из таблицы можно увидеть, что структура данных отчетов отличается. Так, в ПАО «Лукойл» присутствует раздел «изменение климата», которого нет в отчете другой компании. И, напротив, в отчете ПАО «Газпром нефть» есть раздел «управление в сфере устойчивого развития и взаимодействие с заинтересованными сторонами», который отсутствует в отчете ПАО «Лукойл». Что касается смежных разделов, то информация, представленная в них, практически идентична.

Таблица 1

Структура отчетов об устойчивом развитии бизнеса

ПАО «Лукойл»	ПАО «Газпром нефть»
Стратегия группы «Лукойл» в области устойчивого развития;	Стратегия устойчивого развития;
Изменение климата;	_____
Охрана окружающей среды и промышленная безопасность;	Безопасное развитие: производственная и экологическая безопасность, охрана труда, энергоэффективность и энергосбережение;
Управление персоналом;	Развитие кадрового потенциала;
Местные сообщества.	Региональная политика и развитие местных сообществ;
	Управление в сфере устойчивого развития и взаимодействие с заинтересованными сторонами.

Преимуществом отчета ПАО «Газпром нефть» является то, что в каждом разделе описаны цели, которые ставились на год и представлены результаты достижения этих целей. В отчете ПАО «Лукойл» такая информация обобщена, а не расписана по каждому вопросу и тем самым отчет ПАО «Лукойл» менее информативен.

Целесообразно углубиться в содержание представленной в отчетности компаний информации. Оба отчета опираются на стандарт GRI (Global Reporting Initiative). Данный стандарт предусматривает возможность постепенного расширения информации по каждому из разделов по мере развития компании. Начиная компания может осветить в отчете только ту информацию, в области которой компания добилась результатов. По мере развития компании расширяются области социальной ответственности, и углубляется содержание отчета.

Первым разделом отчетов является «Стратегия устойчивого развития». Данный раздел описывает стратегические цели компании в области устойчивого развития, структуру управления аспектами устойчивого развития, права человека, взаимоотношения компании с заинтересованными сторонами, антикоррупционную деятельность. Заинтересованными сторонами компаний являются: общество, акционеры и инвесторы, государство, сотрудники, потребители и покупатели, регионы деятельности и местные сообщества, поэтому данная информация является публичной.

В таблице 2 представлено содержание раздела «Стратегия устойчивого развития». [2], [3]

Проанализировав содержание данного раздела социальных отчетов компаний можно сделать вывод, что состав информации является практически идентичным.

Следующим разделом в отчете ПАО «Лукойл» является раздел «Изменения климата». В данном разделе представлена следующая информация: описаны климатические риски, энергоэффективность и энергосбережение, подробно представлены инвестиции в возобновляемую энергетику. Касаемо инвестиций в отчете представлены такие таблицы как: инвестиции в развитие ВИЭ (возобновляемых источников энергии); доля доходов, полученных от продажи электроэнергии из ВИЭ в общем объеме доходов, полученных от продажи электроэнергии, выработанной объектами генерации группы «Лукойл». Данные являются достаточно информативными и полезными для заинтересованных сторон.

В отчете компании ПАО «Газпром нефть» данный раздел отсутствует, однако некоторая информация частично упоминается в других разделах.

В ходе анализа содержания отчетов данных компаний было установлено, что каждая из них больше всего уделяет внимания информации о воздействии на окружающую среду, рациональном использовании природных ресурсов, о климатических рисках, а также о травмах и ЧП на производстве. При чем, информация, как правило, подается в динамике, что позволяет провести сравнительный анализ этих показателей. Такая форма подачи информации делает ее полезной для стейкхолдеров.

В таблице 3 приведен состав показателей о загрязнении окружающей среды и порядок их представления. [2], [3]

Таблица 2

Сравнение содержания раздела «Стратегия устойчивого развития» социальных отчетов компаний ПАО «Лукойл» и ПАО «Газпром нефть»

№	Показатели	ПАО «Лукойл»	ПАО «Газпром нефть»
1	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	В отчете представлены мероприятия, которые были проведены за текущий год с заинтересованными сторонами, а также рассмотрены вопросы их взаимодействия.	В данном отчете представлены мероприятия, проведенные в течении года. А также четко определены обязательства компании перед заинтересованными сторонами.
2	Стратегические цели в области устойчивого развития	В отчете определены четыре ключевые стратегические цели в области устойчивого развития на 10 лет, а именно: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Промышленная и экологическая безопасность, надежность и эффективность процессов ▪ Конкурентоспособность ▪ Социальная ответственность, достойный вклад в развитие общества ▪ Доходность капитала, возврат инвестиций и непрерывное создание акционерной стоимости 	В отчете выделены следующие стратегические цели: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Производственная безопасность ▪ Социальное развитие
3	Структура управления аспектами устойчивого развития	Представлена иерархия аппарата управления компанией и функции каждого из них.	_____
4	Соблюдение прав человека	Компания стремится придерживаться основных принципов в сфере трудовых отношений и охраны окружающей среды, закрепленных в конвенциях	В отчете изложены принципы компании в области соблюдения прав человека, а также комплекс практических мер необходимых для реализация этих принципов.

		ООН и Международной организации труда (МОТ).	
5	Система управления рисками		В данном пункте освещены цели и принципы управления рисками; представлена схема процесса управления рисками в группе «Газпром нефть»

Данные таблицы 3 свидетельствуют, что удельные показатели прямых выбросов парниковых газов в ПАО «Лукойл» не стабильны. Это говорит о том, что нет целенаправленной работы по уменьшению прямых выбросов парниковых газов.

ПАО «Лукойл» увеличивает затраты на мероприятия по программе промышленной безопасности, улучшения условий и охраны труда, предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, что говорит о высокой социальной ответственности компании. Однако для повышения информативности данную информацию необходимо, на наш взгляд, разделить на отдельные пункты сообразно составу затрат приведенному выше.

В ПАО «Газпром нефть» показатели данного раздела наоборот имеют тенденцию к снижению. Для пользователей отчета оценка динамики показателей ПАО «Газпром нефть» осложняется тем, что в нем не раскрываются причины уменьшения затрат.

В ПАО «Лукойл» динамика сбросов сточных вод в поверхностные водные объекты имеет тенденцию к снижению, а в ПАО «Газпром нефть» сохраняются на одном уровне. Объемы выбросов загрязняющих веществ в атмосферу в ПАО «Лукойл» также имеют тенденцию к снижению, что является положительным моментом. В ПАО «Газпром нефть» данные не стабильны.

Таблица 3

Показатели загрязнения окружающей среды ПАО «Лукойл» и ПАО «Газпром нефть»

№	Показатели	ПАО «Лукойл»	ПАО «Газпром нефть»
1	Удельные показатели прямых выбросов парниковых газов;	Представленные данные за 2014 и 2017гг. не стабильны.	Компания не дает информацию в динамике, а представляет ее только за 2017г.
2	Затраты на мероприятия по программе промышленной безопасности, улучшения условий и охраны труда, предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций;	Затраты с 2016г по 2017г выросли с 9 288,2 до 12 307 млн.руб.	С 2013г по 2014г затраты уменьшились с 6162,2 млн.руб. до 6 159,7 млн. руб.
3	Затраты на природоохранные мероприятия в России;	С 2015 по 2016гг затраты выросли на 5 125 млн.руб, а к 2017г. снизились на 10 874 млн.руб.	В 2017г. реализована комплексная программа, включавшая более 1 100 мероприятий. Инвестиции в программу составили более 17,5 млрд руб.
4	Динамика сбросов сточных вод в поверхностные водные объекты;	С каждым годом показатели уменьшаются с 268,4 до 236,4 млн.куб.м.	Удельное водоотведение в поверхностные водоемы загрязненных вод в 2016 и 2017гг сохраняется на одном уровне.
5	Результаты реализации программы экологической безопасности: объемы выбросов загрязняющих веществ в атмосферу;	С 2013г по 2017г показатель снизился с 735,5 до 502,5 тыс.т., то есть на 31,7%	Объемы выбросов изменялись следующим образом: в 2015г составили 393,4 тыс.т, в 2016г - 470,1 тыс.т, а в 2017 снизились по отношению к 2016 на 20,8 %

6	Объем недостаточно очищенного и загрязненного стока;	Показатели снизились с 2,3 до 1,1 млн куб. м., то есть на 52,2%	_____
7	Отношение площади загрязненных земель на конец года к началу года (га/га)	_____	На 2016г. - 0,0046 га, В 2017г - 1,44 га.
8	Рекультивация нарушенных и загрязненных земель;	Данный показатель вырос за 4 года в 3 раза (с 3,06 до 9,2 тыс.га)	Показатель снизился с 388,6 га до 86,9 га с 2014г по 2017г.

Влияние на загрязнение земли представлено в отчетах различными показателями, т.е. нет их унификации. Такое положение вещей отрицательно влияет на возможности сравнительного анализа. Следует также отметить, что данные о рекультивации загрязненных земель не являются достаточно информативными, так как в них не раскрывается информация о том, сколько земли подлежит рекультивации и сколько уже подвергнуто рекультивации.

Следующим разделом в отчете является «Развитие кадрового потенциала». Такое название данный раздел имеет в отчете ПАО «Газпром нефть». В отчете об устойчивом развитии компании ПАО «Лукойл» он называется «Управление персоналом». Содержание данных разделов очень схоже. Оба раздела содержат информацию: о мотивации сотрудников (материальной и нематериальной); о развитии персонала; о среднесписочной численности сотрудников; о расходах на оплату труда и социальные выплаты. Отчет раскрывает среднюю заработную плату рабочих и поощрения за сверхурочные работы.

«Региональная политика и развитие местных сообществ» является последним разделом социальных отчетов компаний. Компания ПАО «Лукойл» проводит активную внешнюю социальную политику. Так из отчета видно, что компания организует ежегодный конкурс социальных и культурных проектов. Основная цель, которого заключается в поддержке инициатив местных сообществ в решении актуальных проблем, создание условий для увеличения числа активных граждан и организаций, способных реализовать яркие социальные идеи в своем регионе. В отчете также указан бюджет конкурса, который на 2017г. составил 125.3 млн.руб.

Особое внимание во взаимодействии с местным сообществом компания «Лукойл» уделяет повышению качества образования. Программы для школьников ориентированы на развитие навыков и умений, которые им потребуются в учебе и профессиональной деятельности. Для старшекласников проводится работа по профориентации, организуются поездки на предприятия «Лукойл». Одним из приоритетов благотворительной деятельности «Лукойл» можно считать программу поддержки детских учреждений (центров поддержки семьи и детства).

Также в отчете упоминается о спортивной программе «Лукойл». Она направлена на популяризацию здорового образа жизни и спорта, расширение количества проектов в сфере массового спорта и разнообразия их форматов. Системность подхода заключается в постоянном сопровождении спортивных организаций через Спортивный клуб «Лукойл».

ПАО «Лукойл» взаимодействует с постоянным партнером - Ассоциацией коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ. Ежегодно осуществляются компенсационные выплаты коренным жителям: на территории ХМАО – Югры в рамках лицензионных обязательств.

Что касается компании ПАО «Газпром нефть», то она также активно ведет социальную политику. Компания представляет в своем отчете достижения в социально-экономической сфере. В отчете указано количество построенных спортивных комплексов, многоквартирных домов, детских садов, школ, парков в разных городах. В рамках программы «Родные города» компания проводит грантовый конкурс социальных

инициатив. Он является одним из ключевых инструментов вовлечения заинтересованных сторон в преобразование своих территорий и развития их компетенций в области социального проектирования. С его помощью «Газпром нефть» поддерживает инициативы, направленные на системные, инновационные и эффективные социальные преобразования, соответствующие ключевым направлениям. Также компания публикует сумму грантового фонда. На 2017г. она составила 25.7 млн.руб. ПАО «Газпром нефть» имеет множество других программ, направленных на взаимодействие с обществом.

«Газпром нефть» тесно взаимодействует с другими городами России. Компания является одним из крупных инвесторов в экономику Сербии и реализует в стране масштабные социальные проекты. Также совместно с партнерами по проекту ПАО «Газпром нефть» реализует социальную программу развития района месторождения в Республике Ирак.

Сравнив данный раздел социальных отчетов двух компаний можно заметить, что информация, изложенная в них практически идентична. Она отличается лишь представлением. Обе компании ведут активную внешнюю социальную политику, являются спонсорами многих благотворительных программ. В тоже время приведенных в разделе абсолютных значений о затратах в части проведения региональной политики и развития местного сообщества, на наш взгляд, недостаточно. Необходимо разработать относительные показатели, которые бы раскрывали уровень расходов из прибыли компании, направляемых на указанные цели.

Социальные отчеты анализируемых компаний опираются на международный стандарт GRI, согласно которому компания должна представить показатели по трем категориями: экономической, экологической и социальной. Проанализированные отчеты компаний в целом соответствуют таким заложенным в стандарте GRI принципам как: принцип существенности, взаимодействия с заинтересованными сторонами. В то же время установлено, что принципы полноты и сопоставимости в полной мере не реализуются.

Выводы: исследования показали, что в анализируемых отчетах:

- нет унификации показателей по отдельным разделам;
- показатели не всегда приводятся в динамике;
- не указываются причины роста либо уменьшения затрат на те или иные мероприятия;
- нет достаточной информативности там, где приводятся излишне обобщенные данные;
- принципы полноты и сопоставимости, являющиеся обязательным требованием международного стандарта GRI, не реализуются.

Серьезным недостатком представленных социальных отчетов является то, что нигде не указаны нормы выбросов в атмосферу, сбросов сточных вод в поверхностные водные объекты и других показателей, влияющих на окружающую среду. Соответственно общество не может оценить усилия компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Руководство по отчетности в области устойчивого развития G4. Глобальная инициатива по отчетности. 2013. С. 104.
2. Отчет об устойчивом развитии «Газпром нефть» за 2017г.
3. Отчет об устойчивом развитии ПАО «Лукойл» за 2017г.

Хаменок А.А.
Научный руководитель: Юрина Н.А., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ОБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Резюме. В исследовании рассматривается развитие малого предпринимательства Российской Федерации в обрабатывающей промышленности. Отмечена роль обрабатывающих производств как основы инновационного развития и повышения конкурентоспособности национальной экономики. Проведен статистический анализ основных показателей малых предприятий по видам промышленной деятельности. Результаты анализа дали возможность выделить приоритетные направления деятельности малого предпринимательства. Предложены наиболее эффективные инструменты развития малого предпринимательства в производственной сфере: расширение доступа малых предприятий к государственным закупкам, механизм субконтрактации.

Ключевые слова: малое предпринимательство, статистические показатели, обрабатывающие производства, инновационная активность, субконтрактация.

Актуальность исследования. Всестороннее развитие системы малого и среднего предпринимательства является одним из главных инструментов развития для современной экономики Российской Федерации. По уровню развития малых и средних предприятий Российская Федерация значительно отстает от развитых стран, о чем свидетельствует ряд аналитических показателей. Так, по итогам 2017 г., удельный вес малых и средних предприятий в общем объеме валового внутреннего продукта составил 21,9% [1], в то время как в развитых странах этот показатель составляет 40-50% [2]. Удельный вес численности работников малого и среднего предпринимательства в общей численности штатных работников составил 26,4%, в развитых странах в малом и среднем бизнесе занято до 80% экономически активного населения [2]. Удельный вес малых и средних предприятий в общем объеме капитальных инвестиций составил 8,2%, в общем объеме основных средств – 9% [1].

Средние предприятия в основном сосредоточены в производственных видах деятельности с высокой долей добавленной стоимости. Основными видами деятельности для малых и микропредприятий являются торговля и сфера услуг. Преобладание непроизводственных видов деятельности снижает инновационный потенциал малого и среднего бизнеса, способствует концентрации ресурсов в сферах с низкой долей добавленной стоимости. Для осуществления технологического прорыва необходимым условием является развитие приоритетных видов промышленной деятельности в структуре малого предпринимательства на основе реализации разработанных мер государственной поддержки.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением теоретических основ развития малого предпринимательства занимаются многие зарубежные и отечественные учёные-экономисты: М.Г. Лапуста, В.Ю. Буров, И.В. Кетько и др. В работах В.И. Ляшенко, И.Г. Манцура систематизировано информационно-аналитическое обеспечение и выполнен анализ отдельных показателей деятельности субъектов предпринимательства. Недостаточно рассмотренными являются направления статистического анализа основных показателей деятельности малых предприятий в сфере обрабатывающего промышленного производства, что и определили цель работы.

Цель исследования – статистическая оценка особенностей развития малого предпринимательства по видам промышленной деятельности Российской Федерации для определения перспективных направлений деятельности.

Результаты исследования. Основные направления и инструменты стратегического планирования в сфере развития малого и среднего предпринимательства охарактеризованы в «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года». Целью Стратегии является развитие сферы малого и среднего предпринимательства как одного из факторов, с одной стороны, инновационного развития и улучшения отраслевой структуры экономики, а с другой – социального развития и обеспечения стабильно высокого уровня занятости [3].

Основными индикаторами достижения указанной цели в 2030 году выступают [3]:

- увеличение в 2,5 раза оборота малых и средних предприятий по отношению к 2014 году в сопоставимых ценах;
- увеличение в 2 раза производительности труда в секторе малого и среднего предпринимательства по отношению к 2014 году в сопоставимых ценах;
- увеличение доли обрабатывающей промышленности в обороте сектора малого и среднего предпринимательства (без учета индивидуальных предпринимателей) до 20 процентов;
- увеличение доли занятых на субъектах малого и среднего предпринимательства в общей численности занятого населения до 35 процентов.

Особую роль в структуре промышленности играют обрабатывающие производства, удовлетворяя основные потребности населения в товарах первой необходимости, способствуя диверсификации экономики по видам деятельности и созданию новых производств, обеспечивая выход на внешние рынки, формируя среду для инновационного развития.

Структура основных показателей малых и средних предприятий по отдельным видам экономической деятельности представлена на рис. 1.

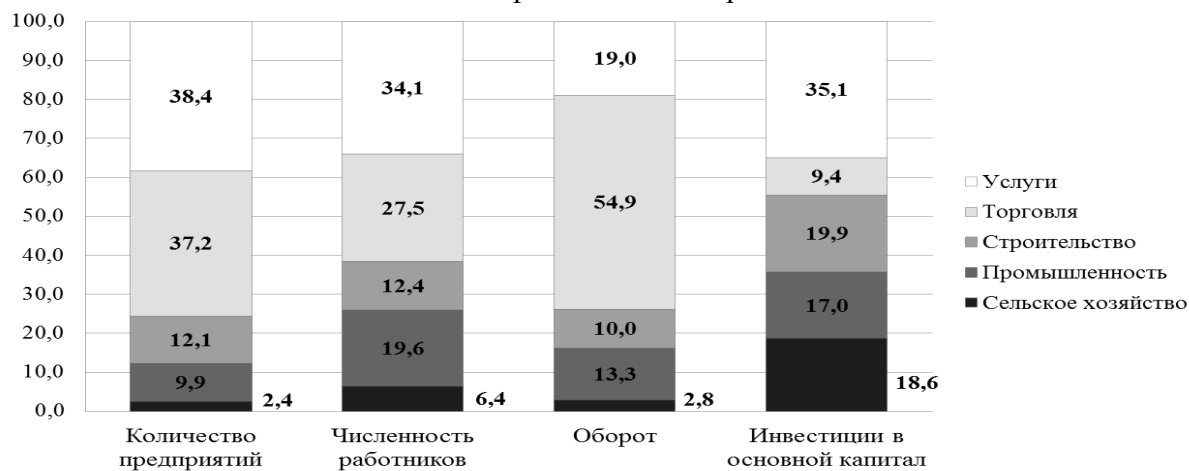


Рис. 1. Структура основных показателей малых и средних предприятий Российской Федерации по видам экономической деятельности, 2016 г.

В структуре малого и среднего предпринимательства преобладают непроизводственные виды деятельности. В сфере услуг осуществляет деятельность 38,4% малых и средних предприятий, в торговле – 37,2%. Так, на промышленное производство приходится 9,9% малых и средних предприятий, на сельское хозяйство – 2,4%, на строительство – 12,1%. Удельный вес промышленности в малом и микропредпринимательства составляет 17,4% и 9,3%, строительства – 12% и 12,1%, сельского хозяйства – 5% и 2,2% [4, с.24].

Занятость в системе малого и среднего бизнеса обеспечивается за счет непроизводственных сфер, на которые приходится свыше 60% работников. В структуре занятости в малом и среднем предпринимательстве на промышленность приходится 19,6% работников, на сельское хозяйство – 6,4%, на строительство – 12,4%.

Промышленное производство играет важную роль в обеспечении занятости в малом предпринимательстве, его удельный вес составляет 21,5%. В микропредпринимательстве удельный вес работников промышленных видов деятельности составляет 12,2% [4, с.27].

В структуре оборота преобладающим видом деятельности является торговля (54,9%), что объясняется ее значительным удельным весом в структуре оборота малых и микропредприятий (57,1% и 56,4%). Удельный вес торговли в обороте средних предприятий составляет 45,5%, промышленности – 27,5% [4, с.32].

Большая часть капитальных инвестиций малых и средних предприятий приходится на сферу услуг (35,1%). В среднем предпринимательстве на сферу услуг приходится 38% инвестиций, на промышленность – 26,6%, на сельское хозяйство – 25,4%. Капитальные инвестиции в малом бизнесе направлены в строительство (30,5%) и сельское хозяйство (20,8%). Капитальные инвестиции микропредприятий направлены в сферу услуг (40,2%) и в строительство (24,7%) [4, с.38].

В сфере обрабатывающих производств в 2017 году осуществляли деятельность 33,2 тыс. малых предприятий, на которых было занято 1,1 млн.чел. (17,2% общей численности работников, занятых в секторе малого предпринимательства). Оборот малых предприятий обрабатывающей промышленности составил 2 822,5 млрд. руб. (10,2% оборота малых предприятий в целом) [1].

На рис.2 представлена динамика удельного веса обрабатывающих производств в основных экономических показателях деятельности малых предприятий Российской Федерации на протяжении 2008–2017 гг.

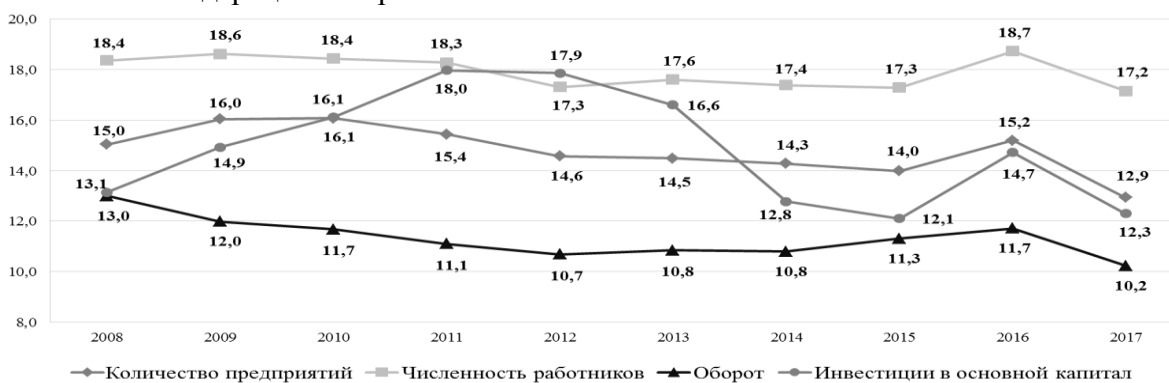


Рис.2. Удельный вес малых предприятий обрабатывающих производств в основных показателях деятельности, 2008–2017 гг.

Удельный вес обрабатывающих производств в общем количестве малых предприятий за период 2008–2017 гг. постепенно снижался. Максимальное значение показателя (16,1%) было отмечено в 2010 году. В 2017 году рассматриваемый показатель составил 12,9% (на 3,2 п.п. меньше, чем в 2010 г.).

Малые предприятия обрабатывающих производств в 2017 году обеспечивали рабочими местами 17,2% работников, занятых в секторе малого предпринимательства, что на 1,5 п.п. меньше, чем в предыдущем году.

Удельный вес оборота обрабатывающих производств на протяжении 2008–2012 гг. имел тенденцию к снижению (в 2012 г. – на 2,3 п.п. меньше, чем в 2008 г.). Начиная с 2013 года, наблюдается рост показателя (в 2016 г. удельный вес составил 11,7%, что на 1 п.п. больше, чем в 2012 г.). В 2017 году отмечен наиболее низкий уровень показателя (10,2%) за рассматриваемый период.

Максимальное значение удельного веса обрабатывающих производств в общем объеме капитальных инвестиций отмечено в 2011 году – 18%. Начиная с 2012 года, наблюдается резкое сокращение показателя. По итогам 2017 года, на малые предприятия

обрабатывающих производств приходилось 12,3% общего объема капитальных инвестиций малых предприятий [1].

В структуре основных показателей малых предприятий по видам промышленной деятельности лидерство принадлежит пищевой промышленности (рис.3). Так, удельный вес предприятий пищевой промышленности в общем количестве малых предприятий в 2017 году составил 17,9%, в общей численности работников – 21%, в общем обороте – 20,1%. На предприятия пищевой промышленности также приходится 33,2% общего объема капитальных инвестиций малых предприятий обрабатывающих производств. Значительный удельный вес в основных показателях приходится на предприятия металлургического и химического комплекса, а также на машиностроительные предприятия.

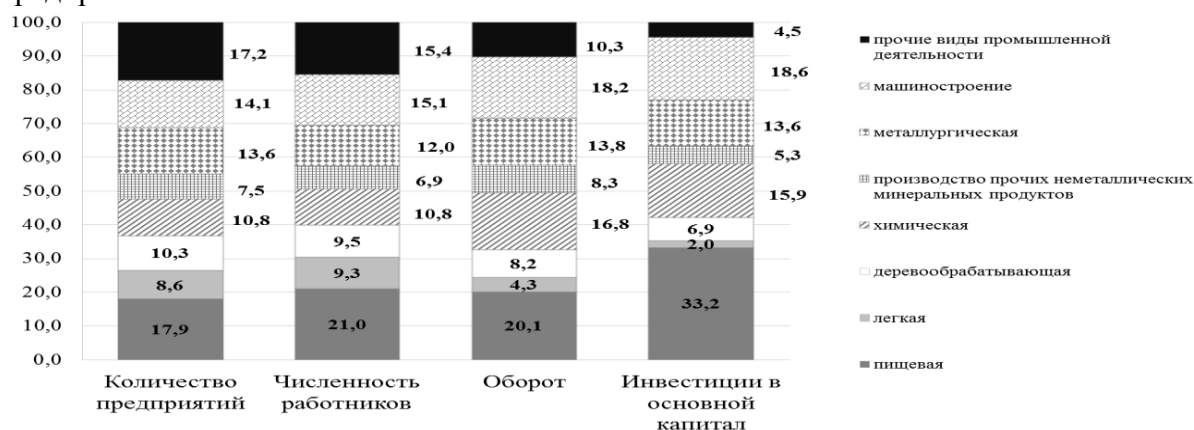


Рис.3. Структура показателей деятельности малых предприятий Российской Федерации по видам промышленной деятельности в 2017 году, %

Анализ данных таблицы 1 показал, что количество малых предприятий обрабатывающих производств в 2017 г. по сравнению с 2009 г. сократилось на 1,2%. Наибольшее снижение отмечено в таких видах деятельности, как деревообрабатывающая промышленность (на 5,8%) и машиностроение (6,3%). Вместе с тем, количество малых металлургических предприятий и малых предприятий, относящихся к прочим видам промышленной деятельности, увеличилось на 2,4% и 8,2% соответственно.

Численность работников малых предприятий машиностроения в 2017 г. сократилось на 0,1%, малых предприятий деревообрабатывающей промышленности – на 3%. Численность работников, занятых в металлургической промышленности, увеличилась на 2,8%, численность работников, занятых на предприятиях по производству прочей продукции – на 8,1%.

В структуре оборота также наиболее интенсивно развиваются металлургическая промышленность и производство прочих видов продукции (среднегодовой темп прироста оборота составил 18,2% и 18,3% соответственно). Следует также отметить довольно интенсивную динамику оборота в химической промышленности (15,3%), а также в производстве прочих неметаллических минеральных продуктов (15%).

Инвестиции малых предприятий обрабатывающей промышленности в среднем ежегодно увеличивались на 7,6%. Наиболее интенсивный рост отмечен в таких видах деятельности, как металлургическая промышленность (среднегодовой темп прироста составил 16,1%), а также машиностроение (15,3%). В результате существенно изменилась структура капитальных инвестиций малого предпринимательства в производственной сфере – удельный вес металлургии и машиностроения увеличился на 6,2 п.п. и 7,8 п.п., в то время как удельный вес пищевой и химической промышленности сократился – на 6,1 п.п. и 5,6 п.п. соответственно.

Таблица 1

Динамика и структурные изменения показателей малых предприятий Российской Федерации по видам промышленной деятельности, 2009–2017 гг.

Вид промышленной деятельности	Количество предприятий		Численность работников		Оборот		Капитальные инвестиции	
	$\overline{T_{np}}\%$	изменение уд.веса, п.п.	$\overline{T_{np}}\%$	изменение уд.веса, п.п.	$\overline{T_{np}}\%$	изменение уд.веса, п.п.	$\overline{T_{np}}\%$	изменение уд.веса, п.п.
пищевая	-1,4	-0,3	-1,2	-1,8	9,7	-4,9	5,2	-6,1
легкая	-3,1	-1,4	-1,4	-1,1	9,4	-1,3	12,2	0,6
деревообрабатывающая	-5,8	-4,8	-3,0	-2,6	10,2	-1,9	1,9	-3,8
химическая	0,4	1,3	1,4	1,2	15,3	2,4	3,7	-5,6
производство прочих неметаллических минеральных продуктов	-0,2	0,6	-1,3	-0,7	15,0	1,0	2,2	-2,8
металлургическая	2,4	3,4	2,8	2,4	18,2	4,1	16,1	6,2
машиностроение	-6,3	-7,5	-4,7	-6,9	9,9	-4,7	15,3	7,8
прочие производства	8,2	8,9	8,1	7,2	18,3	3,1	11,8	1,2
Всего	-1,2	-	-0,1	-	13,1	-	7,6	-

Составлено и рассчитано автором на основе данных [1]

Основными индикаторами инновационной активности малых предприятий являются удельный вес инновационных компаний, объемы инновационной продукции, удельный вес инновационной продукции в общем объеме продукции, а также затраты на технологические инновации. На сегодняшний день в Российской Федерации отмечен невысокий уровень инновационной активности субъектов малого предпринимательства. В 2015г. удельный вес малых предприятий, осуществлявших технологические инновации, составил 4,5%, при этом удельный вес инновационных предприятий и организаций в целом по экономике – 9,5%. Положительной тенденцией можно считать увеличение удельного веса малых инновационных предприятий в 2017 г. до 5,2% (на 0,7 п.п. больше по сравнению с 2015 г.).

Основу инновационной деятельности малых предприятий составляют высокотехнологичные виды обрабатывающей промышленности: производство электронных компонентов, средств измерения и контроля, оптических приборов; нефтепродуктов; медицинских изделий, фармацевтической продукции и т.д. В 2015 г. наибольший удельный вес малых инновационных предприятий отмечен в таких видах деятельности, как «Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования» (11,2%), «Химическое производство» (10,0%). В 2017 г. удельный вес малых предприятий обрабатывающих производств, осуществлявших технологические инновации, увеличился и составил 5,8%, в том числе в производстве электрооборудования, электронного и оптического оборудования (19,2%), в производстве фармацевтических средств (16,8%), в химическом производстве (10%).

В настоящее время сектор малого и среднего предпринимательства Российской Федерации, в отличие от развитых стран, не является движущей силой инновационного развития экономики. Основная часть инновационной продукции и затрат на технологические инновации приходится на крупные компании. В 2015 г. на малые и средние предприятия промышленного производства приходилось 2,6% общего объема инновационной продукции, а также 3,5% общего объема затрат на технологические инновации [4, с.59-62].

На сегодняшний день рост показателей предприятий обрабатывающих производств ограничивает множество факторов. Среди них неопределенность экономической ситуации в стране, высокий уровень налогообложения, недостаток финансовых средств, высокий процент коммерческого кредита. Серьезным препятствием для развития малого предпринимательства в обрабатывающей

промышленности является недостаточный спрос на продукцию предприятия на внутреннем рынке [4, с.57].

Следует отметить, что одним из эффективных методов стимулирования спроса на продукцию малых и средних предприятий является расширение их доступа к закупкам инфраструктурных монополий и компаний с государственным участием. В соответствии с Федеральным законом от 18.07.2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (с изменениями и дополнениями), для субъектов малого и среднего предпринимательства установлены квоты на закупки, равные 18% («всеми способами») и 10% («спецторги») [5].

По итогам 2016 года, объем закупок у малых и средних предприятий составил 1,511 трлн. рублей (5,9% от общего объема закупок в 25,7 трлн. рублей). Средний удельный вес прямых закупок у субъектов малого и среднего предпринимательства составила 28% от общего объема закупок малых и средних предприятий, что в 2,8 раза превышает нормативно установленную квоту [5].

Эффективным механизмом взаимодействия крупного, среднего и малого предпринимательства в промышленном производстве является субконтрактация, в основе которой – разделение труда между заказчиком и субподрядчиками. Применение механизма субконтрактации позволяет крупным предприятиям оптимизировать производственный процесс, сконцентрироваться на модернизации и технологическом перевооружении, малым и средним предприятиям – достигнуть высокий уровень загрузки производственных мощностей и рост производительности труда. В соответствии с мировой практикой, субконтрактация получила наибольшее распространение в таких отраслях промышленности, как машиностроение, металлообработка, электротехника, электроника, производство полимерной продукции, а также услуги промышленного назначения [6].

Выводы. Одним из наиболее существенных недостатков сектора малого предпринимательства Российской Федерации на сегодняшний день является преобладание непроизводственных видов деятельности, что существенно снижает инновационный потенциал экономики.

Проведенный анализ позволил выявить, что приоритетными видами деятельности для малых производственных предприятий являются пищевая и химическая промышленность, а также машиностроение как наиболее инновационный вид промышленной деятельности. Значительным потенциалом обладают малые предприятия, специализирующиеся на металлообработке.

Эффективными инструментами развития малого производственного предпринимательства, как показывает практика, являются расширение доступа к государственным закупкам, а также производственная кооперация со средними и крупными предприятиями на основе механизма субконтрактации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
2. Доклад роли малого и среднего предпринимательства в экономике Российской Федерации [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://smb.gov.ru>
3. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации до 2030 года [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://government.ru>
4. Статистический сборник: Малое и среднее предпринимательство в России – 2016: Стат. сб./под ред. Л.А. Кевиш. – Москва: Росстат, 2017. – 96 с.
5. Доклад о достигнутых результатах по улучшению условий ведения предпринимательской деятельности, развитию малого и среднего бизнеса и поддержке индивидуальной предпринимательской инициативы [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://smb.gov.ru>
6. Российский союз промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://рспп.рф>

Хромова М.Н.
Научный руководитель: Капыльцова В.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ - ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Резюме. В данном исследовании изучены и обобщены теоретические основы системы управления человеческими ресурсами, в частности, выявлены и рассмотрены факторы, влияющие на процесс управления, а также принципы построения системы управления персоналом. Исследованы формы и методы мотивации персонала. Проанализирован зарубежный опыт в формировании кадровой политики компании. Обоснована необходимость создания и предложена схема организационной структуры службы управления человеческими ресурсами компании.

Ключевые слова: человеческие ресурсы, кадровая политика, организационная структура, мотивация, критерии эффективности.

Вступление. Современные подходы в реализации экономической политики компании связаны с повышением роли человеческого фактора. Особую важность в настоящих условиях приобретают вопросы работы с кадрами, которые и составляют человеческий фактор развития общественного производства. Это предъявляет качественно новые требования к системе управления человеческими ресурсами, использованию социально-экономических и психолого-педагогических исследований в практике кадровой работы, обуславливает необходимость создания оптимального механизма управления человеческими ресурсами, одной из важнейших составляющих которого является совершенствование корпоративной системы управления, что объясняет актуальность проведенного исследования.

Большой вклад в развитие теории управления человеческими ресурсами внесли П. Друкер, Т. Шульц, Я. Фитценц, Р. Абол, А. Рофе, В. Генкин, С. Дятлов, Н. Маусов и др. ученые.

Целью данной работы является исследование системы управления человеческими ресурсами, оценка ее эффективности посредством совершенствования корпоративной системы управления.

Основная часть. Современные подходы совершенствования трудовых отношений предполагают создание системы управления персоналом, ориентированной на стратегию кооперирования и развития контрактных отношений, когда основной акцент в управлении делается на уникальные конкурентные преимущества персонала и внутрифирменную культуру, создаваемые ориентацией на человеческие ресурсы.

Целевым показателем (программой-максимум) деятельности компании является формулировка «дерзкой» цели предприятия – обязательство добиться определенных результатов в установленное время, полностью отвечающей критерию «трудно, но выполнимо». «Дерзкая» цель: «Стать равным среди лучших на рынке продаж, производить лучшее и лучше» [1].

В деловом кредо компании формулируются обязательства компании и результаты, к которым она стремится, а также дается толкование проводимой компанией предпринимательской политики и принятые стандарты.

1. Стать современным интеллектуально-технологическим комплексом производящего типа, соответствующим форматам мирового класса, одним из лидеров на рынке продаж.

2. Стать активным диверсифицированным и инновационным субъектом хозяйствования, ориентированным на удовлетворение самых требовательных запросов потребителей.

3. Главная задача – обеспечить потребителей более качественной продукцией, чем у конкурентов и нести ответственность перед потребителями за качество производимой и продаваемой продукции.

4. Стать эффективным производителем, создающим высококачественную конкурентоспособную продукцию рыночной новизны с минимизацией затрат.

5. Стремиться к внедрению новых идей, информационных корпоративных систем, использовать передовую технологию, совершенствовать организацию производства, экономический механизм, применять современные методы управления.

6. Стать самообучающейся и непрерывно совершенствующейся организацией.

7. Самое ценное в компании – это люди. Каждый работник должен рассматриваться как личность. Он должен трудиться добросовестно и творчески, проявляя активность и внутрифирменную предпринимательскую инициативу. Вознаграждение за труд должно быть справедливым и адекватным, а условия труда – безопасными. Труд в корпорации – это путь к успеху и благополучию.

Работа в соответствии с вышеизложенными принципами обеспечит устойчивое развитие компании при непрерывном повышении благосостояния ее работников.

Безусловно, составной и важнейшей частью корпоративной культуры эффективной компании являются моральные ценности. Моральная ценность – социально-психологическая сила работников, которая базируется на убеждениях человека с учетом оценки реальной действительности. Так, к основным относят такие.

1. Дисциплина и исполнительность.

2. Уверенность в будущем и способность к выживанию.

3. Деловитость и предприимчивость.

4. Смелость и сознательный риск.

5. Ответственность и долг.

6. Творчество и инициатива.

7. Компетентность и высокий профессионализм.

8. Порядочность, взаимоуважение и взаимопомощь.

9. Трудолюбие и самосовершенствование.

10. Преданность предприятию («Мое предприятие – моя семья»).

11. Ответственность перед работниками, акционерами, обществом, в котором живем, перед заказчиками, поставщиками за надежное партнерство.

Совпадение личных ценностей работника с ценностями компании порождают чувство принадлежности к ней и причастности к общему делу. Именно эти ценности являются основой для выживания коллектива компании в период кризиса и отправной точкой в реализации новой стратегии на пути к достижению признания компании на рынке.

Корпоративный имидж – это образ компании в представлении групп общественности. Позитивный имидж повышает конкурентоспособность компании на рынке. Он привлекает потребителей и партнеров, ускоряет продажи и увеличивает их объем. Он облегчает доступ компании к ресурсам (финансовым, информационным, человеческим и материальным) и ведение бизнеса [2].

Качество – главная цель и главный фактор конкурентоспособности компании и роста благосостояния ее работников. Концепция качества неминуемо ведет к изменению системы организации управления производством, технологии производства, корпоративной культуры.

Успех компании зависит от корпоративных принципов, которые она устанавливает. С точки зрения целей приоритетным является распределение персонала таким образом, чтобы они были заинтересованы в качественном выполнении своих обязанностей и демонстрировали бы свою необходимость предприятию.

Основные принципы корпоративного имиджа эффективны лишь при их осознании

руководителями и персоналом, которые должны учитывать и понимать следующее:

- важны правила, определяющие оптимальные отношения между людьми;
- важен интерес работников к совместной работе;
- необходимо создать такую систему функционирования компании, ее отдельных подразделений, в которой не зародились бы отрицательные эмоции, неприязнь, конфликты.

Каждое направление профессиональной деятельности – это личный выбор сотрудника, в связи с чем есть все основания полагать, что каждый работник на производстве – это именно тот человек, который как раз и нужен для качественного выполнения порученной ему задачи.

Соблюдение принципов корпоративной культуры работниками и управляющими улучшает атмосферу доверия между ними и моральный климат в коллективе. Делая ставку на качество настроений, вы достигаете прогресса предприятия. Всеобщее качество без качественных отношений невозможно.

Для формирования высокоорганизованной корпоративной культуры компании руководители всех уровней руководствуются в своей деятельности такими основными принципами [3].

1. Проводить такую практику руководства, которая помогла бы завоевывать преданность работников по отношению к компании.

2. Помнить: Ваша главная ценность – люди.

3. Создавать в Ваших подразделениях атмосферу, которая позволит персоналу гордиться Вами и своей работой в компании.

4. Добиваться правильного понимания каждым работником корпоративных целей, ценностей, правил поведения.

5. Поддерживать чувство общности, единства подразделений и компании.

6. Устанавливать кратко-, средне- и долгосрочные ориентиры и делать их понятными каждому члену трудового коллектива.

7. Подчеркивать уважение к профессионализму и ценности каждого работника путем поощрения за высокопроизводительный и качественный труд.

8. Предоставлять каждому работнику возможность для реализации его способностей.

9. Регулярно повышать квалификацию персонала подразделения и компании.

10. Установить четкие требования к будущим работникам и строго их придерживаться.

11. Проявлять искреннюю заинтересованность ко всем членам коллектива, доверие к каждому человеку, справедливое отношение и готовность помочь всем в равной степени.

12. Использовать принцип личного примера во взаимоотношениях с подчиненными, показывать, как следует работать.

13. Уважать подчиненного.

14. Публично признавать и вознаграждать работников, достигших поставленной цели деятельности.

15. Поддерживать и поощрять проявления энтузиазма и инициативы в работе.

16. Признавать индивидуальные отличия работников, изучать и учитывать их, ценить способности каждого в отдельности.

17. Формировать у подчиненного чувство гордости за личный вклад в работу компании.

18. Поддерживать уважительное отношение работников друг к другу.

19. Быть открытыми для обсуждения обращений подчиненных.

С точки зрения качества и эффективности управления цель компании может быть выражена следующим образом: «Обеспечить жизнеспособность и процветание

компании в условиях жесткой конкуренции и постоянно меняющихся внешних условий». Сегодня, чтобы преуспевать, необходимо производить продукцию дешевле, быстрее и лучше всех, для чего надо повышать производительность труда, оперативность управления, внедрять как можно больше инноваций, при этом компания должна быть гибкой, динамичной и агрессивной в своем деловом поведении [4].

Качественное управление является одной из основных характеристик, определяющих успех компании на рынке и успешное выполнение долгосрочных программ развития. Любая программа может быть успешно реализована на основе всеобщих методов организационно-мобилизационной деятельности. Чтобы добиться высокого качества и результатов труда руководителю необходимо:

- внедрять современные технологии, создавать оптимальные условия труда, готовить высококвалифицированные кадры, стимулировать их труд, организовывать и мобилизовать их деятельность;
- использовать современные методы и инструменты управления;
- использовать эффективные рычаги воздействия;
- использовать методы поощрения, убеждения и принуждения в социально-психологической и управленческой практике;
- использовать механизм ответственности – за определение работнику сферы деятельности, рабочего задания, рабочего места; постановку задач подчиненному, его инструктирование и информирование; делегирование подчиненному полномочий, установление связей и отношений и т.д. [5].

Проведенный анализ показывает на необходимость внедрения системного подхода к процессу управления человеческими ресурсами.

При этом, на наш взгляд, система целей для управления человеческими ресурсами может рассматриваться двояко:

- с одной стороны, она должна отвечать на вопрос: каковы конкретные потребности работников, удовлетворения которых они вправе требовать у администрации [6] (см. рис. 1);
- с другой стороны, эта же система целей должна отвечать и на вопрос: какие цели по использованию персонала ставит перед собой администрация и какие условия она стремится для этого создать (см. рис. 2).

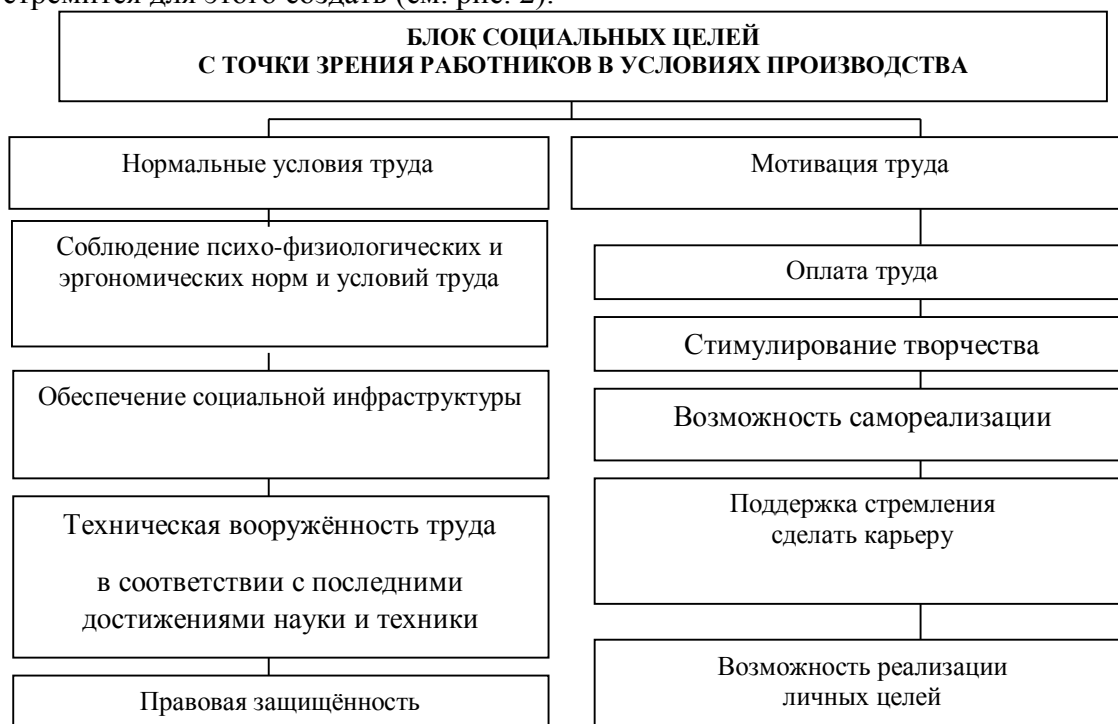


Рис. 1. Система целей с точки зрения персонала

Очевидно, эффективность управления человеческими ресурсами зависит от того, в какой степени указанные две группы целей будут непротиворечивы.

При внимательном рассмотрении обеих ветвей блока социальных целей (персонала и администрации), можно отметить, что целевые установки непротиворечивы. Это, в свою очередь, создает объективную основу эффективных взаимоотношений данных субъектов для достижения общих целей. Такое совпадение личных ценностей работника с ценностями компании будет порождать чувство причастности как администрации, так и персонала к общему делу.

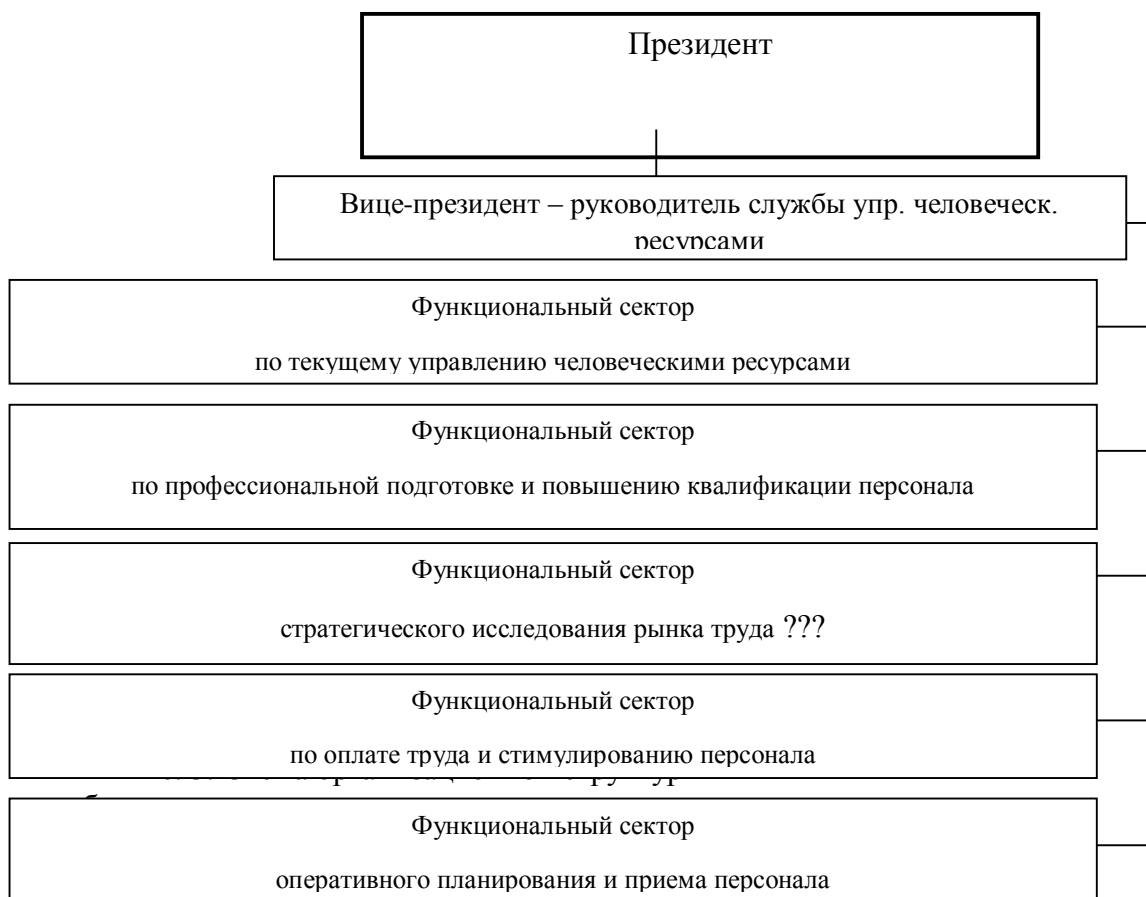


Рис. 2. Система целей с точки зрения администрации

Кроме того, реализация организационных целей и эффективное выполнение

корпоративной миссии современной компании может быть обеспечено лишь за счет внедрения стратегических подходов к управлению, на основе комплексного, эффективного использования интеллектуальных и технологических возможностей с созданием полноценной системы управления человеческими ресурсами.

С целью усовершенствования системы управления человеческими ресурсами нами предложена схема организационной структуры службы управления человеческими ресурсами компании, представленная ~~ежемой~~ на рис. 3.



Выводы. Таким образом, предложенный подход к управлению человеческими ресурсами характеризуется комплексностью, поскольку управление персоналом сегодня следует рассматривать через призму формирования, выявления, развития и управления компетенциями работников, что могут обеспечить лишь единые службы управления человеческими ресурсами, которые выполняют весь комплекс функций по рационализации трудовых процессов и процессов управления персоналом компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1.Рофе, А.И. Научная организация труда. Учебное пособие / А.И. Рофе. – М.: МИК, 2014. – 412 с.
- 2.Лапуста, М.Г. Справочник директора предприятия / М.Г. Лапуста. – М., 2003. – С. 912.
- 3.Друкер, П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / П.Ф. Друкер. – М.: Наука, 2000. – С. 272.
- 4.Пуганев, В.П. Руководство персоналом организации: Учебник / В.П. Пуганев. – М.: Аспект пресс, 2010. – 279 с.
- 5.Слезингер, Г.Э. Труд в условиях рыночной экономики. Учебное пособие / Г.Э. Слезингер. – М.: Инфра–М., 2012. – 336 с.
- 6.Анцупов, А.Я. Российская конфликтология: Аналит. обзор 607 дис. / А. Я. Анцупов, С.Л. Прошанов. – М.: Юнити, 2004. – 702 с.

МИРОВОЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ СТРАТЕГИЙ РАСШИРЕНИЯ

Резюме. В статье раскрыто применение стратегии расширения деятельности компании и приведены примеры успешного применения стратегии в мировой практике. Раскрыто понятие стратегии расширения и определены основные формы реализации данной стратегии. Описан алгоритм создания стратегии и приведены риски, которые могут возникнуть при осуществлении стратегии.

Ключевые слова: стратегия расширения, стратегия дифференциации, стратегия адаптации, стратегия стандартизации, стратегия фокусирования.

В условиях непрерывного и динамичного развития рынка компаниям необходимо постоянно адаптировать свой бизнес под изменяющуюся среду. Следовательно, правильно выбранная стратегия развития позволит компании своевременно приспособиться к меняющимся условиям рынка и эффективно осуществлять свою деятельность.

Актуальность темы исследования заключается в том, что организация в рамках жесткой конкуренции, быстроменяющихся условий рынка обязана правильно подобрать стратегию своего выживания. Для успешно функционирования на рынке компания должна быть нацелена не только на внутренние факторы деятельности, она должна также уделять большое внимание и внешним.

Вопросами стратегического планирования развития компании занимались такие исследователи как Веснин В.Р., Глумаков В.Н., Максимцов М.М., Малышев Н.И., Минцберг Г., Лэмпел Д., Бирман Г., Виханский О.С., Долбунов А.А. и другие.

Как уже отмечалось, стратегия расширения является важным звеном для эффективного функционирования компании. Однако важно понимать, что не существует строго определенной практики ее применения. Каждая организация имеет свой ряд особенностей, из чего следует, что нельзя применить один и тот же способ реализации стратегии развития на двух разных компаниях. Однако немаловажным является исследование международной практики применения данной стратегии и выделение основных положений, преимуществ и недостатков.

Под стратегией расширения деятельности компании понимается определение ориентации деятельности компании исходя из ее миссии, поставленных целей и задач, способов их достижения, вида деятельности, структуры коммуникаций, гибкости организации в условиях внутренней и внешней нестабильности и социальной роли. [1]

Данная стратегия представляет собой сочетание долгосрочных приемов и манипуляций для оперативной адаптации бизнеса к быстроизменяющимся условиям внешней и внутренней среды.

Чтобы точно обозначить важность стратегии развития бизнеса, определим основные причины ее разработки и реализации:

1. Разработка плана перспективы компании. Стратегия обозначит рамки компании на данном этапе функционирования, даст направления расширения этих рамок и способы решения поставленных задач.
2. Возможность сопоставления и оценки текущей и ожидаемой деятельности.
3. Общее понимание и согласие владельцев и руководителей о дальнейших действиях.

Стратегия развития бизнеса имеет множество видов и направлений, которые могут подойти разным уровням развития и масштабам бизнеса. Однако надо обозначить, что компании не применяют только одну стратегию, а предпочитают работать со

смешанными стратегиями, особенно в крупных компаниях. Рассмотрим основные виды стратегии развития компании.

1. Стратегия дифференциации. Сущность стратегии заключается в том, что компания производит новую продукцию или добавляет совершенно новые свойства и характеристики в продукт, которыми не обладают товары конкурентов. Главное, чтобы данный продукт был совершенной новинкой в производстве компании. Так же нужно понимать, что необходимо определить такое направление дифференциации, которое будет или слишком тяжело, или очень дорого повторить. При реализации данной стратегии необходимо постоянно отслеживать изменения рынка, а так же заниматься постоянным поиском способов усиления производства и сокращения издержек.

Так, крупная немецкая автомобилестроительная компания «BMW» активно использует стратегию дифференциации и нацелена на определенные сегменты автомобильного рынка. Примером использования данной стратегии можно назвать выпускаемый ими автомобиль класса люкс – «кабриолет», автомобиль с откидным верхом (BMW 8-series Cabrio, BMW 4-series Cabrio). Для любителей спортивных автомобилей они выпускают транспорт «серии3», например «BMW M3», являющийся высокотехнологичной и мощной спортивной машиной. Главная цель политики дифференциации компании BMW – обслуживание конкретно обозначенных сегментов рынка, которые в свою очередь отличаются малым объемом, но при этом широким разнообразием моделей автомобилей. Например, «BMW 325» (двухдверная модель на 4 человека) производят в 19 разных цветах. Таким образом, «BMW» умело применяет свои достижения в сферах дизайна, имиджа, технологий и имеет возможность установления добавочной стоимости большей, чем у конкурентов.

2. Стратегия адаптации. Сущность данной стратегии заключается в том, что компании регулярно изменяют приемы ведения деятельности, компании постоянно находятся в процессе разработки новых приемов и выбора наилучших, перспективных и эффективнейших из них. После масштабирования и реализации выбранных методов данный цикл повторяется вновь. Таким образом, можно выделить основные фазы стратегии адаптации – варьирование, выбор и масштабирование. В фундаменте данной стратегии нет плана и анализа, все сосредоточено на эксперименте, конкурентное преимущество носит временный характер, а так же значимы способы достижения цели, а не сама цель.

«Zara» – испанский ритейлер, является ярким примером компании, которая обладает умением быстро адаптироваться в быстроизменяющихся условиях рынка. Индустрия моды крайне сложно поддается прогнозированию, поэтому компания Inditex (владелец Zara) в 1975 г. вывела на рынок марку «Zara». Они создали и реализовали идею «быстрой моды», и именно «Zara» перестала прогнозировать желания клиентов, она стала оперативно реагировать на текущие желания и потребности людей. Они смогли повернуть данный маневр благодаря тому, что «Zara» уменьшила цепь поставок, перенесла производства ближе к рынкам сбыта. Сокращение цепи поставок предоставило возможность значительно уменьшить промежуток времени между производством одежды и появлением ее в точках продажи до трех недель, а это на 5 месяцев меньше, чем у конкурентов. Также «Zara» создает одежду небольшими партиями, что позволяет ей быстро реагировать на изменения модных тенденций. Она готовит 15-25% коллекции примерно за шесть месяцев до сезона, а к началу сезона создает около 50-60% (конкуренты создают 80%), поэтому одна вторая одежды создается во время разгара сезона. И если в моду вдруг войдет новый вид или стиль одежды, то в магазины он попадет до того как данный тренд достигнет вершины популярности или пройдет вовсе.

3. Стратегия стандартизации. Данная стратегия наиболее применима на мировом рынке. Она заключается в том, что определенная группа товаров включает в себе

универсальные основные и специфические характеристики, которые привлекают потребителей различных стран. Иными словами единая по своим характеристикам группа товаров сбывается на различные рынки по единой маркетинговой модели. Эта модель важна в эпоху глобализации экономики, так как современное общество характеризуется едиными вкусами и желанием иметь определенные одинаковые товары в различных странах, что способствует стандартизации продукции с минимальными издержками и с единой сбытовой маркетинговой политикой.

Крупнейшая американская компания по производству безалкогольных напитков. «The Coca-Cola Company» является ярким примером использования стратегии стандартизации. Основные мировые плацдармы компании находятся в зонах ключевых экономических районах, а именно: Америка, Европа и Азиатско-Тихоокеанский регион. До 70-х годов 20 века «The Coca-Cola Company» применяла стратегию постоянного расширения дилерской системы, продавая свой концентрат. Однако в начале 80-х годов компания отказалась от данной стратегии, так как появилась новая тара (банки и пластиковые сосуды) и многие дилеры не захотели менять транспорт и способ транспортировки, поэтому компания создала 8 дочерних компаний по всему миру (на сегодняшний день таких компаний 12). Компания активно развозит концентрат по дистрибьютерам, занимается разработкой единого комплекса мероприятий по развитию и организации рекламных кампаний. Так же «The Coca-Cola Company» постоянно скупает крупных производителей безалкогольных напитков по всему миру и замечена в частых нарушениях антимонопольных политик разных стран. Таким образом, она все больше захватывает рынок безалкогольных напитков и стремится к его монополизации.

4. Стратегия абсолютизма. Данная стратегия предполагает абсолютное лидерство в издержках, что означает захват рынка посредством предложения товара по заниженным ценам благодаря минимизированию издержек. Для подобного лидерства компании необходимо обладать определенными исключительными способностями, к ним можно отнести: географическое положение, владение редкими ресурсами, выгодное место на рынке и так же быть высоко капитализированной. Как правило, стратегия абсолютизма достигается при ведении эффективного и продуктивного производства, а именно компании производят максимально возможную экономию на масштабе, технологии ресурсосбережения, уменьшении постоянных издержек и максимизируют прибыль с помощью большого объема продажи своих товаров и услуг.

«Nucor» - крупная американская компания по производству и реализации металлопродукции. Данная компания активно использует стратегию абсолютного лидерства по издержкам, с помощью которой она обрела конкурентное преимущество в своей отрасли и обгоняет их по доле рынка и финансовым показателям. «Nucor» исключила определенный ряд этапов производственного процесса, которые включены в компании традиционного производства, чем значительно сократила время и затраты. Компания постоянно инвестирует средства в приобретение нового инновационного технологического оборудования, которое позволяет уменьшить издержки на единицу продукции. Компания очень детально прорабатывает план выбора месторасположения новых заводов для того, чтобы как можно больше минимизировать транспортные затраты. Так же «Nucor» уделяет большое внимание качеству и применяет жесткие программы контроля качества; использует четырехуровневую организационную структуру, что позволяет сокращать административные затраты. Таким образом, применение стратегии абсолютного лидерства в издержках обеспечило «Nucor» высокую рентабельность, темпы роста и капитализацию.

5. Стратегия фокусировки. Данная стратегия предполагает направление всех усилий и мощностей на отдельный сегмент. После выбора преимущественного сегмента компания применяет вышеописанные стратегии [2].

«Ferrari» - итальянская компания по производству спортивных и гоночных автомобилей, применяет стратегию фокусирования. Она обозначила свой целевой сегмент, а именно рынок спортивных автомобилей, на котором число заказчиков значительно ниже, чем на других. Однако компания имеет достаточно высокие доходы из-за высокой стоимости своих машин, так как она производит только автомобили высокого качества, с превосходным дизайном, отличной работой всех компонентов и с высокими показателями шин (проверенных на соревнованиях ГранПри). Таким образом применяя данную стратегию «Ferrari» является лидером в своем сегменте и обеспечивает эффективную и высокоприбыльную деятельность.

Также можно выделить три направления смешанных стратегий:

- Прогрессивная. Данная стратегия предполагает увеличение компании путем создания специальных структур, которые в свою очередь располагаются между производителем и потребителем.
- Регрессивная. Данная стратегия заключается в том, что компания осуществляет рост путем поиска и заключения договоров с новыми поставщиками и закупки нового сырья.
- Горизонтальная. Данная стратегия предполагает, что компания направляет большое количество сил на поглощение конкурентов или же проведение жесточайшего контроля над ними [3].

Разработка стратегии представляет собой сложный многоэтапный процесс, в результате которого необходимо получить эффективный инструмент продвижения компании. Рассмотрим алгоритм разработки стратегии.

Этап 1. Определение миссии, целей и задач компании в рамках разрабатываемой стратегии. На данном этапе необходимо определить, прежде всего, миссию, которая заключается в осознании роли компании в обществе. Далее формируется цель разработки стратегии, которая в большинстве случаев заключается в увеличении области влияния компании и упрочнение ее позиций на рынке. И последним шагом данного этапа является формирование задач, которые являются определенными стадиями выполнения цели и миссии.

Этап 2. Определение сути стратегии. На данном этапе необходимо провести SWOT-анализ компании. Необходимо построить систему целей, которая будет состоять из трех уровней – стратегического, среднесрочного и оперативного. Нужно определить порядок и сложность осуществления поставленных задач.

Этап 3. Формирование экспертной группы. На данном этапе происходит формирование группы, которая состоит из лиц являющимися экспертами в области разрабатываемой стратегии. Так же на данном этапе происходит распределение ответственности и обязанностей между экспертами, составление календарного плана разработки стратегии и разделение рабочего процесса на более мелкие этапы.

Этап 4. Оценка внешней и внутренней среды компании.

Этап 5. Групповая оценка сильных и слабых сторон, возможностей и угроз компании. В итоге проведенной оценки группа экспертов определяет положения и составляет систему угроз и возможностей по важности и значимости.

Этап 6. Определение казуальных связей между сильными сторонами, возможностями и угрозами.

Этап 7. Определение возможных стратегий компании. На данном этапе разрабатываются варианты стратегий, с помощью мозгового штурма, исходя из поведенного выше анализа.

Этап 8. Разработка матрицы оценки стратегий.

Этап 9. Определение изменений внутренней среды при реализации некоторых стратегий.

Этап 10. Выбор наиболее эффективной стратегии.

Этап 11. Назначение сроков и стадий осуществления стратегии.

Этап 12. Воплощение стратегии на практике и анализ ее эффективности.

Этот алгоритм не является конечным, так как формирование его этапов во многом зависит от размеров предприятий и определенных его возможностей[4].

Важным действием перед реализацией стратегии является оценка ее эффективности, правильности и возможности ее полной реализации. Оценка необходима для того, чтобы определить сможет ли принятая стратегия достигнуть поставленных перед ней целей. Основными параметрами оценки стратегии являются:

1. Соответствие ситуации и условиям внешней и внутренней среды.
2. Соответствие возможностям организации.
3. Оптимальность риска сопровождающего реализацию выбранной стратегии.
4. Определение и оценка механизма реализации стратегии.

Утверждение выбора стратегии расширения деятельности компании сопряжен с определенными рисками, так как является сценарием на будущее, которое сложно спрогнозировать. Нельзя разработать точный прогноз и поэтому могут возникнуть определенные риски, в том числе:

1. Нет ограничений роста. Этот риск заключается в том, что компания имеет возможность принять стратегию исключительно на краткосрочный период, так как данный риск предполагает перспективу скорого изменения производства, наполнение ниш своим продуктом и обретение высокого положения на рынке. Однако далее может последовать спад скорости развития и после высокая возможность стагнации производства.
2. Риск уменьшения. Этот риск заключается в том, что предприятие может потерять значимые структуры, элементы ассортиментного ряда, технологии производства, курс становления и так далее. Такие серьезные потери могут быть объяснены ошибочно составленным прогнозом или возникновением новых условий и факторов.
3. Риск устранения. Это противоречивый риск, так как когда компания ликвидируется, то и рисков уже возникнуть не может. Однако, в случае того, что причиной ликвидации является ошибочный прогноз, это может принести колоссальные финансовые потери акционеров и владельцев.

Свести к минимуму появление рисков предоставляется возможным только с помощью системы планирования. После долгих анализов, размышлений и проверок ученые определили, что наилучшей формой планирования для минимизации рисков является непрерывное планирование.

Основными составляющими непрерывного планирования являются:

- стратегическое;
- долгосрочное;
- среднесрочное;
- краткосрочное [5].

Непрерывное планирование представляет собой регулярное применение краткосрочных планов. Данные планы применяются на определенный промежуток времени (год, квартал), который определяется исходя из выбранного плана реализации стратегии. Недостатком непрерывного планирования является то, что оно применимо только крупными компаниями, мелким оно не подходит, так как они не могут себе это позволить. Поэтому мелкие компании производят коррекцию стратегии с помощью календарного планирования.

ОАО «Газпром нефть» использует все виды непрерывного планирования. На стратегическом уровне направлениями планирования являются повышения капитализации, диверсификация, совершенствования корпоративного управления, усиление прозрачности деятельности, следование интересам акционеров. Так же

компания имеет долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное планирования, которые заключаются в увеличении объемов добычи нефти, совершенствование работы с кадрами, применение прогрессивных технологий, решение экологических проблем, улучшение социальной политики, прирост прибыли. В разработке плана участвуют различные отделы такие как: отделы разведки и добычи, переработки и сбыта; отделы работы с персоналом и организационного развития; отдел стратегического развития; отдел экологического контроля и охраны окружающей среды; финансовый отдел.

Таким образом, на примере мировых компаний, была показана эффективность применения стратегии расширения деятельности. Так как мировая экономика стремится к созданию единого рынка сбыта, компании начинают свой путь глобализации и поглощения. Поэтому для успешного воплощения таких целей в жизнь им необходимо разработать грамотную и точную стратегию, так как любые ошибки могут привести ее к таким последствиям как стагнация и ликвидация.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Веснин, В. Р. Стратегическое управление: Учебное пособие / В. Р. Веснин. - СПб.: Питер, 2009г. - 256с.
2. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – [пер. с англ.] - СПб.: Вильямс, 2008. - 304 с.
3. Теплова Т. В. Управленческие решения: стратегия и тактика / Т. В. Теплова — М.: ИЧП «Изд-во Магистр», 2009. — 264 с.
4. Стати, М. Методика планирования маркетинговой деятельности фирмы //Маркетинг. — 2009. — №1. — С. 27-35.
5. Ильин, А.И. Планирование на предприятии / А.И. Ильин. - Мн.: Новое знание, 2006. - 635 с

УДК 336.06.73

Шевелева Л.Д.

*Научный руководитель: Пилипенко В.В., ст. преподаватель
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ (E-BANKING) В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Резюме: В данной работе установлена необходимость внедрения интернет-услуг в банковскую деятельность, выявлены преимущества и недостатки данной системы, а также предложены пути её развития. Чётко обозначен топ-10 российских банков, эффективно использующих интернет-банкинг. Аргументировано, что интернет-банкинг является востребованной услугой на рынке банковских продуктов, а также с каждым годом стремительно увеличивает число пользователей.

Ключевые слова: дистанционное банковское обслуживание, Интернет, интернет-банкинг, мобильный банкинг, клиент.

Актуальность темы исследования обусловлена динамичным развитием банковской системы России и необходимостью развития коммуникаций в деятельности российских банков. Самыми популярными продуктами и услугами российских банков являются потребительские кредиты, автокредитование, денежные переводы; наблюдается рост интереса к ипотечным кредитам, значительное развитие приобретают кредитные карты.

Чтобы выжить в условиях всё более жесткой конкурентной борьбы, банки вынуждены задумываться о внедрении современных клиентоориентированных стратегий развития, которые предполагают постоянное внимание к изменяющимся

потребностям рынка, четкое позиционирование бренда, отдельных продуктов и услуг, формирование единого комплекса маркетинговых мероприятий, а также снижение затрат.

Сильный рост конкуренции в сфере дистанционного банковского обслуживания, а также существенно усилившаяся активность иностранных банков вынуждают банки России искать новые, более экономичные пути увеличения качества и плотности общения с клиентами. Современные условия деятельности заставляют не только активно применять уже сложившиеся и традиционные банковские решения, но и внедрять прогрессивные технические и научные достижения, реализованные в разнообразных методах удаленного обслуживания с банковской сфере.

Предоставление дистанционных банковских услуг через сеть Интернет – одно из самых перспективных, востребованных и быстроразвивающихся областей в современном мире. Интернет является эффективным инструментом, с помощью которого можно не только оперативно приобрести услуги, товары, материальные, финансовые ценности, но и информацию. Развитие обслуживания через отдаленные каналы доступа даёт возможность работать с клиентами индивидуально, существенно урезать дистанцию между потребителем банковских услуг и банком, а также повышает конкуренцию между банками, что непосредственно способствует развитию дистанционного обслуживания, как в качественном, так и в количественном аспекте.[1]

Таким образом, целью работы является обоснование роли интернет-банкинга и тенденций его развития в деятельности коммерческих банков России.

В настоящее время всё больше банков осуществляет переход от классической филиальной модели к модели дистанционного банковского обслуживания (ДБО). Такая эволюция банковской системы обслуживания обусловлена развитием научно-технического прогресса, внедрением новых информационных технологий, автоматизацией банковских операций, а также ускорением темпов жизни, изменением образа жизни людей, изменением их предпочтений и модных тенденций. С точки зрения клиентов дистанционное банковское обслуживание намного эффективнее хождения по отделениям банков, и банки не могут не учитывать этого. Модель ДБО даёт возможность банку предоставлять свои услуги клиентам, находящимся в любой точке земного шара, где есть телефонная связь или доступ к Интернет.[2]

Интернет-банкинг содержит в себе такие возможности:

- оплата счёта за связь (Интернет, сотовая связь) и другие услуги (обучение, спутниковое телевидение и пр.);
- оплата все коммунальных услуг (газ, электроэнергия, квартплата, телефон);
- оплата счета за товары;
- переводы денежных средств;
- пополнение и обналичивание средств пластиковых карт;
- продажа и покупка иностранной валюты;
- открытие счетов (срочный, пенсионный, сберегательный), а также перевод на них денежные средства;
- получение квитанции о состоянии счета;
- получение информации о поступлениях средств на счет;
- получение информации о платежах, а также отказ от платежа;
- прочие дополнительные услуги: подписка на периодические издания или брокерское обслуживание.[3]

Кроме того, интернет-банкинг предусматривает виды удаленного обслуживания, которые имеют свои преимущества, а именно:

- 1) PC banking – доступ к счету посредством персонального компьютера, с помощью прямого соединения с сетью банка через модем;
- 2) Telephone banking – телефонное обслуживание банковских счетов;

3) Video banking – интерактивное взаимодействие клиента с банком.[3]

Как любая банковская услуга, интернет-банкинг имеет ряд преимуществ и недостатков (см. табл. 1).

Таблица 1

Преимущества и недостатки использования интернет-банкинга

Преимущества	Недостатки
Возможность открытия счета в любом банке	Риск взлома системы банка
Быстрый и эффективный способ управления банковским счетом	Задержка денежных переводов (начисляемые банком пени в размере 0,1% от суммы за каждый день просрочки)
Доступ к счету с любого компьютера, имеющего выход в Интернет, из любой точки мира	Проблемы с получением SMS с кодом подтверждения во время пребывания за границей
Отслеживание операций с пластиковыми картами, а также перевод денег и использование услуг интернет-магазинов	Несовершенство правовой базы
Экономия на банковских комиссиях	Риск потери денежных средств

В России интернет-банкинг постепенно наращивает обороты. Он укореняется и разрастается в регионах, где население имеет свободные средства, где высоко развита инфраструктура и уровень поставщиков услуг и товаров позволяет принимать онлайн-платежи.[4]

Аналитическое агентство Marksw Webb Rank & Report представило результаты седьмой волны ежегодного исследования эффективности российских интернет-банков для физических лиц Internet Banking Rank 2018 (см. рис. 1). Исследование представляет собой всесторонний сравнительный анализ сервисов с точки зрения функциональности и удобства для пользователя. Более эффективным в рейтинге Daily Banking считается интернет-банк, в котором клиент может наиболее полно и удобно управлять средствами на дебетовой карте и получать информацию о продукте.[5]

Исследование Internet Banking Rank 2018 было проведено в апреле-мае 2018 года. В нем принял участие 31 интернет-банк для частных лиц.

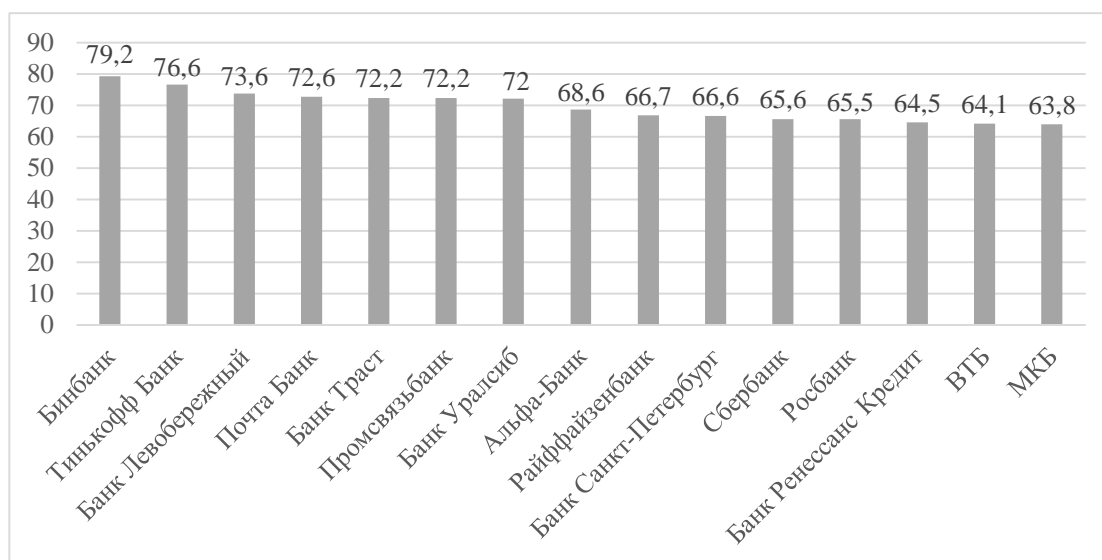


Рис. 1. Рейтинг эффективности российских интернет-банков для частных лиц Daily Banking за 2018 г.[6]

По оценкам агентства Internet Banking Rank 2018 банки получили баллы от 0 до 100, где 0 – худший интернет-банк 100 – идеальный интернет-банк. По результатам исследования было выявлено, что максимально эффективным был признан Интернет-банк «Бинбанк», который набрал наибольшее количество баллов среди банков-

участников. Второе и третье место в общем рейтинге эффективности заняли банки «Тинькофф Банк» и «Банк Левобережный».[5]

На уровень эффективности функционирования интернет-банков большое влияние оказывает внедрение новых методов стимулирования использования данных услуг. Именно это и помогло интернет-банку «Бинбанк» занять лидирующую позицию в рейтинге.

Так, «Бинбанк» усовершенствовал и предложил новые функции:

- 1) форма поиска задолженностей по штрафам ГИБДД и налогам по персональным данным пользователя;
- 2) форма перевода между произвольными картами с автоматическим определением платежной системы и банка-эмитента по введенному номеру карты;
- 3) возможность открытия текущего счета и выпуска карт без посещения банка и контактного центра;
- 4) продвинутые возможности блокирования карт и установления пользовательских лимитов на операции по карте.[6]

На сегодняшний день 66 % или 23,3 млн. российских интернет-пользователей в возрасте от 18 до 64 лет пользуются интернет-банкингом для частных лиц. Количество пользователей интернет-банкинга для частных лиц в России выросло за год на 51 % (данные за 2017 г.).[7]

Главным вопросом, который волнует пользователей интернет-банкинга является безопасность. Слабым звеном в цепочке «Банк-Клиент» является клиент, который не всегда соблюдает правила безопасной работы в глобальной сети Интернет. Именно вследствие этого в системах Интернет-банкинга особенное внимание уделяется таким аспектам работы ДБО, как:

- процесс аутентификации;
- получения уведомлений о выполненных действиях;
- подтверждения пользователем выполненных операций;
- использование электронной подписи.[3]

Главным событием 2018 года в сфере онлайн-обслуживания малого бизнеса можно назвать становление концепции банка как платформы для ведения бизнеса. Банк, начав с предоставления только финансовых сервисов, сегодня выходит за эти рамки, внедряя огромное количество небанковских сервисов, решающих различные задачи бизнеса на протяжении всего его существования.[8]

Что касается мобильного банкинга, то он тоже имеет место быть. С каждым годом мобильный банкинг развивается всё активнее: банки проводят перезапуски приложений, меняют интерфейсы, активно внедряют бесконтактные технологии, меняют каналы коммуникаций и пользовательские сценарии. Наиболее полное понимание того, что произошло в мобильном банкинге за последний год, и чего ждать в ближайшем будущем, дают результаты исследования Mobile Banking Rank 2017.[7]

Итак, в 2016 г. в России запустили Apple Pay и Samsung Pay, а в 2017 – Android Pay. Большинство российских банков, подключившихся к этим платежным системам, потратили достаточно ресурсов, чтобы реализовать управление картами в Apple, Android, Samsung Pay через мобильные банки. Первыми к Apple Pay и Android Pay подключились крупные банки, готовые тратить ресурсы на внедрение технологий и монетизацию за счет большой доли рынка и больших оборотов.

Пока наличие возможности совершать бесконтактные платежи не имеет особого значения для клиента и не влияет на выбор банка, внедрение этой технологии – чистый расход. «Здесь и сейчас». Польза от внедрения может проявиться в лояльности клиента к банку, но пока не более того.

В долгосрочной перспективе рассматривается отказ от пластиковых карт, что в определенный момент позволит банку экономить на эмиссии карт и их обслуживании, но пока к этому не готовы ни клиенты, ни банки. Как минимум распространённость технологии NFC (Near field communication, «коммуникация ближнего поля», «ближняя бесконтактная связь») еще не достигла того уровня, когда основная масса клиентов привыкнет проводить карточные операции бесконтактным способом. Как только это случится, внедряя технологию придется всем банкам, чтобы удержать клиентов. Скорее всего, это произойдет в ближайшее время, тогда NFC станет обязательным мобильным приложением.[9]

Таким образом, не смотря на все явные преимущества, существуют некоторые проблемы интернет-банкинга, такие как:

- безопасность,
- виртуальность или абстрактность,
- недоверие к электронным деньгам,
- низкий культурный уровень населения в работе с новыми технологиями.[2]

Их разрешение возможно путём:

- 1) повышения доверия клиентов;
- 2) повышения степени осязаемости услуги (использование рекламы);
- 3) регулярной оценки всей имеющейся информации и выделения из нее конфиденциальной, в целях защиты;
- 4) повышения квалификации сотрудников;
- 5) проведения служебных расследований в каждом случае нарушения политики безопасности.

Необходимо отметить, что системы интернет-банкинга заманчивы не только для клиентов банка, но и для самого банка. Система интернет-банкинга помогает привлечь новых клиентов и даёт возможность снизить нагрузку на операционные отделы. Если сравнивать передачу документов на бумаге, их последующий импорт в автоматизированную банковскую систему, с электронными документами, то различие в том, что в последнем варианте документы поступают уже в готовом виде, прошедшие нужную проверку, а работникам банка остается только провести их.[4]

В настоящее время банки большое внимание уделяют развитию дистанционного банковского обслуживания и внедрению новых функций в интернет-банкинг, тем самым расширяя возможности клиента, делая его более самостоятельным в финансовой и информационной сферах банковского обслуживания, позволяя экономить время и издержки. Из-за быстроразвивающихся технологий и инновационного прогресса банкам следует проводить мониторинг рынка банковских услуг, выявлять появляющиеся новшества, а также разрабатывать и внедрять свои дистанционные, технологические, эффективные и безопасные продукты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Самсонова Л.А. Дистанционное банковское обслуживание. ГАОУ СПО. Нижнекамск. 2015, с. 88.
2. Дьякова О.Н. Дистанционное банковское обслуживание в деятельности банков. МГУ им. Огарева. Саранск. 2015, с. 115.
3. Лыткина А.Ю., Пастухова К.И. Интернет-банкинг и мобильный-банкинг как форма дистанционного банковского обслуживания // Science Time. 2015. №12 (24), с. 486-493.
4. Попов В.В. Интернет-банкинг. Российский рынок дистанционного банковского обслуживания // Перспективы развития информационных технологий. 2016. № 29, с. 78-82.
5. Internet Banking Rank 2018. Рейтинг эффективности интернет-банков. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marksw Webb.ru/e-finance/internet-banking-rank-2018/>
6. Познавшие digital. Лучшие онлайн-банки 2018 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/363279-poznavshie-digital-luchshie-onlayn-banki-2018-goda>

7. Internet Banking Rank 2017. Отчет международного аналитического агентства Markswebb Rank & Report. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://markswebb.ru/upload/pdf/InterneBankingRank2017-IntroReport.pdf>
8. Business Internet Banking Rank 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://markswebb.ru/e-finance/business-internet-banking-rank-2018/>
9. Мобильный банкинг 2017–2018: главные тренды. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bosfera.ru/bo/mobilnyu-banking-2017-2018-glavnye-trendy>

УДК 331.104-058

Шенелев И.В.
Научный руководитель: Дубель В.М., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ТРУДОВОЙ СРЕДЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Резюме. В работе рассмотрено влияние отдельных факторов трудовой среды на формирование социально-трудовых отношений. Среди основных факторов трудовой среды выделены следующие: численность населения, источники его доходов, показатели экономической активности, структура занятости и уровень безработицы.

Ключевые слова: факторы трудовой среды, численность населения, социально-трудовые отношения, безработица.

Одним из факторов, формирующих социально-трудовые отношения можно считать состояние трудовой среды. Это явление довольно специфическое, так как направленность его развития основывается на государственной политике занятости и экономической политике, а их реализация является первостепенным критерием в оценке результатов управления социально-трудовыми отношениями.

Вместе с тем, влиянию демографических, организационных, экономических, миграционных и других факторов подвержена сама трудовая среда. Они определяют динамику рынка труда и занятости населения, степень вовлеченности работодателей в создание новых рабочих мест для населения.

Известно, что динамикой трудовых ресурсов первостепенно определяется состояние трудовой среды.

Характерной особенностью трудовой среды в отечественной экономике является то, что численность населения страны трудоспособного возраста с каждым годом сокращается, количество людей данной категории на данный момент на 7,5 млн. человек меньше, чем десять лет назад. За этот же промежуток времени численность граждан старше трудоспособного возраста увеличилась на 7,6 млн. человек (табл. 1).

Таблица 1

Динамика численности населения Российской Федерации
за период 2008-2018 гг. [1, с. 84; 2, с. 69; 3, с. 67; 4, с. 75; 5, с. 77; 6, с. 83]

Наименование показателей	2008	2010	2012	2014	2016	2018
Численность населения (млн. человек)	142	142,9	143	143,7	146,5	146,8
возрасте: моложе трудоспособного (тыс. чел.)	22497	23086	23568	24717	26360	27254
трудоспособном	89752	88561	87055	85162	84199	82264
старше трудоспособного	29760	31186	32433	33788	35986	37363

Естественный прирост, убыль (-) населения: чел. на 1000 чел. населения	-2,5	-1,7	-0,0	0,3	-0,01	-0,1
Миграционный прирост, убыль (-) населения: (тыс. чел.) на 10000 чел. населения	1,8	1,9	2,1	1,9	1,8	1,9

Для государства такая тенденция будет сопровождаться ростом расходов на пенсионное обеспечение (поскольку население, находящееся в настоящее время в трудоспособном возрасте, неизбежно будет «стареть»).

Рост совокупного валового внутреннего продукта сопровождается определенными позитивными изменениями уровня жизни населения России.

В результате сопоставления темпов изменения фактического конечного потребления домашних хозяйств, среднедушевых денежных доходов населения, а именно заработной платы и пенсий, выявлено, что средний размер назначенных месячных пенсий возрастал более высокими темпами по сравнению с другими показателями, характеризующими динамику доходов населения страны (табл. 2).

Рост показателей среднемесячной заработной платы жителей страны за период 2008-2018 гг. составил 2,4 раза. На протяжении этого же периода среднедушевые денежные доходы населения выросли в 2,2 раза, а темпы фактического конечного потребления домашних хозяйств увеличились в 2,4 раза (табл. 2), что свидетельствует о росте трудовых доходов населения страны.

Таблица 2

Динамика источников доходов населения России
за 2008-2018 гг. [1, с. 142; 2, с. 137; 3, с. 131; 4, с. 167; 5, с. 171; 6, с. 169]

Наименование показателей	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2008-2018
Фактическое конечное потребление домашних хозяйств (в текущих ценах), млрд. руб.	23447	27962	36472	48515	51227	57163	в 2,4 раза
Среднедушевые денежные доходы населения в месяц, руб.	14939	18958	23221	27766	30744	32477	в 2,2 раза
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, руб.	17290	20952	26629	32495	36709	41144	в 2,4 раза
Средний размер назначенных месячных пенсий	4198	7476	9041	10786	12391	14305	в 3,4 раза

Увеличение доходов населения и положительные сдвиги в структуре потребления россиян свидетельствует об усилении трудовой активности граждан, которую, следуя проведённому анализу состояния трудовой среды, можно оценить посредством динамики показателя уровня безработицы и структуры занятости населения.

В ходе исследования было определено, что уровень экономической активности населения за 2008-2018 гг. в целом возрос. Вместе с тем, экономическая активность граждан трудоспособного возраста снизилась на 1,3%. Среди населения в возрасте 15-72 года уровень занятости увеличился на 2,8%. Среди населения трудоспособного возраста этот показатель составил лишь на 2,3%. Также, имел место некоторый рост уровня

зарегистрированной безработицы (на 0,4%) и снижение уровня безработицы населения в возрасте 15-72 года (табл. 3).

Таблица 3

Динамика показателей экономической активности, занятости и безработицы населения России за 2008-2018 гг. [1, с. 109; 2, с. 105; 3, с. 101; 4, с. 127; 5, с. 131; 6, с. 131]

Наименование показателей	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2008-2018
Уровень экономической активности (экономически активное население к численности населения соответствующей возрастной группы)							
в возрасте 15-72 года	67,8	67,7	68,7	68,9	69,5	69,8	2
в трудоспособном возрасте	78,6	78,7	79,5	79,7	79,9	77,3	-1,3
Уровень занятости (занятое население к численности населения соответствующей возрастной группы):							
в возрасте 15-72 года	63,1	62,7	64,9	65,3	65,7	65,9	2,8
в трудоспособном возрасте	73,0	72,7	75,0	75,1	75,2	75,3	2,3
Уровень безработицы (безработные к численности экономически активного населения соответствующей возрастной группы)							
в возрасте 15-72 года	7,0	7,3	5,5	5,2	5,5	5,3	-1,7
в трудоспособном возрасте	7,1	7,6	5,7	5,4	5,6	5,5	-1,6
Уровень зарегистрированной безработицы (зарегистрированные безработные к численности экономически активного населения)	2,0	2,1	1,4	1,7	1,9	2,4	0,4

В качестве позитивной тенденции развития рынка труда можно также выделить устойчивый рост среднегодовой численности занятых граждан в негосударственных организациях различных секторов экономики. Данный факт свидетельствует об активизации роли негосударственного сектора экономики на рынке труда.

На основании этого можно сделать вывод о том, что негосударственный сектор экономики развивается более динамично, нежели предприятия государственной и муниципальной формы и с точки зрения обеспечения трудоспособного населения рабочими местами имеет большую привлекательность.

Следует отметить, что наиболее часто встречающимся способом поиска работы для безработных граждан остаётся непосредственное обращение к администрации (работодателю).

Удельный вес предприятий и организаций частной формы собственности в 2018 году составил около 80% от общего количества предприятий и организаций экономики [1].

Относительно невысокими темпами развивался малый бизнес за исследуемый период. Количество малых предприятий за 2008-2018 гг. возросло всего на 25% [1; 6]. А количество занятых на малых предприятиях трудовых ресурсов за исследуемый период увеличилось на 220,3 тыс. чел. [1; 6].

Во всем мире одним из самых важных положительных моментов от создания малых предприятий называется фактор создания дополнительных рабочих мест. В этой связи рост численности малых в России предприятий можно рассматривать однозначно как позитивный сигнал в развитии рынка труда.

Но в реалиях страны было определено, что удельный вес заявленной организациями потребности в работниках снизился приблизительно на 18,3% [1; 6].

Число незанятых граждан в расчете на одну заявленную вакансию за период 2008-2018 гг. возросло на 0,7 чел.

В определенной степени положительным опытом решения проблем в сфере занятости может похвалиться Государственная служба занятости, которая активизировала работу по трудоустройству с условиями совместительства работ и смене места работы. За период 2008-2018 гг. удельный вес категории трудоустроенных, занятых трудовой деятельностью возрос на 16,2% и составил в 2018 году 72,5%.

Проведённое исследование влияния факторов развития трудовой среды на формирование трудовых отношений позволяет сформулировать следующие выводы.

Тенденция сокращения количества трудовых ресурсов, обусловленная снижением численности трудоспособного населения является одной из первостепенных проблем трудовой сферы экономики.

Наблюдается определённый рост уровня жизни населения страны, которое выражается в повышении доходов, в том числе от трудовой деятельности, и изменении структуры фактического конечного потребления домашних хозяйств.

Отмечается рост активности граждан в трудовой и экономической сферах, что выражается в динамике занятости.

Уровень безработицы населения сократился, однако, в структуре безработных устойчиво растет удельный вес молодежи.

Органы Государственной службы занятости стали более активны в решении проблем трудоустройства безработных граждан, что говорит о возросшей организованности их работы в сфере труда. Рост объёма заявляемой потребности организаций в рабочей силе обусловлено значительным приростом предприятий, в том числе и малых, что увеличило количество предлагаемых рабочих вакансий на рынке труда.

Однако в трудовой среде по-прежнему существует ряд неразрешенных проблем, осложняющих процессы управления социально-трудовыми отношениями, анализу которых стоит уделить должное внимание.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Российский статистический ежегодник. 2018: Стат. сб./Росстат. – М., 2018. – 694с.
2. Российский статистический ежегодник. 2016: Стат. сб./Росстат. – М., 2016. – 725с.
3. Российский статистический ежегодник. 2014: Стат. сб./Росстат. – М., 2014. – 693с.
4. Российский статистический ежегодник. 2012: Стат. сб./Росстат. – М., 2012. – 786с.
5. Российский статистический ежегодник. 2010: Стат. сб./Росстат. – М., 2010. – 813с.
6. Российский статистический ежегодник. 2008: Стат. сб./Росстат. – М., 2008. – 847с.

УДК 005.334.4

*Шмалий В.Д.
Научный руководитель: Гришина И.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ПРИМЕНЕНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Резюме. В данной статье изложены результаты научного исследования, направленного на совершенствование теории и практики антикризисного управления в рамках современного состояния российской экономики, посредством анализа и применения зарубежного опыта в этой сфере трансформированного под национальные и социально-культурные особенности экономики Российской Федерации. Рассмотрена и проанализирована типология зарубежного опыта антикризисного управления

с проекцией на российские предприятия. Сделаны основные выводы по теме научного исследования, также сформулированы основные принципы использования зарубежного опыта для российской практики управления в ситуациях несостоятельности предприятия.

Ключевые слова: банкротство, несостоятельность предприятия, зарубежная практика, антикризисное управление, типология антикризисного управления.

История социально-экономического развития многих стран мира указывает на то, что им довелось пережить катастрофические и глубокие спады производства, финансовые потрясения, массовую безработицу, острые социально-политические конфликты. Одни страны с большим трудом и весомыми издержками преодолевали трудности, вызванные, прежде всего, кризисом экономики, другие – весьма успешно справлялись с экономическими и социальными потрясениями и в достаточно короткие сроки выводили свои экономические и социальные системы из серьезных кризисных состояний.

Зарубежный опыт, пути, методы и формы выхода из катастрофической, кризисной ситуации, обнаруженные руководящими кругами этих стран, могут быть значительно эффективными и полезными для современной российской экономики, чем и обусловлена актуальность выбранной темы исследования.

Проблемам антикризисного управления посвящены многие работы, таких западных ученых как И. Ансофф, П. Друкер, Ф. Котлер, М. Мескон, М. Портер. В их исследованиях антикризисное управление анализируется для предприятий, которые функционируют в сформировавшейся рыночной среде. Исследования, направленные на анализ и решение проблем в современном состоянии российской экономики и разработке предложений по ее стабилизации, определены в работах следующих ученых: Л. И. Абалкин, А. З. Бобылева, А. Г. Грязнова, В. Я. Захарова, Н. Н. Кожевникова, В. Г. Крыжановский, Э. М. Короткова, В. П. Логинова, Д. С. Львова, Н. А. Новицкий, Р. А. Попова, О. Л. Рогова, В. К. Сенчагова, Д. Е. Сорокина, Г. Б. Юн и др. [1]. Несмотря на это, исследования в данном направлении проводятся и по сегодняшний день, поскольку российские ученые не в полной мере исследовали теоретические вопросы особенностей осуществления антикризисного управления в стране и в отдельно взятой коммерческой организации, функционирующей в условиях несовершенного рынка, а также высокого уровня бюджетного регулирования.

Целью статьи является анализ зарубежного опыта антикризисного управления предприятиями и выявление его эффективных аспектов, применимых для антикризисного управления российскими предприятиями.

В законодательной базе зарубежных стран вместо используемого в российской практике понятия «банкротство» употребляют на сегодняшний день термин «несостоятельность». К примеру, в США лицо, в отношении которого возбуждены процедуры банкротства, во время судопроизводства считается несостоятельным, а после решения суда – банкротом.

Впервые необходимость регулирования несостоятельности возникла еще в рабовладельческом обществе. При этом законодательство в те времена было весьма незаурядным и простым. В силу развития общества формы ответственности должника изменялись, одновременно менялись и правила регулирования. В случае наступления неплатежеспособности применялась имущественная ответственность, а в случае мошенничества или обмана использовались уголовные меры наказания [2].

Всемирная история развития такого процесса, как банкротство, охватывает весьма длинные периоды господства определенных оценок и отношений к должникам, которые рассмотрены на рис. 1.

Основными причинами несостоятельности или банкротства многих предприятий в период общего мирового спада экономики или кризиса являются достаточно неблагоприятные макроэкономические условия: нарушение традиционных

хозяйственных связей, спад спроса, острые трудно прогнозируемые изменения социально-экономической политики правительства, нестабильность финансового рынка. По этой причине, особенно важной становится проблема эффективного антикризисного управления несостоятельными предприятиями в сложившихся условиях.



Рис. 1. Мировая история банкротства и формы отношений к должникам

Стратегия антикризисного управления зарубежных компаний представляет собой комбинацию стадий жизненного цикла и интенсивности конкуренции. Конкурентные преимущества организации зависят от имеющихся в ее распоряжении ключевых факторов успеха (себестоимость продукции; дифференцированное предложение по товарным группам и др.).

Зарубежная практика антикризисного управления выделяет экспресс-анализ состояния организации или же экспертную оценку, и диагностику кризисного состояния организации. Осуществление экспресс-анализа состояния организации направлено на быстрое обнаружение причин кризиса и разработку и принятие оперативных управленческих решений. основополагающим условием осуществления экспертной оценки является обеспечение достоверности информации.

Экспресс-анализ содержит изучение сводной финансовой документации за последние три года, бизнес-плана организации, договоров и контрактов, данных о клиентах и поставщиках, последних отчетов руководства и других материалов. Сроки проведения экспресс-анализа зависят от сложности и масштабов экономической деятельности.

В зарубежных странах различают множество классификаций кризисов. В частности, за рубежом широко применяется классификация кризисов на внезапные и тлеющие кризисы.

В свою очередь, на долю тлеющих кризисов приходится более 70% всех кризисов организаций в мире.

Внезапный кризис определяется как, непредвиденное и внезапное нарушение экономической деятельности организации. Тлеющий кризис – это проблема, скрыто существовавшая и развивавшаяся, но о которой вплоть до момента ее выявления не было известно, ни внутри организации, ни вне ее, и которая может привести к превышающим всякие ожидаемые размеры расходам, убыткам и прочим угрозам. Как правило, развитие тлеющего кризиса является длительным процессом [3].

Анализируя вышеизложенное, надо отметить, что правила осуществления транснациональных процедур по выходу предприятия из кризисной ситуации за рубежом может служить российскому антикризисному управлению и составлять комплекс мероприятий по оценке вероятности и последствий потенциальных кризисов, разработке стратегии антикризисных действий, выявлению признаков кризисов, реализации планов мероприятий по предупреждению и преодолению кризисов, ликвидации их социально-экономических последствий и недопущению кризисов в перспективе.

В это же время необходимо отметить, что зарубежный опыт был накоплен в совершенно других условиях. Это наличие за рубежом равновесного рынка, иного менталитета нескольких поколений, проживших в рыночных условиях и пр. Поэтому использование сразу и «один к одному» этого опыта, скорее всего не даст необходимого положительного эффекта, а может дать и отрицательные результаты. Необходима его адаптация и определенная трансформация к российским условиям.

Российский опыт антикризисного управления показывает, что большое количество организаций в основном выбирают стратегии восстановления, выхода, ликвидации, обороны. Альтернативным выбором может стать выбор иных производственных стратегий, таких как: модернизации, реинжиниринга, диверсификации, аутсорсинга.

Российским организациям следует осознавать, что мир бизнеса в условиях глобализации функционирует по единым стандартам. Сильная экономическая интеграция, тенденция стандартизации процедур и принципов управления влекут за собой необходимость освоения новых систем и моделей антикризисного управления.

В соответствии с зарубежной типологией антикризисного управления различают, следующие типы антикризисного управления в рамках коммерческих организаций (рис. 2) [2]:

Далее проведем анализ вышеизложенных зарубежных типов антикризисного управления применительно к российским предприятиям.

Самодетельное антикризисное управление наиболее присуще для российских организаций. Самодетельное антикризисное управление — это реагирование на непредвиденные обстоятельства, когда уже поздно что-либо планировать.

Сущность данного управления заключается в том, что менеджер не наделен особенной специальной подготовкой по антикризисному управлению и справляется со сложившимся кризисом своими усилиями.

К тому же, менеджеру необходимо обладать не только специальными, особыми знаниями и определенным набором личностных качеств, но и приемами поведения в условиях экстремальной ситуации. Подготовка такого рода специалистов для российских организаций бесспорно требует новейших подходов в технологии и организации учебного процесса.

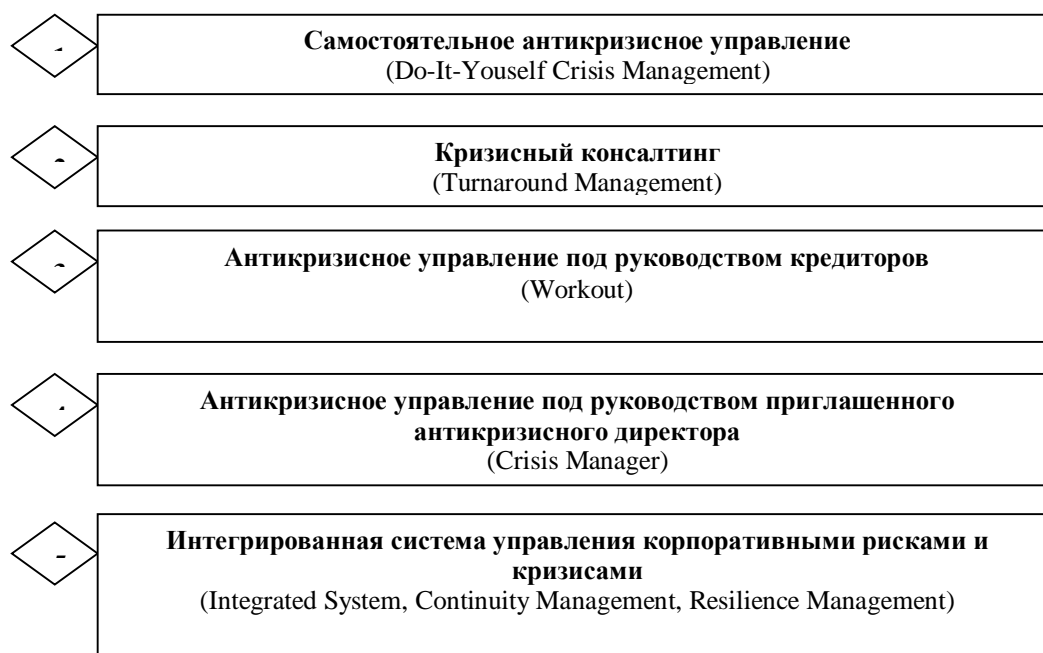


Рис. 2. Типология зарубежного антикризисного управления

В зарубежной практике существуют примеры успешного самостоятельного антикризисного управления. Так, например, принято считать выдающимся образцом поведения в кризисной ситуации реакцию всемирноизвестной компании Johnson & Johnson на кризис с отравлением таблетками с тайленолом в 1982 г.

Компания Johnson & Johnson действовала очень быстро. Как только появились новости о том, что тайленол может иметь связь с отравлениями и смертью в Чикаго, компания не стала отрицать свою причастность к происшествию, наоборот, всячески способствовала следствию и сотрудничала с полицией. Как только суть проблемы стала понятна, она отозвала всю партию продукта и заявила о том, что капсулы тайленола будут сняты с производства до внедрения системы, повышающей устойчивость бутылочек к порче [4].

При антикризисном консалтинге антикризисным управлением занимается приглашенный по инициативе организации внешний антикризисный управляющий. Он проводит комплекс мероприятий, включающий экспресс-анализ, разработку первоочередных мер по санации и стабилизации деятельности, диагностику состояния кризисной организации, разработку программы мер по выводу организации из кризиса, что в конечном итоге объединяется в комплексный план антикризисных мероприятий.

На российском рынке бизнес-услуг антикризисный консалтинг не выделяется как отдельный вид услуги, а приглашение антикризисного консультанта из-за рубежа является весьма дорогостоящей услугой и лишь отдельные российские компании могут это себе позволить. Однако в истории российского бизнеса существует весьма удачный опыт с применением зарубежного антикризисного консалтинга. Так, в 1993 году, после завершения приватизации компании, «ШАТУРА» (мебельная компания, объем выручки за 2017 год составил 3,61 млрд. руб.) приняла участие в конкурсе, организованном Российским центром приватизируемых предприятий, желающих получить помощь ЕС по проекту TACIS, выиграла конкурс и попала в шестерку предприятий, которым были оказаны консалтинговые услуги за счет ЕС. Целый год в компании работали специалисты американской фирмы McKinsey & Co, которые предложили единственно возможный план выхода из кризиса - полная реструктуризация предприятия, что помогло предприятию выжить и укрепить свои конкурентные позиции [5].

Еще одной важной составляющей зарубежного антикризисного управления является антикризисное управление под контролем кредиторов. Кредиторами западных организаций зачастую являются коммерческие банки.

Для банка весьма невыгодно иметь кризисного заемщика с угрозой невыплаты кредита. По этой причине большинство зарубежных банков имеют специальные подразделения, которые осуществляют регулярный мониторинг финансового состояния организаций-заемщиков.

При наличии угрозы кризиса данные подразделения предлагают организации комплекс мер по выведению заемщика из неустойчивого состояния, который в свою очередь является принудительным. При этом подходе выигрывают обе стороны: банк получает полное возмещение своих требований, предприятие — разработанный комплекс антикризисных мер и, как следствие, финансовое оздоровление [2].

Данный зарубежный подход представляет наибольший интерес для российских организаций, поскольку является, в первую очередь, относительно низкокзатратным, что играет важную роль в условиях финансовой неустойчивости.

В ситуации, когда собственник отмечает наличие проблем в организации, а существующее руководство не может с ними справиться, приглашается антикризисный менеджер.

Специалист данного профиля не обязан обладать знаниями в определенной отрасли, ему достаточно обладать такими качествами, как оперативная оценка сложившейся ситуации, быстрое и верное принятие решений и целеустремленность в действиях.

Как правило, формой оплаты услуг такого специалиста выступает вознаграждение, рассчитываемое как доля прироста дохода организации, выплачиваемое в случае успешного антикризисного управления.

В условиях российского бизнеса данный тип антикризисного управления применим с трудом: услуги стоят очень дорого, а российских представителей данного профиля немного.

Следующим подходом в организации антикризисного управления является внедрение в организацию интегрированной системы управления рисками. Ее основополагающие характеристики состоят в том, что:

- риск — это категория неопределенности, связанная с предстоящими событиями и их нежелательными последствиями;
- кризис — частный случай риска, угрожающий жизнеспособности организации в целом; управление рисками основывается на системном подходе и связано с идентификацией рисков и кризисов, и как следствие, воздействием на них;
- интегрированное управление рисками — это процесс превентивного, систематического и непрерывного осознания рисков и кризиса, воздействия на них с позиций перспектив организации.

Данный управленческий подход эффективно используется в зарубежных странах не только на корпоративном, но и на государственном и муниципальном уровнях. Для российских же организаций воплощение в жизнь интегрированной системы управления рисками сопряжено с нехваткой средств, медленной разработкой и внедрением мероприятий, необходимостью их постоянной актуализации в условиях быстроразвивающейся внешней среды.

Таким образом, данный взгляд на ситуацию должен промотивировать российские организации к трансформации и модернизации подходов, мер и путей преодоления кризисного состояния. Необходимость обращения к международному опыту доказана не только слабой и не развитой управленческой деятельностью организации в области антикризисного менеджмента, но и тем, что зарубежный опыт является подспорьем для российского бизнеса в современном процессе на пути к развитию экономики.

Практика применения зарубежного опыта других стран в решении кризисных ситуаций на других национальных моделях приводит к возникновению новых национальных моделей менеджмента, которые подходят к решению проблем конкретной экономики страны, в частности для предприятия. Именно так произошло с японским менеджментом. Основательный анализ и изучение, а затем и внедрение зарубежного опыта дает возможность ознакомиться с разнообразными теоретико-методологическими подходами менеджмента в рыночной экономике и на основе этого опыта, с учетом общих закономерностей развития, проектировать национально присущие им эффективные организационные модели управления в области антикризисного менеджмента.

На основании вышеизложенного анализа типологии зарубежного опыта антикризисного управления, можно определить основные принципы использования зарубежного опыта для российской практики управления в ситуациях несостоятельности предприятия:

- научность - разработка мероприятий по внедрению методов управления организацией должна основываться на достижениях науки в области менеджмента и учитывать изменения законов общественного производства в рыночных условиях;
- анализ и изучение, а не дублирование или копирование;
- учет специфики возникновения внедряемого опыта;
- поддержка и сохранение неповторимости и индивидуальности организации;
- соответствие национальным и социально-культурным факторам;
- адаптивность - приспособляемость заимствованных приемов к изменяющимся целям объекта управления и условиям его работы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Синягин А. Нужен громоотвод // Бизнес: Организация, Стратегия, Системы. 1999., С. 3
2. Учебные материалы для студентов [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studme.org/44364/menedzhment/opyt_antikrizisnogo_upravleniya_razvityh_zarubezhnyh_stranah
3. Учебные материалы для студентов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/2567223/page:4/>
4. LiveJournal. Электрогазета PR-агентства ProActMedia [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://proact.livejournal.com/4885.html>
5. Студенческая библиотека онлайн [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studbooks.net/760541/menedzhment/mebelnaya_kompaniya_shatura

УДК 339.972

Щавелева Н. В
Научный руководитель: Кравченко В.А. к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ

Резюме. В статье рассматриваются сущность и основные понятия, характеризующие инновационную деятельность. Дана краткая характеристика инновационных процессов
Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность.

Введение. На современном этапе развития очень важна инновационная деятельность, потому, что она является одним из главных факторов развития экономики. Современная мировая экономика характеризуется зависимостью от достижений науки и

техники. Российская Федерация не достаточно быстро развивается в этой плоскости и поэтому уступает в конкурентной борьбе более инновационно-развитым странам.

Цель: исследовать теоретические основы и разработать практические рекомендации касательно некоторых аспектов инновационной деятельности в условиях современных вызовов.

Предмет: теоретические и прикладные аспекты формирования этапов инновационной деятельности национальных экономик и их влияние на инновационное развитие стран.

Объект: процесс развития инновационной деятельности стран и ее этапы.

Основная часть. На данном этапе развития, после скачка в развитии, благодаря научно-технической революции, экономика зависит от достижений науки и техники. Процесс внедрения новых решений и идей в экономике превращают потенциальные новшества в реальные продукты и услуги, это связано с «инновационной деятельностью».

За основу «инновационной деятельности» берется понятие «инновация». Впервые, это понятие было введено И. Шумпетером. Под инновацией ученый понимал «новые комбинации, изменения в развитии».

В труде «Теория экономического развития» (1912) Шумпетер выделяет пять изменений, которые относятся к инновациям:

- 1) введение нового продукта либо неизвестного потребителям, либо нового вида продукта (потребительская новизна);
- 2) внедрение нового метода производства;
- 3) открытие нового рынка, на который данная отрасль промышленности не была представлена ранее;
- 4) открытие нового источника сырья;
- 5) внедрение новой организационной структуры в какой-либо отрасли промышленности. [1]

Понятие инновационного процесса является базовым в сфере инновационного развития. Это понятие неоднозначно и есть большое количество трактовок, где изменяется смысл и содержание. В Российской Федерации инновационная деятельность трактуется так:

Инновационная деятельность – вид деятельности, связанный с трансформацией идей (обычно результатов научных исследований и разработок либо иных научно – технических достижений) в технологически новые или усовершенствованные продукты или услуги, внедренные на рынке, в новые или усовершенствованные технологические процессы или способы производства (передачи) услуг, использованные в практической деятельности. [2]

По приведенному определению, научное знание преобразовывается в инновацию по средству процесса, который состоит из последовательной цепи событий, в ходе которых становление инновации происходит путем трансформации с идеи до конкретного продукта, технологии. У каждой стадии инновационного процесса есть собственное значение и наименование, которое отражает сущность завершающего ее результата. Применительно к наудно-технической сфере деятельности стадии инновационного процесса будут выглядеть следующим образом.



Рис 1. Этапы инновационного процесса

Первый этап - фундаментальное исследование. Исследования проходят в академических институтах, высших учебных заведениях, специализированных институтах, лабораториях. Они проводятся для получения новых научных знаний и идей. Фундаментальные исследования разделяют на: *теоретические и поисковые.*

Результатом *теоретических исследований* является обоснование новых понятий и создание новых теорий. Результатом *поисковых* - открытие новых принципов создания продуктов и технологий. Обязательное условие поисковых исследований – открытые принципы не должны быть ранее известны. В таких исследованиях за основу берется конкретная цель, теоретические основы ясны (но конкретные направления не определяются). В ходе поисковых исследований подтверждаются теоретические предположения и идеи. Фундаментальная наука приоритетна в развитии инновационных процессов, так как она открывает новые области знания.

Результаты фундаментальных исследований невозможно использовать на практике, но для развития инновационных процессов и практического внедрения новаций они имеют приоритетное значение.

Пока не найдено общепризнанной меры эффективности фундаментальных научных исследований. Так как затраты на исследования оцениваются точно, а результативность фундаментальных исследований количественно не измеряется. Часто ученые утверждают, что «положительный выход» (получение результата, который будет использоваться в новых научных исследованиях) в мировой науке составляет лишь 5%.

В условиях современной экономики, большинство коммерческих структур не может заниматься фундаментальными исследованиями. Они не могут выделить собственные финансовые ресурсы, так как фундаментальные исследования являются дорогостоящими и, как правило, финансируются за счет государственного бюджета с частичным привлечением внебюджетных средств.

Второй этап - прикладные исследования. Исследования проходят в научных учреждениях и финансируются и за счет бюджета (конкурсная основа или государственные научные программы), и за счет частных лиц. *Основная цель прикладных исследований* - исследование возможности практического применения явлений и процессов открытых ранее. Научно-исследовательская работа (НИР) решает технические проблемы, уточняет неясные теоретические вопросы, получает конкретные научные результаты.

На этапе прикладных исследований велика вероятность получения тупикового результата, так как их результат не всегда можно спрогнозировать и у него есть большая

долей неопределенности. Именно с этого этапа возникает возможность риска потери вложенных средств.

Третий этап - *опытно-конструкторские и экспериментальные разработки*. Опыты проводятся как в специализированных лабораториях, на производствах, так и в научно-производственных подразделениях крупных промышленных предприятий. *Под опытно-конструкторскими работами (ОКР) понимается применение результатов прикладных исследований для создания (или модернизации) образцов новой техники, материала, технологии.* [3]

ОКР – конечная стадия научных исследований, это этап перехода от лабораторных опытов и экспериментального производства к промышленному производству. К ОКР относятся: разработка определенной конструкции инженерного объекта или технической системы (конструкторские работы); разработка идей и вариантов нового объекта; разработка технологических процессов, т. е. способов объединения физических, химических, технологических и других процессов с трудовыми в целостную систему (технологические работы). Из этого можно сделать вывод, что целью ОКР является модернизация образцов новых изделий, которые могут быть переданы после соответствующих испытаний в масштабное производство или потребителю.

Отдельно можно выделить процесс коммерциализации. В некоторых источниках он выделяется как четвертый этап. Новый продукт запускается в масштабное производство и выходит на рынок и далее проходит обычный цикл жизни продукта. В начале четвертого этапа требуются большие инвестиции.

Завершающей стадией сферы науки является *освоение промышленного производства новых изделий*, которое включает научное и производственное освоение: проведение испытаний новой (усовершенствованной) продукции, а также техническую и технологическую подготовку производства. На стадии освоения выполняются *опытные, экспериментальные работы* на опытной базе науки. Эти работы имеют целью изготовление и отработку опытных образцов новых продуктов и технологических процессов.

По показателю удельного веса затрат на науку ВВП Россия существенно отстает от ведущих стран мира, занимая 40-е место. В пятерку лидеров входят Республика Корея (4,25%), Израиль (4,25%), Япония (3,14%), Швеция (3,2%) и Австрия (3,08%) (рис. 2). [5]

Если сравнивать затраты на науку в России и средние затраты в мире, можно увидеть следующую ситуацию (рис 3). Затраты на науку в России в два раза меньше, чем средние затраты на науку в мире. Однако, Федеральное агентство научных организаций (ФАНО) объявило о серьезном сокращении бюджета на 2017 год.

Так, в общей сложности ФАНО получило 2017 году 73,5 млрд рублей - на 15% меньше, чем в текущем. Из них на фундаментальные разработки уйдет 67,5 млрд рублей. По сравнению с 2014 годом бюджет ФАНО уменьшился уже почти на 40%. Однако, в 2018 и 2019 гг финансирование науки оставалось на том же уровне. [6]

Снижение финансирования так же можно оправдать снижением ВВП. Так как график (рис 2) показывает, что за 2014-2016гг доля расходов на научные исследования и разработка в ВВП выросла, ни смотря на снижение финансирования.

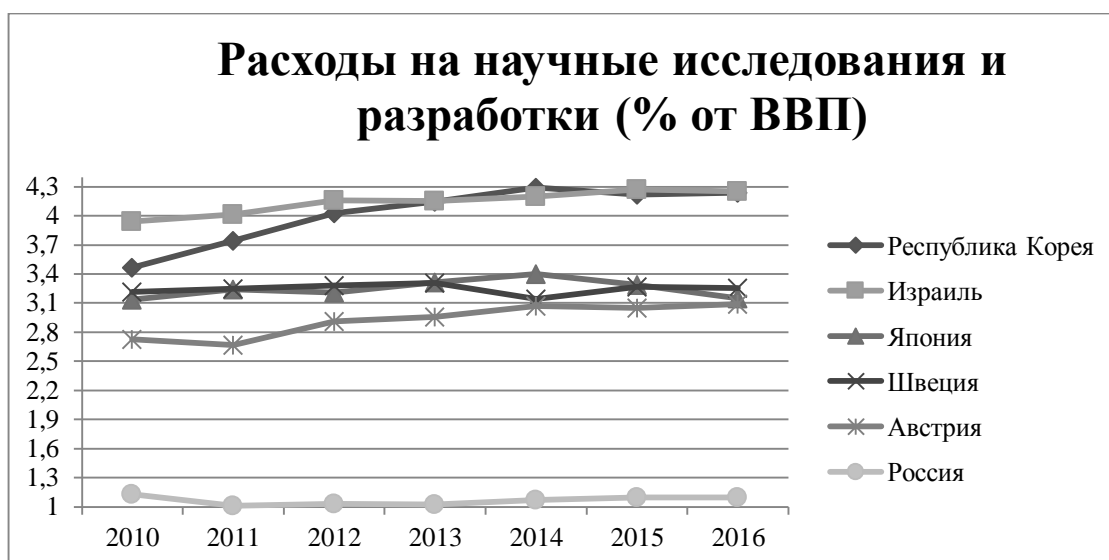


Рис 2. Расходы на научные исследования и разработки (<https://data.worldbank.org>) [5]

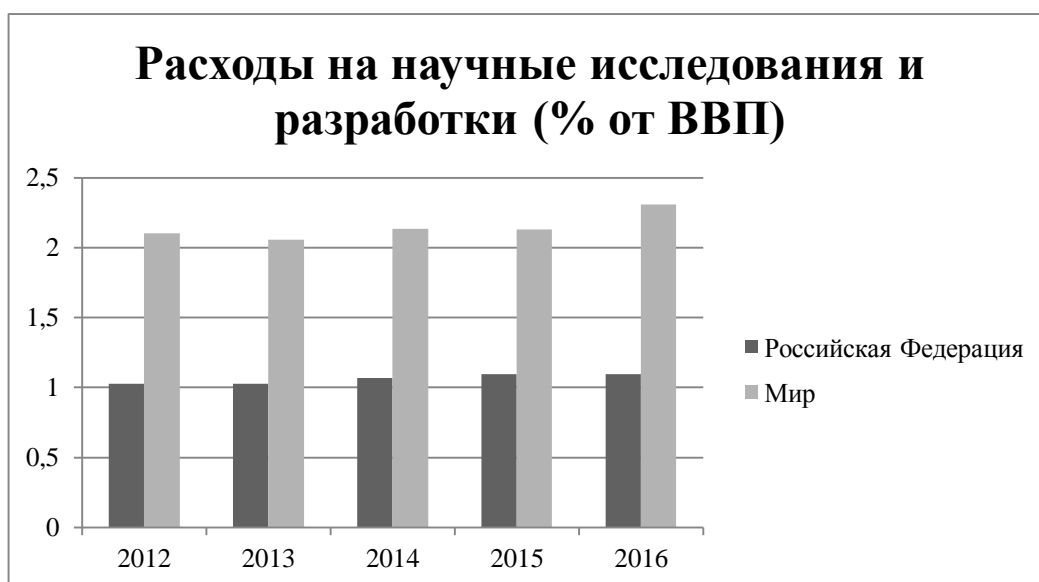


Рис 3. Расходы на научные исследования и разработки. (<https://data.worldbank.org>)

Если рассматривать Российскую Федерацию, то инновационной деятельности уделяют мало внимания. Государство выделяет на финансирование фундаментальных исследований. На гистограмме видно, что по сравнению с среднемировыми показателями, показатели России вдвое меньше. В Российской Федерации на фундаментальные исследования выделяется мало бюджета и поэтому, упор идет на прикладные исследования. Следовательно, что-то абсолютно новое в России появляется не часто, а только улучшается уже существующее.

На основе этого можно сделать **вывод**, что в России необходимо модернизировать государственную инновационную политику. Устойчивое развитие страны и отдельных регионов во многом определяются эффективной интеграцией науки, образования и бизнеса, которая выступает действенным инструментом развития инновационной экономики.

При проведении инновационной деятельности не нужно упускать из виду первый этап – фундаментальные исследования. Фундаментальные исследования не будут успешными без должного финансирования и развития не будет.

В заключение следует отметить, что масштабы фундаментальных и прикладных исследований зависят в первую очередь от взаимоотношений политики конкретного

государства, науки и бизнеса. Так, например, в Республике Корея государство выступает в качестве основного финансового инвестора, в то время как роль государства в Японии настолько мала, что большая часть исследований и разработок осуществляется средствами частных компаний. Вероятно, России нужно выбрать свой путь развития научно-технического прогресса и инноваций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Shumpeter J.A. Business Cycles. N.Y. 1939 - p. 21
2. Кудашов В. И. Экономика и управление инновациями: учеб. пособие. Минск: ИВЦ Минфина, 2015. 268 с.
3. Инновационная модель развития: Материалы Форума регионов России, 2011
4. Багратян Г.А., Кравченко И.С. Инновации и экономический рост: проблемы измерения: статья. ОАО «Трансфер», 2009. 8 с.
5. The World Bank : [сайт]. URL: -
<https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?locations=RU>
6. Российский новостной сайт: [сайт]. URL:
<https://www.newsru.com/finance/21dec2016/fundamental.html>

УДК 338.28

Энгель О.О.

*Научный руководитель: Клочкова О.В., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ КИТАЯ

Резюме. В данном исследовании был проведен анализ экономического состояния Китая в условиях стремительного развития цифровой экономики. Была изучена инновационная деятельность КНР за последние пять лет, его действующие проекты по созданию высокотехнологичной продукции, а также дальнейший план развития китайской экономики в этом направлении. Данное исследование обозначило место Китая в международной инновационной деятельности в условиях четвертой промышленной революции и помогло оценить возможные перспективы становления Китая ведущим государством в Индустрии 4.0.

Ключевые слова: цифровая экономика Китая, Индустрия 4.0, IT-технологии, Made in China 2025, Цифровой Шелковый путь.

Современный мир меняется и, уже сейчас становится очевидным, что преимуществом на международном рынке будут обладать страны, активно инвестирующие в развитие высоких технологий. Учитывая тот факт, что на данном этапе развития человеческого общества, науки и техники речь идет о выведения мирового пространства на абсолютно новый уровень, что приведет к перестройке сложившегося мирового порядка, актуальным становится вопрос о том, кто займет лидирующую нишу в быстро меняющемся мире.

На сегодняшний день Китай занимает второе место в мире по объему затрат на развитие инновационных технологий и входит в двадцатку ТОП-стран по степени дигитализации экономики. КНР является мировым лидером по уровню разработок в области искусственного интеллекта и одним из ведущих государств в сфере IT, биоинженерии и квантовых вычислениях. Все это обусловлено стремительной гонкой за первенство в эпоху четвертой промышленной революции. Если учесть, что уже сейчас уровень инновационных разработок в Китае заставляет опасаться американских и европейских партнеров КНР и принимать определенные меры по предотвращению распространения влияния китайских компаний, то становится очевидным, что при

дальнейшем развитии Индустрии 4.0 влияние КНР на мировой арене увеличится многократно.

Исследованиям, касающимся стремительной цифровизации мирового пространства, посвящены работы таких зарубежных ученых, как Шуюн Го и Вэйхан Дин, а также известных отечественных ученых: Есаулова Г.В., Куприяновского В.П., Дунаевой О.Н., Федоровой Н.О. и многих других, которые рассматривали влияние дигитализации в мировом масштабе, например, формы электронной коммерции и интеллектуальную мобильность в условиях цифровой экономики, перспективы использования искусственного интеллекта и применение его для создания умных городов в высокоразвитых государствах.

Однако, в их работах не был рассмотрен экономический эффект от развития сферы высоких технологий в разрезе стран. По этой причине я считаю необходимым рассмотреть роль цифровой экономики на примере отдельной страны, а именно Китая, который является второй по величине экономикой в мире и на данный момент стремится выйти на международный рынок высоких технологий и с этой целью активно развивает так называемую Индустрию 4.0.

Таким образом, целью данного исследования является анализ экономического состояния Китая в условиях стремительного развития цифровой экономики и четвертой промышленной революции.

На протяжении последних 5-10 лет ведущие государства мира активно развивают цифровые технологии. Учитывая то, что ключевым фактором производства на сегодняшний день являются данные в цифровом формате, которые обеспечивают эффективное взаимодействие государства, бизнеса и общества во всех сферах социально-экономической деятельности, развитие именно цифровой экономики дает неоспоримое преимущество государствам на мировой арене.

Стоит отметить, что стремительное развитие цифровой экономики также обусловлено прогнозируемой и уже разворачивающейся на наших глазах четвертой промышленной революцией.

О четвертой промышленной революции (или же Индустрии 4.0) впервые заговорили в 2011 г., как о плане развития экономики Германии на ближайшие 10 лет. Данный термин ввел президент Всемирного Экономического Форума — Клаус Шваб, утверждающий, что человечество стоит на пороге новой эпохи, где физический мир объединен с виртуальным с помощью технологий.[1] К таким технологиям относятся кибер-физические системы, Интернет вещи, искусственный интеллект, робототехника, облачные технологии, 3D-печать, и квантовые вычисления. Сегодня в гонке по разработке и применению элементов Индустрии 4.0 участвуют крупнейшие IT-компании США, Европы и Азии.

Являясь второй по величине экономикой в мире, Китай стремится достичь полной технологической независимости и стать лидеров в сфере IT-технологий. Уже сейчас по отдельным показателям он является одним из мировых лидеров. А согласно прогнозам экспертов, в ближайшие годы КНР может еще больше укрепить свои позиции на мировой арене.

Согласно рейтингу Digital Evolution Index 2017, представленному Mastercard и Школой права и дипломатии им. Флетчера в Университете Тафтса, Китай хоть и не входит в ТОП-10 стран с наиболее развитой цифровой экономикой, относится к группе наиболее перспективных государств в этой сфере.[2] Несмотря на относительно низкий общий уровень дигитализации, КНР находится на пике цифрового развития и демонстрирует устойчивые темпы роста, что, в свою очередь, способствует привлечению иностранных инвесторов. Так, например, за первое полугодие 2018 г. объем иностранных инвестиций, привлеченный китайскими стартапами, составил 43,4 млрд.

долл. Для сравнения, за весь 2017 г. иностранные инвесторы вложили в новые IT-компании КНР 58,8 млрд. долл.[3]

Стоит отметить, что в развитии инновационных технологий и появлении стартапов значительную роль играет правительство КНР, которое для поддержания национальных компаний и модернизации предприятий инвестирует значительную сумму в научные исследования. По данным ЮНЕСКО за 2018 г., Китай занял второе место в мире по общей сумме затрат на НИОКР (Рисунок 1.).



Рисунок 1. Сведения о затратах на НИОКР за 2018 г.[4]

На сегодняшний день Китай является первой страной в мире по количеству «компаний-единорогов». Три самых дорогих частных организации в мире базируются в Китае – Didi Chuxing, Xiaomi и Meituan-Dianping. Кроме того, три из десяти крупнейших компаний мира, деятельность которых связана с IT-технологиями, «Baidu», «Alibaba» и «Tencent» (BAT), являются известными китайскими интернет-гигантами. 60% китайских стартапов-миллиардеров имеет прямые или косвенные инвестиции от BAT.[5]

В 2015 г. Китай представил миру два проекта, направленных на усиление позиций КНР на мировой арене — «Made in China 2025» и «Цифровой Шелковый Путь».

«Made in China 2025» - это стратегически важная программа, так как при ее успешной реализации Китай получит полную независимость в десяти технологических сферах и сможет вытеснить зарубежных конкурентов не только со своего, но и с глобального рынка высоких технологий. Выпуск высокотехнологичного компьютеризированного машиностроительного оборудования и робототехники, аэрокосмического оборудования и биопрепаратов для медицины даст КНР неоспоримое преимущество на международном рынке. Общая сумма китайских инвестиций в данный проект составила 300 млрд. долл.[6]

По данным ЮНКТАД, доля товаров ИКТ от общего объема торговли в Китае в 2017 г. составила 27,07% (Рисунок 2.). Для сравнения, в США данный показатель составил 9,49%. [7]

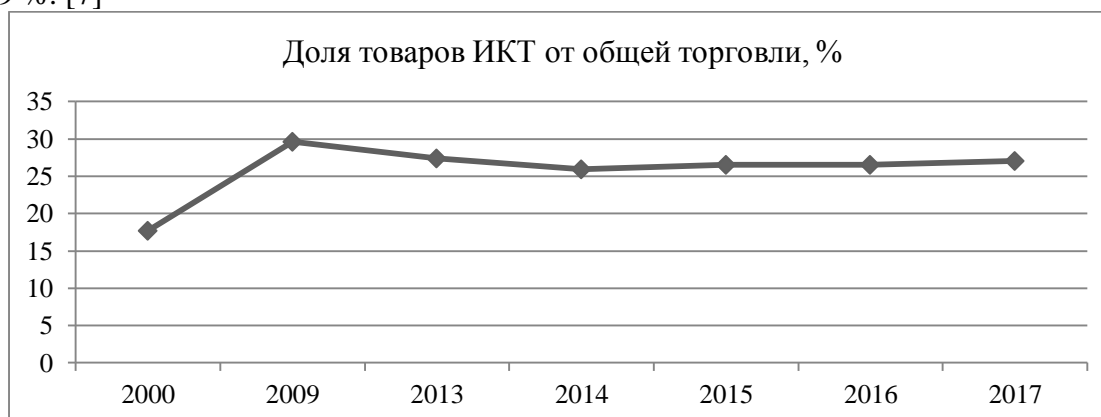


Рисунок 2. Доля товаров в ИКТ от общей торговли в КНР за период с 2000 по 2017 гг.[7]

Одним из ключевых направлений программы «Made in China 2025» являются разработки в сфере искусственного интеллекта (ИИ или AI). Активное развитие данной отрасли началось в 2017 г., когда китайские компании заметили растущий спрос на продукцию, оснащенную программным обеспечением с внедрением искусственного интеллекта.

Известная китайская компания «Alibaba» планирует использовать разработки в области ИИ в городской инфраструктуре для создания «умных городов», что поможет осуществлять контроль за дорожным движением и избегать аварийных ситуаций. В свою очередь, компания «Baidu» активно работает над производством беспилотных автомобилей со встроенной AI-системой Apollo.

Согласно прогнозам, китайская промышленность ИИ достигнет 150 млрд. юаней в 2020 году, а в 2030 году — до 1 трлн. юаней.[8]

В начале 2018 г. Китай заявил, что планирует инвестировать 2,1 млрд. долл. в строительство технологического парка, который будет специализироваться на разработке технологий в области искусственного интеллекта. На территории комплекса будут работать около 400 компаний, которые будут выпускать продукцию общей стоимостью 7,7 млрд. долл.[9]

В рамках программы «Made in China 2025» Китай создал:

- фотонный квантовый компьютер;
- прототип эксафлопсного компьютера;
- первый спутник квантовой связи;
- искусственную роговицу;
- новый термоядерный реактор.

Даже если учесть, что половина из этих новшеств еще находятся на стадии доработки и не получили достаточно широко распространения, само существование этих разработок подтверждает уровень развития инновационных технологий в Китае, что ставит его на одну ступень с ведущими цифровыми странами мира и повышает его конкурентоспособность.

Еще одним грандиозным проектом КНР является «Цифровой Шелковый путь», который Китай намерен построить, сделав цифровые технологии локомотивом развития мирового проекта «Экономический пояс Шелкового пути». КНР планирует развивать IT-технологии и выстраивать систему «цифрового мира», включающую электронную коммерцию, промышленные компьютерные сети, интернет-банкинг, связь, высокотехнологичные разработки, «умные города», вдоль всего Шелкового пути.

Стоит отметить, что Китай стремится инвестировать средства в создание мощностей и за рубежом. Например, крупный китайский разработчик облачных вычислений, компания Alibaba Cloud, планирует уже в этом году создать центр обработки электронных данных в Малайзии. А китайской фирме ZTE недавно был предоставлен кредит от Всемирного банка в размере 23 млн. долл. на создание оптоволоконной сети в Афганистане. По оценкам экспертов, общая сумма затрат на реализацию данного проекта составит около 200 млрд. долл.[10]

В 2017 г. Китай заявил о создании так называемого «фонда будущего», направленного на развитие новых технологий в КНР. В 2018 г. китайская финансовая государственная корпорация China Merchants Group совместно с рядом китайских и британских компаний создали «Китайский технологический фонд новой эры», в который вложили 15 млрд. долл., при этом 6 млрд. долл. вложила компания China Merchants Group.[11] Интересным является то, что в числе партнеров китайской государственной компании фигурирует британская инвестиционная фирма Centricus, которая в свое время помогала формировать технологический «фонд будущего» японского телеком-гиганта SoftBank. Стоит отметить, что данный фонд инвестиций в IT-технологии не является первым в Китае. В 2016 г. правительство КНР создало фонд венчурного капитала в

размере 30 млрд. долл., направленный на модернизацию отсталого промышленного сектора Китая.[11]

Китай активно сотрудничает с Россией, ведущими азиатскими странами и странами Восточной Европы. Учитывая сложившуюся ситуацию в торговых отношениях с США, КНР также стремится наладить отношения с государствами Западной Европы. Однако в Евросоюзе опасаются, что Китай, располагающий огромными финансовыми средствами, может скупить стратегически важные экономические объекты. По этой причине в странах ЕС действует негласное правило: по-настоящему ценные активы продавать только европейским компаниям. Схожее правило действует и в США. Так как Америка стремится не допустить передачу Китаю современных американских технологий, Президент США Д. Трамп отдал распоряжение Комиссии по иностранным инвестициям и органам экспортного контроля препятствовать покупке китайскими инвесторами акций американских технологических компаний, а также иным способам передачи Китаю американских ноу-хау.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что, несмотря на то, что Китай все еще относят к категории развивающихся стран, уровень развития высоких технологий в КНР не ниже чем в США и ведущих государствах Европы. Согласно рейтингу наиболее инновационных экономик, опубликованному агентством Bloomberg в 2018 г., Китай входит в двадцатку лидирующих экономик мира по данному показателю. Кроме того, КНР признана одной из наиболее перспективных стран по уровню развития цифровой экономики. Активно участвуя в разработке инновационных элементов Индустрии 4.0, Китай не перестает удивлять мир все более новыми ноу-хау, что помогает ему занимать лидирующую нишу на рынке IT-технологий наряду с наиболее развитыми государствами мира, хотя его европейские и американские партнеры стремятся препятствовать этому, опасаясь того, что «азиатский дракон раздавит европейскую птичку». Показатели Китая за 2018 г. подтверждают тезис о том, что торговая война с США может лишь замедлить, но не остановить технологический подъем «азиатского дракона», чьи проекты по экономическому развитию направлены на превращение Китая в сверхдержаву в ближайшие 20-30 лет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Курницкая К. Ю. Четвертая промышленная революция и инновационные тенденции в мировой и отечественной экономике // Экономическая наука и практика: материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2018 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2018. — С. 16-19. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/265/14072/> (дата обращения: 20.01.2019).
2. ТОП 10 стран с наиболее развитой цифровой экономикой // WEB-PAYMENT.RU: новостной форум. 2017. URL: <http://web-payment.ru/article/250/top-10-cifrovaya-ekonomika/> (дата обращения: 23.01.2019).
3. Смирнов А. Спасибо Трампу: китайские ИТ-стартапы ставят рекорды привлечения инвестиций // ХАЙТЕК+: интернет-ресурс. 2018. URL: <https://hightech.plus/2018/08/10/spasibo-trampu-kitaiskie-it-startapi-stavyat-rekordi-privlecheniya-investicii> (дата обращения: 22.01.2019).
4. Россия входит в Топ-10 стран по расходам на НИОКР // SULARU.COM: экономический форум. 2018. URL: <https://www.sularu.com/theme/10512> (дата обращения: 02.02.2019).
5. Мануков С. Китай национализирует ИТ-сектор // EXPERT.RU: экономический форум. 2019. URL: <http://expert.ru/2018/04/12/kitaj-natsionaliziruuet-it-sektor/> (дата обращения: 29.01.2019).
6. Красильникова Ю. Китай потратит 300 млрд. долл. на мировое господство // ХАЙТЕК+: интернет-ресурс. 2017. URL: https://hightech.fm/2017/03/11/china_vs_the_world (дата обращения: 06.02.2019).
7. Share of ICT goods as percentage of total trade, annual // UNCTADSTAT: статистическое бюро. 2018. URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx> (дата обращения: 15.02.2019).
8. Савкин К. Бизнес идеи из Китая: искусственный интеллект // SAVKINKS.RU. 2018. URL: <https://www.savkinks.ru/biznes-idei-iz-kitaya-ai.htm> (дата обращения: 06.02.2019).
9. ИТ-рынок Китая // TADVISER.RU: бизнес-форум. 2019. URL: http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%A2-%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%9A%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%8F (дата обращения: 15.02.2019).

10. Гусакова И. Цифровой Шелковый путь - смелая заявка Китая // MONEYTIMES.RU: информационное агенство. 2018. URL: <http://www.moneytimes.ru/articles/2018-12-22/14508/> (дата обращения: 17.02.2019).

11. Смирнов А. Китай создает «фонд будущего» на 15 млрд. долл. // ХАЙТЕК+: интернет-ресурс. 2018. URL: <https://m.hightech.plus/2018/07/02/kitai-sozdaet-> (дата обращения: 17.02.2019).

УДК 349.6

Яковенко А.А.

*Научный руководитель: Кравец Е.О., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет*

ЭКОЛОГИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ «ЗЕЛеноЙ» ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Резюме. Концепция «зеленой» промышленности благоприятно сказывается на бизнесе, окружающей среде и климате, а также в целом благоприятна для населения, потребителей и имеет большое значение для развития многих тысяч предприятий в развивающихся странах и странах с переходной экономикой.

Ключевые слова. Экологизация производства, концепция «зеленой промышленности», улучшение экологических результатов, эффективность производства.

Прошло более двадцати лет с формирования концепции устойчивого развития, которая поставила перед обществом самый важный вопрос современности: вопрос о возможном сосуществовании человека с окружающей природной средой.

Проблемы охраны окружающей среды, хотя и понимаются как весьма важные, но при этом они отступают на последнее место, воспринимаются и руководством предприятия и его работниками как навязанная сверху функция, затраты на которую являются излишними. Стратегия предприятия в отношении охраны окружающей среды сводится к экономии затрат на систему управления экологической деятельностью, отказу от внедрения прогрессивных методов очистки, сокращения вредных отходов производства и новейших разработок в области экологических технологий.

Следует отметить, что на данный момент предприятия являются одним из самых главных элементов всеобщей системы взаимодействия «общественное производство – природная среда», так как именно здесь проводятся основные технологические и производственные процессы, оказывающие наибольшее влияние на экосистему данного региона.

Существующая на сегодняшний день практика экологического регулирования не способствует экологическому оздоровлению природной среды, а многие предприятия регулярно пренебрегают рациональным использованием природных ресурсов в процессе производства, что, в свою очередь, приводит к обострению экологической ситуации во многих странах и делает актуальной задачу совершенствования экологического регулирования производственных предприятий.

Целью данной работы является разработка рекомендаций по повышению эффективности производства на предприятиях путем внедрения концепции «зеленой» промышленности.

Общие подходы и методология разработки, внедрения и функционирования систем экологического менеджмента рассматриваются в трудах Голуба А. А., Игнатьевой М. Н., Молчановой Я. П., Пахомовой Н. В., Рихтера К., Эндерса А.

Практические подходы и различные аспекты разработки и внедрения СЭМ на предприятиях анализируются в работах Бабиной Ю. В., Зуева В. И., Крупиной Н. Н. и многих других авторов.

Однако, следует отметить, что в современных условиях возникает необходимость разработки новых методов и инструментов как при экологизации производства, так и при оценке и анализе эффективности их внедрения и функционирования [1].

Под экологизацией производства понимается ограничение и снижение природоемкости производства путем создания технологически совершенного, высокоэффективного и чистого производства.

Экологизация сопряжена с постоянным совершенствованием; здесь речь не идет о каком-либо конечном состоянии. Чтобы сделать предприятие или отрасль «зелеными», разовых мер недостаточно. Это длительный процесс, включающий временами постепенные, а временами и радикальные изменения, которые приводят к возрастающему повышению эффективности.

«Зеленая» промышленность представляет собой процесс промышленного производства и развития направленного на построение операционной деятельности предприятий с учетом факторов, влияющих на окружающую среду, климат, общество. Функционирование «зеленой» промышленности обеспечивается рядом методов и практик по снижению уровня загрязнения и потребления ресурсов во всех отраслях и увеличению объемов потребления доступных, отвечающих требованиям и надежных в использовании экологических товаров и услуг («создание новых «зеленых» отраслей промышленности»). Данный факт, как показывает практика, благоприятно сказывается на бизнесе, окружающей среде и климате, а также в целом благоприятен для населения, потребителей и имеет большое значение для развития многих тысяч предприятий в развивающихся странах и странах с переходной экономикой.

Глобальная сеть Международных центров экологически чистого производства помогла тысячам компаний добиться устойчивого производства с сокращением издержек и увеличением доходов (ЮНИДО-ЮНЕП, 2010). Приведем примеры.

- Центр в Перу, который помог небольшому литейному заводу достичь годовой экономии в размере почти 19 000 долларов США, а также улучшения методов и условий работы. Даже несмотря на то, что компания была нацелена главным образом на уменьшение использования энергии, применение комплексного подхода сделало возможным улучшенное восстановление материалов, снизило уровень опасных веществ, содержащихся в отходах, и сократило выбросы парниковых газов.

- С помощью центра в Кении производитель пищевых масел и моющих средств получил возможность расширить свои производственные возможности и повысить эффективность производства, используя ресурсоэффективные и более чистые методы производства. Годовая экономия составила более 623 000 долларов США, что позволило осуществить расширение компании, включая создание новых рабочих мест и новых деловых инициатив.

- Центр на острове Шри-Ланка помог кокосовой фабрике сэкономить более 200 000 долларов США за год при инвестициях менее 5 000 долларов США. Возможности, обозначенные центром, позволили компании одновременно сократить количество отходов и количество выбросов парниковых газов практически до нуля благодаря использованию отходов для получения энергии. Данная кокосовая фабрика заняла центральное место в экологизации сектора, помогая другим кокосовым фабрикам в оптимизации процессов и уменьшении количества отходов[3].

При простом определении «зеленая» промышленность — это процесс промышленного производства и развития, который осуществляется не за счет разрушения природных систем и не ведет к последствиям, негативно влияющим на здоровье людей.

Цель «зеленой» промышленности — построить операционную деятельность предприятий с учетом факторов, влияющих на окружающую среду, климат и общество. Она предоставляет платформу для обращения к глобальным взаимосвязанным

проблемам посредством набора мгновенно реализуемых межотраслевых подходов и стратегий, использующих преимущества развивающихся отраслей промышленности и рыночных сил.

Данная концепция представляет собой двухкомпонентную стратегию (рис.1.) по созданию экологически - чистой промышленной системы, не требующей постоянного расходования и потребления природных ресурсов и загрязнения окружающей среды.



Рис.1. Двухкомпонентная стратегия концепции [3].

«Зеленая» промышленность в полной мере способствует реализации потенциала бизнеса и инноваций в процессе постоянного совершенствования в сфере эффективности использования природных ресурсов, минимизируя объем отходов производства и выбросов вредных веществ в атмосферу [2].

Следует отметить, что переход к «зеленому» росту требует не только принятия долгосрочных обязательств, но и инновационного применения широкого круга подходов, а также синергий, объединяющих различные типы вмешательства и инструментов. Более того, чтобы эффективно справляться с возникающими вызовами и переменчивыми условиями, следует постоянно разрабатывать новые способы, ведущие к прогрессу. В их число входят взаимодополняющие комплексные подходы, создающие стимулы для предприятий, а также пропагандирующие профилактические действия в защиту трудовых интересов и решения, продиктованные бизнесом; повышение степени информированности о возможностях и преимуществах; предоставление доступа к информации, ноу-хау и технологиям; пропаганда предсказуемых и благоприятных базовых условий. Это требует широкомасштабных изменений рамочных политик и систем обеспечения, включая науку, образование и финансы, а также перемен на самих предприятиях[5].

Не требует обсуждения тот факт, что для полного перехода к «зеленой» экономике требуется задействовать новую инфраструктуру. Чаще всего для этого нужны будут значительные предварительные затраты. Во многих случаях в развивающихся странах не будет хватать ресурсов, необходимых для поддержки развития своей «зеленой» промышленности, будь то нехватка технологий, знаний или опыта, либо просто недостаток денежных средств. Без финансирования и передачи знаний, навыков и технологий развивающимся странам глобальный переход к «зеленой» экономике будет осуществляться очень медленно. Необходимость уделять внимание проблемам окружающей среды с каждым днем растет. И, следовательно, нужны серьезные усилия

развитых стран, нацеленные на облегчение и поддержку перехода развивающихся стран к «зеленой» экономике, если требуется избежать тяжелого ущерба для экосистем и климата.

Одним из таких успешных примеров является достижение тайваньской компании Asus, производящей разнообразную компьютерную технику, в области «озеленения» собственных технологий на основе концепции «зеленой» промышленности. Компания Asus утверждает, что все производители обязаны оптимизировать изготовление своей продукции в соответствии с экологическими нормативами и сделать ее максимально безопасной для потребителей и окружающей среды, приступив в 2000 году к воплощению в жизнь концепции под символическим названием Green Asus [3].

В основу Green Asus положено четыре принципа, которые представлены на рис.2.

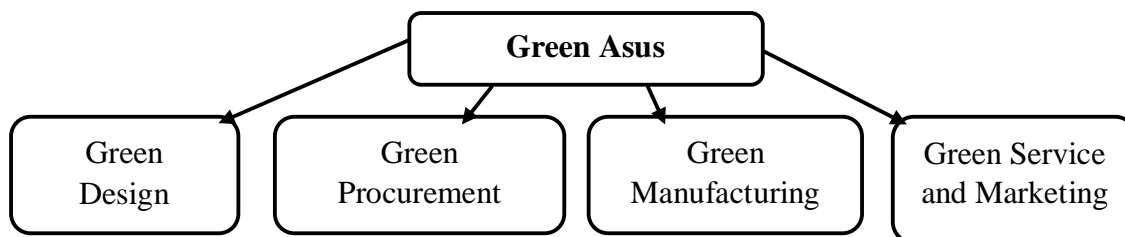


Рис.2. Принципы Green Asus

1) Green Design: Под понятием «экологичный дизайн» Asus имеет в виду создание и внедрение «зеленых» материалов, продуктов и технологий. На практике это реализуется в виде нескольких правил, а именно:

- в создании продукции используются материалы, которые легко утилизировать;
- отказ от веществ, вредных для здоровья людей.

2) Green Manufacturing: «Экологичное производство» подразумевает под собой внедрение в производство технологий, снижающих потребление ресурсов и выбросы вредных веществ.

3) Green Procurement: Компания Asus при закупке материалов или готовых комплектующих у своих партнеров проводит строгий контроль продукции на соответствие собственным высоким стандартам экологической безопасности.

4) Green Marketing and Services: Asus продемонстрировала, что маркетинговые и сервисные программы могут быть «зелеными» на примере утилизации и переработки старой компьютерной техники.

Вывод. Следуя данному примеру, можно составить ряд действий, которые помогут экологизировать производственные предприятия на основе концепции «зеленой» промышленности:

- использование ресурсосберегающих технологий;
- более эффективное и рациональное использование ресурсов;
- уменьшение объема отходов производства путем их переработки или использования программы по их утилизации;
- внедрение в производство технологий, которые будут снижать потребление ресурсов и выбросы вредных веществ;
- проведение строгого контроля при закупке материалов, не превышающих стандартов по экологической безопасности;
- реализация продукции, которая впоследствии может быть утилизирована или переработана в более новую продукцию.

Экологизация производства на основе концепции «зеленой» промышленности повлечет за собой следующие преимущества для предприятий:

- 1) повышение эффективности производства: повышение эффективности и рационального использования ресурсов и их оптимизация в производстве;
- 2) улучшение экологических результатов ведения деятельности: минимизация негативного воздействия на окружающую среду путем снижения объемов создаваемых отходов и выбросом вредных химических веществ, экологически рационального регулирования, использования и переработки остаточных отходов;
- 3) минимизация рисков, наносящих вред здоровью общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Н.В. Пахомова, А. Эндерс, К. Рихтер. Экологический менеджмент/ - Спб.: Питер, 2003. - 544 с.
2. Материалы из статьи «Инициатива ЮНИДО в области «зеленой» промышленности по устойчивому промышленному развитию» [Электронный ресурс]- Режим доступа: http://www.greenindustryplatform.org/wp-content/uploads/2014/06/UNIDO-Green-Industry-Initiative-for-Sustainable-Industrial-Development_RU.pdf.
3. Green Asus: пример успешного внедрения «зеленых» технологий [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://technoportallua/articles/analytics/3247.html>.
4. Трифонова, Т.А., Экологический менеджмент. Учеб. пособие/ Т.А. Трифонова, Н.В. Селиванова, М.Е. Ильина // Владим. гос. ун-т, Владимир, 2003. – 291 с.
5. Гурьева М.А. Экологизация экономики: международный аспект // Армия и Общество. М., 2012. № 2. (32). – 120 с.
6. Гурьева М.А. Эволюция понятий «экологизация» и «зеленая экономика» // Перспективы науки. Тамбов, 2014, № 10(61). – 240с.

УДК 334.716:66:330.322

Двирченко Т.А.
Научный руководитель: Стрелина Е.Н., к.э.н., доцент
ГОУ ВПО Донецкий национальный университет

ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ДНР

Резюме: Рассмотрена роль химической промышленности в развитии экономики Донецкой Народной Республики, проанализированы основные экономические показатели отрасли и проблемы предприятий отрасли. Предложены направления дальнейшего развития химической промышленности в ДНР.

Ключевые слова: инвестиции, химическая промышленность, фармацевтическая продукция.

Исследуемая проблема, ее значение, современное состояние решения, нерешенная ранее часть общей проблемы. Развитие экономики на макро и микро уровне невозможно без осуществления активной инвестиционной деятельности. Вместе с тем, в силу ограниченности доступных инвестиционных ресурсов важно выбрать именно те отрасли экономики, инвестирование в которые даст ощутимый научно-технический и экономический эффект в обозримом будущем. Для экономики Донецкой Народной Республики такой отраслью является химическая промышленность. Химическая промышленность имеет ряд особенностей, которые необходимо учитывать в процессе ее инвестирования.

В настоящее время в ДНР не принят закон об инвестиционной деятельности. В соответствии с Постановлением Совета Министров ДНР от 02.06.2014 г. № 9-1 «О применении Законов на территории ДНР в переходный период» [4], можно воспользоваться определением из украинского законодательства, где под инвестициями подразумеваются все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, которые вкладываются в объекты предпринимательской и других видов деятельности, в результате которой создается прибыль (доход) или достигается социальный эффект [5].

Вопросы инвестиционной деятельности играют важную роль для восстановления промышленного потенциала Республики и установления новых хозяйственных связей. Для реализации этих задач Постановлением Совета Министров от 02.12.2015 г. № 23-3 принята Концепция инвестиционного сотрудничества в Донецкой Народной Республике и определен порядок рассмотрения обращений потенциальных инвесторов и согласования инвестиционных проектов в рамках инвестиционного сотрудничества [6].

С целью информирования потенциальных инвесторов об инвестиционном климате и для отбора перспективных инвестиционных проектов в ДНР разработан инвестиционный паспорт и на его основе создан инвестиционный портал. Этот информационный ресурс позволяет реализовать все этапы, предложенные инвестиционной стратегией. Инвестиции в ДНР в текущий момент требуются для модернизации и технического перевооружения индустриального комплекса, представляющего основной промышленный потенциал - предприятий угледобывающей, химической, металлургической промышленности и машиностроения. Большая часть таких предприятий являются градообразующими, следовательно, социально значимыми для населения Республики. Не менее значимыми на стратегическом уровне для экономической политики республики и решения социальных задач являются предприятия легкой промышленности. Инвестирование в такие проекты может быть направлено на модернизацию или техническое перевооружение уже существующих предприятий, а может – на новые проекты, что не только позволит наполнить внутренний рынок отечественной продукцией, а и создаст новые рабочие места.

Цель статьи заключается в определении проблем инвестиционной деятельности на предприятиях химической промышленности на территории Донецкой Народной Республике и поиск решений, необходимых для привлечения инвесторов.

Основная часть. Химическая промышленность выступает в качестве важной составляющей современной экономики. Химическую продукцию используют все отрасли промышленности, сельское хозяйство, сфера услуг, торговля, наука и образование, оборонный комплекс. Химическая отрасль лежит в основе долгосрочного и стабильного развития экономики Донецкой Народной Республики. От состояния и развития отечественной химии зависят уровень конкурентоспособности, темпы роста экономики, благосостояние Республики. Ее продукция включает около 70 тысяч наименований и широко применяется при изготовлении товаров и услуг. Производства комплекса химической промышленности подразделяют на четыре укрупненные категории (рис. 1).

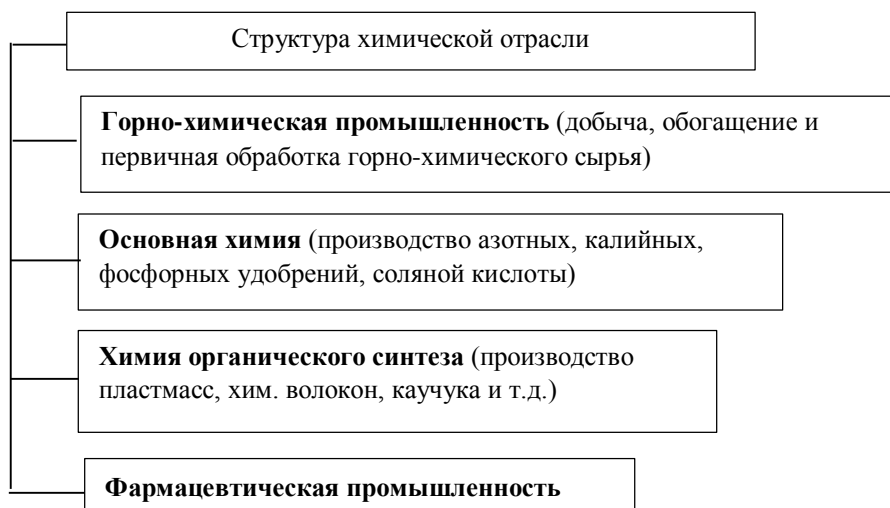


Рисунок 1 Структура химической промышленности.

В основе производственного процесса в химической промышленности чаще всего лежит преобразование молекулярной структуры вещества. Продукцию этой отрасли

народного хозяйства можно подразделить на предметы производственного назначения и предметы длительного или кратковременного личного пользования.

Потребители продукции химической промышленности находятся во всех сферах народного хозяйства. Машиностроение нуждается в пластических массах, лаках, красках; сельское хозяйство – в минеральных удобрениях, препаратах для борьбы с вредителями растений, в кормовых добавках (животноводство); транспорт – в моторном топливе, смазочных материалах, синтетическом каучуке. Химическая промышленность становится источником сырья для производства товаров широкого потребления, особенно химических волокон и пластмасс.

Ценность химической промышленности постоянно возрастает. Её продукция используется во всех сферах человеческой деятельности. На территории Донецкой Народной Республики работает около 23 предприятий химической промышленности. Среди них: ООО «Донецкхим-Химический завод», ГП «Стирол», ООО «Центр управления качеством больничной гигиены», ПКФ «ЮКАС», ООО «Резинпромснаб», ООО «Европласт», КО «Донтехрезина», ООО «Теплоинвест», ООО «Полидон» и другие.

Отдельно необходимо отметить компании фармацевтической индустрии, функционирующие на территории Республики, так как их работа связана с решением общественных проблем в области обеспечения лекарственными препаратами. В I-е полугодие 2018 года изготовление фармацевтических денег и продуктов медицинского назначения совершали 8 субъектов хозяйствования: «Центр Гомеопатии», ООО «Стиролбиофарм». Основными предприятиями отрасли считаются ООО «Стиролбиофарм», г. Горловка (в 2018 году изобретены и освоено производство двух новых препаратов: «ЦинкМакс» и «ФерроМакс».); ООО «АУП «Сарепта-Медипласт», г. Донецк. Во II-м полугодии 2018 года ООО «Стиролбиофарм» собирается запустить изготовление новейших препаратов: «Йодидмакс», «МагнеМакс», «Фолиевая кислота».

Фармацевтическая промышленность в 2018 г. охватывала такие виды деятельности:

- производство лекарственных средств;
- производство изделий медицинского назначения;
- производство фитопродукции.

В настоящее время производственную деятельность осуществляет 8 предприятий. В отрасли занято более 200 человек, среднемесячная заработная плата составляет более 9,0 тыс. руб. Общий объём производства лекарственных средств и изделий медицинского назначения в 2017 г. Составил 204,2 млн. руб. (в 2016 г. – 163,2 млн. руб.). Отмечается рост данного показателя по производству основных фармацевтических продуктов и фармацевтических препаратов +25,1% [3].

Объём реализованной продукции основных фармацевтических продуктов и фармацевтических препаратов составил в 2017 г. 206,7 млн. руб., в 2016 г. – 158,7 млн. руб.. Темпы прироста объемов реализованной промышленной продукции по производству основных фармацевтических продуктов и фармацевтических препаратов составили +18,6% (январь–октябрь 2017 г. к январю–октябрю 2016 г., в действующих ценах) [2].

Общий объём фармацевтического рынка Республики в I полугодии 2018 года составил более двух миллиардов рублей, что на 9 % больше, чем за аналогичный период 2017 года. «Фармацевтический рынок в целом характеризуется нестабильностью и рынок ДНР – не исключение. Колебания продаж на фармацевтическом рынке во многом зависят от сезонности», – пояснили в Министерство промышленности и торговли. [3]

Реализация фармацевтической продукции в ДНР осуществляется 20 дистрибьюторами, а также розничными сетями. Систематизированная деятельность дистрибьюторов, интегрированная в процесс взаимоотношений «производитель – потребитель», позволяет обеспечить динамичное развитие взаимодействия между производителями и потребительским рынком рис. 2.

Динамика объемов производства и реализации фармацевтической продукции в 2018 году, млн. руб.

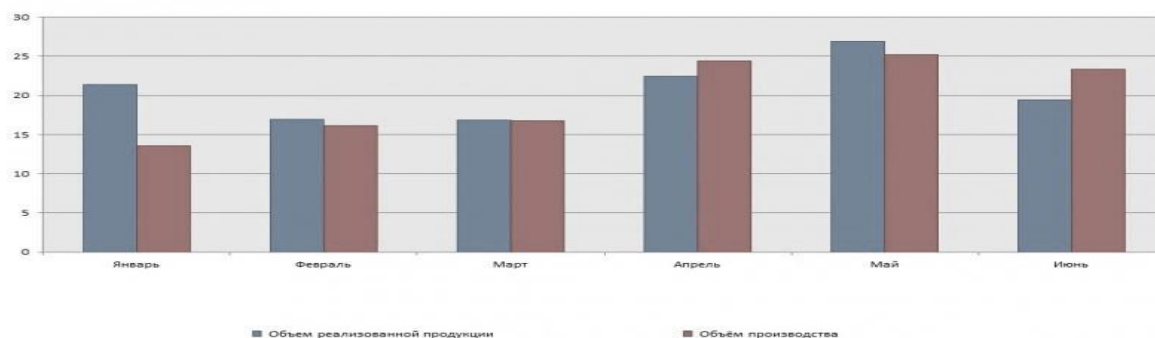


Рисунок 2. Динамика объемов производства и реализации фармацевтической продукции в 2018 году, млн руб. [3]

Учитывая состояние химической индустрии, для её развития требуются инвестиции, химическая отрасль нуждается в дополнительном финансировании не только со стороны государства, но и от заинтересованных спонсоров, в том числе из за рубежа. Они необходимы для стимуляции её развития и модернизации устаревших основных фондов.

В настоящее время большинство предприятий химической промышленности в ДНР находятся в достаточно сложной ситуации. Многие из них используют технически устаревшее оборудование, которое не может выполнять сложную работу, необходимую для изготовления высокотехнологичных современных товаров. Именно поэтому они производят продукцию низкого и среднего переделов, которая не отличается высокой конкурентоспособностью на рынке. Для производства товаров высокого передела необходимо использование высокоточного и современного оборудования, а также проведение лабораторных исследований. Только небольшая часть предприятий отрасли имеет необходимое оснащение и технические условия. Это стало причиной того, что товары химической промышленности за исключением нескольких её направлений не имеют больших перспектив на мировом рынке. Сейчас её движению препятствуют не только устаревшие основные фонды, но и отсутствие необходимого количества квалифицированных кадров и специалистов. Из-за этого усложняется и процесс модернизации производств. В целом сложившаяся ситуация требует привлечения инвестиций в химическую отрасль, которые помогут решить многие проблемы, препятствующие её развитию.

Следует отметить, что продукция этой промышленности все равно пользуется популярностью за рубежом. А обширная сырьевая база делает химическую индустрию более привлекательной для спонсоров. В последние годы инвестиционная привлекательность отрасли выросла в несколько раз, что стало отличным подспорьем для решения проблемы привлечения финансов.

Государственная программа поддержки химической промышленности также играет важную роль для её развития. Государственная программа улучшает возможности проведения научных исследований и внедрения новых технологий в производственный процесс. Оказывается поддержка инвестиционным проектам в виде субсидирования расходов по кредитам, взятым для их осуществления.

Основными проблемами развития химической отрасли являются:

- частичное разрушение промышленного потенциала;
- значительная физическая и моральная изношенность основных фондов промышленных предприятий;
- низкий уровень использования основных фондов;

– недостаток оборотных средств у промышленных предприятий;
– сложности с импортом сырья, комплектующих и ограничения на экспорт продукции в связи с вынужденной экономической обособленностью территории;
– сокращение рынков сбыта из-за уменьшения территории реализации продукции, административных и таможенных барьеров в сфере внешнеэкономической деятельности.

Одним из способов привлечения инвестиций в химическую промышленность ДНР может выступать участие в отраслевых специализированных выставках. Например, международная выставка «Химия» – это центральное мероприятие отрасли, которое ежегодно проходит в Российской Федерации, в комплексе «Экспоцентр» г. Москва. Это одна из популярнейших и крупнейших площадок, на базе которой проходят многие события не только отечественных организаторов, но и иностранных. Она имеет необходимое современное оснащение, что позволяет проводить события различной специализации, а также демонстрации сложного и габаритного оборудования. Эта выставка дает возможность продемонстрировать успешность деятельности индустрии, темпы её развития, требующие инвестиций, химические промышленности и научные разработки. Многие участники уделяют большое внимание в своей выставочной деятельности налаживанию контактов с зарубежными партнерами, перспективам выхода на новый рынок, подписанию контрактов и поиску спонсоров.

Организаторы и сотрудники ЦВК «Экспоцентр» прикладывают максимум усилий для того, чтобы выставка «Химия» была эффективным и комфортным для всех ее участников мероприятием. Следующая 22-я международная выставка «Химия-2019» пройдет в ЦВК «Экспоцентр» с 16 по 19 сентября 2019 года. [7] Министерству промышленности и торговли Донецкой народной Республики рекомендуется рассмотреть возможность участия в данной выставке для налаживания контактов с Российскими производителями и НИИ и привлечения инвестиций в химическую промышленность ДНР.

Выводы: Будущее химической отрасли во многом зависит от того, сможет ли она привлечь достаточное финансирование, чтобы продолжить интенсивное развитие. От этого также будет зависеть и будущая программа господдержки этой индустрии, а также её эффективность. Для этого сегодня есть хорошие предпосылки, так как с каждым годом увеличиваются инвестиции химической промышленности, растет её привлекательность для спонсоров и заказчиков, увеличивается экспорт товаров и повышается их востребованность на отечественном рынке. Особенно актуально это стало в нынешних условиях реализации программы импорта замещения.

Список литературы

1. Объём производства лекарственных средств и изделий медицинского назначения в 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mptdnr.ru/news/760-podvedeny-itogi-raboty-farmaceuticheskoi-otrasli-doneckoi-narodnoi-respubliki-v-2017-godu.html>
2. Итоги работы основных отраслей промышленного комплекса [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://dnr-online.ru/ekonomika-dnr-demonstriruet-rost-pokazatelej-promyshlennykh-predpriyatij-minekonomrazvitiya/>
3. Совет министров Донецкой народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://smdnr.ru/v-respublike-otmechen-rost-obema-farmaceuticheskogo-rynka/>
4. Постановление Совета Министров Донецкой Народной Республики от 02.06.2014 № 9-1 «О применении Законов на территории ДНР в переходный период» (с измен.) [Электронный ресурс]. – URL: <http://fpdnr.ru/wp-content/uploads/2017/01/Postanovlenie-9-1.pdf>.
5. Закон Украины «Об инвестиционной деятельности» от 18.09.1991 № 1560-XII (с измен. и дополн.). Инвестиционная деятельность в Украине: Нормативные документы / под ред. Н. Роина. – К.: КНТ, 2007. – 192 с.
6. Постановление Совета Министров Донецкой Народной Республики от 02.12.2015 № 23-3 «Концепция инвестиционного сотрудничества в Донецкой Народной Республике» [Электронный ресурс]. – URL: <http://smdnr.ru/wp-content/uploads/2016/05/23-3.pdf>.
7. Официальный сайт ЦВК "Экспоцентр" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.chemistry-expo.ru>

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**Вестник студенческого научного общества
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
2019. – Вып. 11**

**Том 3
Экономика**

Оригинал-макет подготовлен *А.А. Торба*

Подписано в печать 29.03.2019 г.
Формат 60×84/8. Бумага офисная.
Печать – цифровая. Усл.-печ. л. 25,07

Издательство ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
283001, г. Донецк, ул. Университетская, 24.
Свидетельство о внесении субъекта
издательской деятельности в Государственный реестр
серия ДК № 1854 от 24.06.2004 г.